

基于工作过程的现代推销学课程设计

◆张艳华

(大连医科大学中山学院)

【摘要】培养高素质应用型企事业管理人才不仅要有更“宽”“专”“交”的知识结构,更要具有胜任某种职业岗位的技能 and 适应多种岗位的综合素质,还要有更强的实践技能和动手能力,能较快地适应岗位的需求,解决工作实际问题。

【关键词】工作过程 课程设计 综合素质

《现代推销学》是一门实践性和操作性很强的课程。在传统教学实施过程中,教学形式比较单一,学生缺少体验产品推销过程的机会,只能凭想象力、理解力去掌握,对所学知识掌握得不灵活、不牢固;仅仅是理论上的学习,缺乏就业过程锻炼和就业环境实践,造成学生的实践操作能力差,很难全面系统地掌握推销的主要操作技能和操作方法,导致不能将理论知识较好地运用于实际业务中。随着用人单位对岗位技能要求的提高,对高等教育也提出了更高的要求,如何实现课程学习与职业岗位要求的零距离对接,是课程教学改革中亟须解决的问题。

一、课程设计的总体思路

在企业需求和学院人才培养目标的基础上,我对现代推销学的课程进行了精心的设计。首先,总体上设计了课上和课下并行的两种方式。课上主要以教师讲授的理论知识为主,而课下则是让学生以小组推销竞赛的形式把课上讲的理论知识应用到实践中,这样可以通过两条线并行的形式完成课程的整体教学,最后利用一部分实践让学生以小组的形式进行演讲分享,每一组可以分享到其他组的创意和想法实际的做法,从而更多地锻炼学生的发散思维,夯实学生的推销实践能力。当然,除了锻炼学生的实践能力之外,我还通过多位著名的推销专家的成功推销学进而形成职业素养的养成,从而不断地提高学生的综合素质。

二、以“岗位工作过程”为指导,设计教学内容

通过市场调查以及企业用人需求信息的反馈得知,现代推销学这门课所对应的岗位主要是企事业单位中的销售代表,而销售代表的实际工作过程则是:寻找顾客——访问准备——约见与接近客户——洽谈沟通与顾客异议处理——达成交易——售后服务——信息反馈。这个工作过程实际上就构成了课程设计的7个任务,教师要按照这7个任务进行布置和安排。要想有效地完成教学任务,也让学生在在学习和实际操作的时候能真正掌握推销的技能,就必须选择一个合适的产品作为媒介。因为学生实习的单位基本集中在大连的医药外企,比如大连辉瑞制药有限公司和瑞士诺华集团等,所以我选择的第一种产品则是制药外企的医药产品,但是不可能所有的学生都能进入医药外企从事销售工作,所以为了实现宽口径就业的办学宗旨,我又选择了一个学生比较感兴趣的雪佛兰汽车作为授课的副产品。这样就形成了上课下课两种方式以及以医药产品的销售为主线 and 以雪佛兰汽车销售为副线的“2+2”并行的模式。

1. 课上理论内容设计

课上教学内容的选取大连辉瑞制药企业和汽车4S店等真实业务中的事例,作为贯穿课程教学的任务情境,让学生在实实在在的实践活动,在一种真实的情境中来完成推销知识的学习,从而调动学生的学习兴趣与积极性。具体任务采取以小组合作的形式完成,互相讨论,互相帮助,发挥每一位学生的优势,并让学生把自己对问题的理解进行整合,尽其所能地展示给他人,达到相互交流、共同解决问题、分析问题的目的,在规定的课时内通过合作一起完成任务。

2. 课下实践操作设计

课下则是根据课上模拟完成的任务运用到实践中,由学生分小组选择一种产品根据所学进行具体的实施。因为课下教师无法全面把握,所以就形成了以组长为中心的全面负责制。在进行实践之前,为了避免有的学生开小差、不认真对待,需要每个组制订详细的计划以及具体的人员分工,等

每一次任务完成之后,需要每一个成员写一份实践总结,进而督促学生认真完成教师布置的任务。除此之外,教师也根据学生所安排的计划进行定期的抽查,从而更好地把握课下模式任务完成的质量。比如,在大连辉瑞制药股份有限公司实习的学生总共有十名,我就把他们分成了两组,这样他们就可以用医药产品来进行实地的销售,同时这两组之间还可以形成良好的竞争关系,通过这种形式可以激发学生内心的潜力,同时也可以锻炼学生团结合作的能力。幸运的是这十名学生会由企业真正的销售代表带领他们去拜访医院的主任等,通过这种实际的示范,学生利用听觉和视觉真正能够体会到在销售过程中如何有效地沟通;如何利用有效的手段才能推销成功。但之后则是学生要进入到单打独斗的阶段了,由学生组成的小组来实施每一个任务。另外,还有两组则是进入到4S店进行汽车的销售,因为在课上讲授的是乔吉拉德销售雪佛兰汽车的实例,所以学生可以在乔吉拉德的作法基础上进行不断地创新,同时针对实际销售过程中自己的发现和心得要随时进行记录。当然,在汽车销售过程中客户关系管理就显得非常重要了,这是乔吉拉德成功销售的要点,希望学生能够有所借鉴,进而有所突破。还有一些学生进入到房地产的销售中。总之,课下环节是验证我们理论教学的直接手段,也是理论结合实践的唯一做法。

3. 课程结束的总结及评价

课上和课下的环节全部进行完之后,我会利用一部分时间,聚集所有的学生进行最后的总结分享。具体操作则是由每一个小组把课下实践的做法、业绩、收获心得体会全部进行整理,然后选派一名代表以PPT的形式和大家进行分享,其他的学生可以提出自己的看法和建议,从而形成一种讨论的氛围,这样每一组的学生就可以分享到其他学生的做法,通过这种方式可以让学生的思路更加开阔,做法也更加全面化。最后则是评价和评选阶段,为了更好地激发学生的主动性和积极性,我在课上就设定好了要由评委进行打分评出6个优秀个人和1个最佳团队并给予物质和精神上的奖励。优秀个人的评定指标为:销售业绩、创新能力、团结合作能力;而最佳团队的评定指标为:销售业绩、创新点、团队合作是否良好、发言代表的表现、PPT制作好坏、客户积累数量。经历了这样形式的课程学习和实践的磨练,我相信学校培养出来的人才和企业需求之间的对接就应该是零距离的了。

三、课程设计的反思

课程设计是培养学生综合运用所学知识,发现、提出、分析和解决实际问题,锻炼实践能力的重要环节,是对学生实际工作能力的具体训练和考察过程。随着科学技术发展的日新月异,产品销售一直是企业最关注的环节,在生活中也可以说是无处不在。因此,教师进行课程设计就非常必要,创造适宜的学习情境也显得更加重要,从而使学生能够更好地自主学习,主动地建构经验和知识体系。

参考文献:

- [1] 龚黎莹. 现代推销学课程教学改革探析[J]. 中国科教创新导刊, 2012 (32).
- [2] 王风刚. 基于工作过程系统化的课程开发[J]. 职业技术, 2008, (10).
- [3] 应力恒. 工作过程系统化课程的开发与实施[J]. 职业技术教育, 2008 (17).