

# 情境学习在职业学校汽车营销教学中应用之刍议

## Application of Context Learning in Automotive Marketing Teaching

刘镇正

Zhenzheng Liu

桂林技师学院 中国·广西 桂林 541004

Guilin Technicians College, Guilin, Guangxi, 541004, China

**摘要:** 汽车营销情境学习目前在职业学校汽车营销教学中逐渐成为主流。论文对汽车营销情境学习的优点和使用教学中发现的问题进行深入分析,并以此提出汽车营销情境学习的建议和改进措施,为汽车营销专业的改革提供参考。

**Abstract:** Automobile marketing situation learning has gradually become the mainstream in automobile marketing teaching in vocational schools. This paper provides a reference for the curriculum reform of the automobile marketing major by deeply analyzing the advantages of the automobile marketing situation learning and the problems found the existing problems in the use of teaching and proposing suggestions and improvements for the automobile marketing situation learning.

**关键词:** 汽车营销情境学习; 教学优势; 改进建议

**Keywords:** automobile marketing situation learning; teaching advantages; improvement suggestions

**DOI:** 10.12346/sde.v3i7.3871

### 1 引言

中国汽车市场经过多年来的蓬勃发展,销量已经连续12年蝉联世界第一<sup>[1]</sup>,庞大的市场不断助推中国汽车消费走向成熟,新能源汽车的崛起,预计中国汽车市场在今后很长的一段时期仍呈现快速增长的态势,因此汽车市场需要大量的营销人员销售车辆。职业学校如何培养汽车营销人员,上好汽车市场营销课程,让学生学会市场营销技巧和知识,成为一项重要任务,而笔者使用汽车市场营销学习情境课程教学时深受学生欢迎,但发现存在一些不足。论文对情境学习在职业学校汽车营销课程教学中运用之刍议。

### 2 汽车市场营销情境学习在教学中的优势

情境学习(Situated learning)是由美国加利福尼亚大学伯克利分校的让·莱夫教授和独立研究者爱丁纳·温格于1990年前后提出的一种学习方式。情境学习是指在要学习的知识、技能的应用情境中进行学习的方式。也就是说,你要学习的东西将实际应用在哪里,那么你就应该在什么样

的情境中学习这些东西<sup>[2]</sup>。

①“在哪工作,就在哪里学。”让书本知识展现在现实工作环境中,激发学生学习的内在兴趣。

笔者在上汽车营销课程时,由于传统教学缺乏对知识产生和应用环境的真实模拟,加上教学方法和手段的落后,许多学生感到学习枯燥无味,最好的方法就是“在哪工作,就在哪里学”,因此在上汽车营销课就应该在汽车销售店里教学,因为学生以后工作就是在汽车销售展厅等销售场合售卖。因此,学校为适应汽车4S店的需求,需要开发出一些适用于学校的情境教育方法,如设置汽车营销实训室模拟现实销售的情境学习,让学生在以后的实际工作中进行汽车销售人员角色扮演,激发学生获得更多汽车营销知识和技巧的兴趣,从而使学生与模拟环境、老师与学生的有效互动。它以情境为载体,教师为主导,充分发挥学生的积极性,使学生从机械、单调的学习中解放出来,激发学生的学习兴趣,因此情境学习是非常好的一种教学手段。

②通过师傅带徒弟的方式,教师主导教学,学生主动参

【作者简介】刘镇正(1973-),男,土家族,中国广西桂林人,讲师,汽车维修工高级技师,从事技工学校汽车专业教学和研究。

与,发挥学生学习的积极性、能动性和创造性。

情境学习以实用知识为载体,模拟工作环境,老师以师傅形式带领学生参与教学,使教、学双方都主动地发挥自身主观能动性,从而达到相互促动、教学相长。一方面通过让学生参与实实在在的情境学习活动,激发和调动学习的积极性和主动性,另一方面教师要充分了解教材内容,根据教材内容创造性设计情境学习项目更贴近实际工作情境中,更易于学生理解和接受汽车营销方面的知识和技能,是职业学校教学改革发展的趋势。

③情境学习设计方案联系实际,着重解决工作中的难点,降低课程难度。

情境学习首先注重情境设计方案的选择,在教学中,尽力把新的学习项目内容放在一定的特点情境当中,先让学生观察和分析仿真的环境,然后再让学生进行角色扮演和演练。创设的情境项目内容尽可能地接近真实生活环境,能让学生比较容易地感知和理解学习内容在实际工作中的作用,从而降低传授知识的难度,让学生较快地掌握理解和应用知识的能力。同时,教师在课外作业给学习小组布置一个题目让学习小组通过共同讨论、书籍或网上查阅相关知识并写出报告,来培养学生学习的积极性和兴趣。

