

论模拟实训在营销策划课程教学中的运用

潘旭华

(江西九江学院 商学院, 江西 九江 332000)

【摘要】 本文首先论述了模拟实训与课堂讲授、案例教学法的异同;然后,从营销策划这门课程的特点出发,对模拟实训的组织与实施着重进行了论述。最后指出了模拟实训的局限。

【关键词】 模拟实训; 营销策划; 营销策划书

【中图分类号】G642.3 **【文献标识码】**B **【文章编号】**1673-1883(2005)01-0151-03

模拟实训指学生在教师指导下完成某一模拟教学活动,学生通过模拟教学活动的完成来掌握本学科的基本原理与方法的一种教学法。与传统教学方法相比,模拟实训更强调学生的参与,强调从“做”中学。

营销策划是一门方法性的学科,主要内容不是一些抽象的知识,而是一系列的具体方法,如市场调查方法、营销资料收集和分析方法、策划方法等。它不同于一般的概论性的学科。概论性的学科重点在于使学生了解、知道某一领域的知识,侧重于描述或阐述。营销策划是一门培养学生如何综合运用营销知识和营销方法的课程。从教学指导思想 and 具体安排上应注重“如何做”的问题,而不是注重教授“什么是”的问题。当然,方法介绍和讲授是基础,但介绍和讲授时,是将方法当作工具,以如何使用方法为目的,即不是单纯介绍方法本身,而是强调方法的思维、方法的选择、方法的特点和方法的局限性,突出方法的应用和实例。因此,仅仅有方法本身的介绍是不够的,还必须学习如何运用方法。基于以上思想,我们认为传统授课方法以教师为中心,采取满堂灌的方式,这对学生在短时间内了解营销策划的方法原理比较有效,但对培养学生如何灵活应用营销知识和方法是不够的,也不利于学生的理解。案例教学法在营销策划教学中是重要的,恰如医生与律师一样,应该尽可能让学生在案例分析中学习,了解、分析、熟悉和模仿案例,使他们尽快真正学会策划方法。实际应用时教师一般采用课堂教学与课堂讨论相结合的方法,让学生参与到教学中来,这对培养学生理论联系实际、应用知识解决实际问题的能

力很有帮助。但在本课程案例教学的实践中,由于学生缺乏与案例相关的经验,案例往往当作具体的实例和演示用的例证。从这个意义上讲,案例教学仍存在与传统教学相似的局限性,在培养学生应用知识解决实际问题方面尚存在着不足,缺乏对具体问题解决过程的感性认识。

在营销策划课程中,运用模拟实训的教学方法,将着重在营销知识和方法的“用”字上下工夫。一般以某一企业为蓝本,要求学生参与策划该企业需要策划模拟项目的整个过程,从寻找模拟项目、拟订模拟项目策划计划书、进行市场调查、营销资料分析、策划方案设计到撰写营销策划书,每个学生实际上成了市场研究咨询公司组织中的一员,通过进行某一模拟项目的策划,学生将得到许多实践经验,不仅能加深理解营销策划能够解决什么,而且能得到直接经历市场调研咨询人员所做事情的机会。这是一种完全以学生为中心的教学方法,有利于调动学生的主动性,在提高学生理论联系实际、运用理论解决实际问题的能力方面具有独特的作用。

一、营销策划课程中运用模拟实训的作用

几年来教学实践证明,在营销策划课程中应用模拟实训的教学形式具有以下作用:

1、加深了学生对营销策划过程的感性认识

从一开始策划模拟项目的谈判至策划计划书的拟订到最后营销策划书的撰写,一个全过程的策划活动活灵活现的摆在学生面前,使他们能够感受到什么是营销策划,营销策划能解决什么,对营销策划

收稿日期:2005-03-01

作者简介:潘旭华(1961-),男,教授。主要从事市场营销的教学与研究。

过程有了更深地感性认识。

2、有助于学生理论联系实际

由于学生实际参与营销策划模拟过程,有助于他们对书本知识的理解。他们必须与客户交谈以获得背景资料;写一份内容详实、计划完整、对客户有吸引力、说服力的策划计划书以取得客户的信任;收集和分析营销资料以便进行营销方案设计;所有这一切都摆在学生们面前。通过这类活动,大大提高了学生理论联系实际、应用所学知识解决实际问题的能力。

3、有助于培养学生的团队工作精神

模拟实训在《营销策划》这门课程中主要以小组的形式来进行,小组是未来工作单位的缩影。一个小组便是一个需要协调的团队。在策划过程中争议的解决,任务的分配都需要每个成员具有协调意识,合作态度,要能妥善处理各种争端与冲突。整个模拟项目的成功运作离不开团队的力量,从而培养了学生团队工作精神。

4、有助于提高学生的社会交往和公关能力

通过与客户接触交谈、与广告公司、电视台、工商行政机关等部门人员的接触使学生提前接触社会,这对学生社交、公关能力提高大有帮助。

5、有助于培养学生的创新精神

营销方案的设计过程本身就是一个创新的过程。尽管是模拟,但是,如果方案好、新,客户可能会采用,这对学生有很大的吸引力。一个毫无新意的方案,客户是不感兴趣的。为了得到客户的肯定和采用,在进行营销方案的设计过程中,学生不得不借助头脑风暴等创新方法,以使营销方案具有新意。

6、有助于调动学生的学习主动性与积极性

模拟项目实际上是学生自己的项目。项目小组可以认为是一个学生组成的顾问小组。全组为一个客户工作。模拟项目的成功与否完全取决于小组是否积极努力,而当学生克服种种困难,完成模拟项目时会有一种成就感与自豪感,这对调动学生的学习主动性与积极性很有帮助。

二、模拟实训的组织与实施

模拟实训的成功与否关键在于是否组织恰当,实施控制得当。经过摸索,我们认为应做好如下工作:

1、小组组成

参与模拟项目的人数一般是6-8人。人太少,则难以完成繁重的调查,分析和方案设计等任务。若小组规模太大,要保证小组所有成员都能积极参与到模拟项目中来就很困难,要求小组成员在一些重要问题上达成一致也比较困难,而且会产生各种管理问题。根据我们的经验,6-8人规模比较合适。

一般要求小组成员已经学过《市场营销原理》以及《市场调查》、《商品学》,若学过《广告原理与实务》、《推销学》、《公共关系》与《财务管理》则更好。如果小组成员没有学过《市场营销原理》以及《市场调查》,要他们独立开展策划模拟项目,解决营销问题是困难的,对有关问题的分析也不会有足够的深度,营销方案的设计也会缺乏完整性而破绽百出。若学生不仅具备《市场营销原理》以及《市场调查》知识,而且还具备《广告原理与实务》、《推销学》、《公共关系》以及《财务管理》知识,策划模拟项目往往能做得相当好。同一小组成员中尽可能具备不同性格、不同特长的人。性格外向的人对开拓“客户”很有帮助。成员中至少要有熟悉计算机文字处理,同样要求有人喜欢使用计算机,Excel程序即使对那些只有有限计算机经验的人来说也是容易学会的。如果有人熟悉文字处理技术及计算机绘图功能,则会大大提高策划计划书、营销策划书的质量与形象。

小组中选出一位小组长是必要的,这有助于协调小组的各项工作。

2、模拟项目选择

一个模拟项目策划至少应涉及到以下方面:营销资料的收集与分析;营销方案设计;策划方案实施步骤设计;费用预算;方案风险预测;营销策划书的撰写等。策划模拟项目选择时应避开低发生率的产品或服务;同时应考虑策划模拟项目的难易程度;要尽量避免学生的好大喜功,做自己难以完成、不大了解的策划模拟项目。

3、“客户”开发

“客户”原则上由学生自己开发,寻找客户并不象想象的那么难,学校周围的商店、书店、干洗店、工厂都可能是潜在的客户;留心一下广告,频率出现高的广告主往往也是潜在客户。与潜在客户初次接触前,了解一下客户的业务是必须的;与潜在客户接触时,合适的打扮和举止无须多说,准备一份自荐信将有助于获得客户的合作,见下例。

自荐信

XX公司:

我们是九江学院商学院的学生。由于课程的需要,我们要针对九江市场上的某一家公司就其产品进行营销策划。无论对于你我来说,都是有益处的。我们的主要目的在于实习,这将有助于我们走上社会,有助于我们将学到的理论知识转化为实际经验。而我们营销策划的结果对贵公司的营销也有一定的参考价值。作为学生小组,我们的工作收集有关你的顾客与竞争者的信息,做出分析并设计出营销策划方案。此次策划是免费的。

首先,我们要熟悉你的业务并探索一下怎样才能有所贡献。之后,我们将准备一份如何帮助你的策划计划书。我们会将它送给你,征询一下你的意见。如果有必要的话,我们可以再安排一次会谈,谈论一下我们的想法。当然,你将要对它作最后的表态。

我们主要想使你有了解决以下问题:

- ★ 贵公司及其主要竞争对手产品的基本资料;
 - ★ 贵公司某种产品的营销分析;
 - ★ 贵公司某种产品的4P方案;
 - ★ 贵公司某种产品营销策划方案的实施步骤设计及费用预算;
 - ★ 贵公司某种产品营销策划方案的风险分析及预防;
 - ★ 贵公司某种产品营销策划书;
- 最后,我们对你的合作表示最真挚的感谢!

注释及参考文献:

- [1]黄炜. 借鉴“MESE”课程经验,改革职教教学方法. 松江教育,2002年第四期。
- [2]王卫红.“项目教学法”在市场营销专业的应用. 广东外语外贸大学学报,2003年第3期
- [3]崔红珊. 模拟公司与行为导向教学法. 中国职业技术教育,1999年5期

On Application of Simulating Training to Teaching Market Planning

PAN Xu-hua

(Jiujiang Institute of Commerce, Jiujiang, Jiangxi 332000)

Abstract: This paper at first discusses differences between simulating training and lectures and cases studying, then, expounds how to organize and carry out simulating training from traits of marketing planning. Finally, points out its limits.

Key Words: Simulating Training; Marketing Planning; Texts of Marketing Planning

此致

敬礼!

九江学院商学院市场营销专业XX级学生:

XXXX XXXX XXXX XXXX

XXXX XXXX XXXX XXXX

4. 模拟项目进程控制

模拟项目安排一般始于讲授完“营销策划过程”以后,并提供给学生一个完整的营销策划模拟项目方案,并不要求学生模拟项目有多大的创新。实际上,学生能模仿、有所创新的完成一个模拟项目就达到了要求。一般要求学生在四个星期左右落实客户,并提交策划计划书。学生策划模拟项目与课堂讲授实际上是教学过程密切相关的两条线,随着课程内容的展开,学生模拟项目也在不断推进。教师应及时检查学生策划模拟项目的完成情况,提供必要的咨询,并先后要求学生提交营销资料的分析、4P方案设计、方案实施步骤设计、风险分析、费用预算、营销策划书。

三、模拟实训的局限

1. 模拟实训不适合单独使用,应当和课堂讲课、案例教学结合起来使用。
2. 模拟实训只适合具备一定专业基本知识的高年级学生。
3. 开展模拟实训教学活动,教师的投入比较大。