### 3 使用汽车营销情境学习存在的问题

①情境学习设计要求硬件配置条件高,学校实训室设施设备难以达到配置要求,造成学习工位不足,课时不足,影响汽车营销学习情境教学质量。

情境学习是按照实际工作过程开发设计课程方案,以工作任务为项目确定课程内容,以职业素质为需求强化技能训练,以参与典型工作实例为载体设计教学活动。因此,汽车市场营销情境学习需要模拟汽车营销环境,汽车营销学习情境教学的学习要求在模拟4S店汽车营销实训场地学习、基本上在同一实训场地开展,由于汽车营销学习情境实训项目内容较多,要求模拟汽车营销的多种实训环境。例如,销售展厅要摆放车辆、前台接待、新车推介、客户洽谈区、新车接待区等,如果汽车营销专业同时展开班级过多,互相影响教学。工位严重不足,每一组学生模拟的时间较长,目前配置的学时不够,设备不足,造成学生实训不到位。因此,情境学习的理实一体在学校教学中推广存在一定问题。

②汽车营销情境学习要求学生具有一定的营销理论知识支撑,否则,学生不能融入情境学习中,教师备课准备时间长。

职业学校的学生理论知识普遍较差,没有理论基础,直接进入汽车营销学习情境学习,往往状况百出,不知道如何操作和扮演,不能很好地融入学习情境教学中。在学习情境中首先需要教师进行演示、操作和说明,但需要多人配合,一般只能从上课班级中学生抽取进行训练,需要较长时间培

训和准备,学生很难做得到,影响教学质量。

③汽车营销课程不是所有的内容都适用情境学习教学方法。

在实训教学中,教师不可能将真实工作情境全部搬入课堂中,只能模拟真实情境,设计出尽可能接近真实的工作环境和语言环境。因此,不可能做到汽车营销课程都用情境学习教学方法来上课,如汽车营销课程中购车动机与需求分析、潜在客户开发、汽车营销环境分析等等纯理论学习内容。

④师资力量不足,缺少汽车营销情境学习实训经验。

汽车营销的教师要具备生活形态、价值观等进行分析的能力,不断地对顾客消费习惯、购买动机和购买行为进行研究,以便对顾客的服务更有针对性,更好地应用到教学中。但职业学校的汽车营销教师往往缺少在4S店汽车营销经历,缺乏相应的营销经验,同时由于各个汽车销售公司根据汽车市场的变化更新各自厂家的营销模式和营销技巧速度非常快,汽车营销教师的营销理念和技巧跟不上市场的发展要求,模拟相应的汽车营销情境存在难,因此培养出来的学生知识陈旧、技巧落后,不符合汽车销售的要求,难以满足汽车销售公司的需求。

### 4 结语

汽车营销在汽车类专业教学中往往处于弱势,在资源配置中得不到很好的优化,由于投资大、产出小、学校往往不够重视,但其实汽车营销在汽车类专业教学中占有一定比例,在目前汽车维修专业就业形势越来越严峻的情况下,汽车营销缺口较大,给汽车维修专业的学生多学习一项技能和知识,就等于多一项就业渠道,为学校以后招生就业打下基础。因此,特别是有汽车类专业学校在教学资源、师资力量等方面要有一定倾斜。

加强课程改革,在学校学习应理实结合,合理配置理论学习课时,不应该盲目的提高实训课时,应以知晓汽车营销的每个实训项目的内容和过程为主,真正让学生学精学通必须到企业实践,才能理论和实践相结合解决实训室不够的问题<sup>[3]</sup>。需要加大师资培训,提高教师的职业素质,要求汽车营销教师积极参与汽车营销的第一线,适时获得汽车营销发展趋势和经验,以便对教学方式进行调整和完善,优化课堂,逐渐形成自己的教学风格,提高教学水平。

### 参考文献

- [1] 中国汽车工业协会《2020年汽车工业经济运行情况》[Z].
- [2] 百度百科<https://baike.baidu.com>[Z].
- [3] 夏宇敬.基于行为导向教学法的《汽车营销学》课程教学研究[J].新西部,2019(33):52-53.