

基于创新能力培养的医学院校 市场营销学课程教学改革探析

王中华

南京医科大学医政学院, 江苏 南京 211166

摘要:文章阐述了市场营销学课程中创新能力培养的重要性,分析了医学院校市场营销学的课程定位和建设目标。从教学运行机制、课堂教学改革以及考核方式等方面考察了医学院校市场营销学课程教学中创新能力培养模式,为当前医学院校医药经济管理相关专业的营销课程教学改革提供参考与借鉴。

关键词:市场营销;创新能力;医学院校

中图分类号:G642.3

文献标志码:A

文章编号:1671-0479(2018)03-242-003

doi:10.7655/NYDXBSS20180317

一、创新能力培养与市场营销学 课程定位

(一)创新能力培养的重要性

市场营销学是系统地研究市场营销活动规律性的一门科学^[1],具有应用性与社会实践强的特点,创新是市场营销的灵魂,具体来说包括了市场营销理念创新、市场营销方式创新、市场营销策略和手段创新等。当前市场竞争的加剧进一步迫使营销过程需要具备创新性思维,只有这样才能应对瞬息万变的市场形势。因此,营销相关人才的培养过程应当着重体现创新能力提升^[2]。

市场营销学是医药院校医药经济管理类专业的一门主干课程。南京医科大学医政学院开设市场营销课程有近15年的历史。在多年的教学实践中,教师在课堂基本知识讲授基础上,突出创新能力培养的重要性,进行了一系列教学改革和尝试。总结相关改革经验,不仅可以进一步促进和完善学校市场营销课程体系建设,而且可为兄弟院校医药经济管理相关专业的营销课程教学改革提供参考与借鉴。

(二)医学院校市场营销学的课程定位

南京医科大学公共事业管理专业(医药贸易与管理方向)已经开办15年,每年招生30~35人,毕业生主要从事与医药营销相关的工作,每年就业率均在95%以上。经过多年发展,目前已经形成了较为

完善的经济学、管理学、市场营销学以及医药等专业方向的课程体系。

市场营销学属于医学院校医药经济管理,特别是医药贸易与管理专业的主干核心课程。在整个课程体系中,市场营销学融通了管理学、经济学以及医药学等学科内容,对于学生的实践创新和综合素质能力要求较高^[3]。2017年对该校往届医药贸易与管理专业在校生、毕业生以及用人单位进行了抽样调查,显示市场营销学课程是在校生专业认同度最高的课程,也是毕业生认为对其职业规划和未来发展最有帮助的四门课程之一(药物经济学、西方经济学、市场营销学、管理学)。用人单位更是将市场营销学课程作为培养医药贸易专业人才职业素养、实践能力的重要工具,并对实践教学、职业能力培养提出了建议。

(三)确立创新能力培养为核心的课程建设目标

创新能力培养是市场营销学课程建设的核心目标。首先,创新能力是市场营销学的基本属性。创新贯穿于整个营销学教学内容中,从营销理念、方式到策略和手段都离不开创新能力的发挥。这就需要在医药贸易专业人才培养过程中强调创新能力培养与之适应。其次,创新能力是医药贸易专业学生职业发展所必备的基本素质^[4]。我们对毕业生的调查显示,85%的学生认为应当进一步加强创新思维和能力培养。用人单位则表示,创新能力、知识结构、忠诚度与合作精神是他们最为看

收稿日期:2018-03-01

作者简介:王中华(1978—),男,河北行唐县人,经济学博士,副教授,硕士生导师,研究方向为卫生经济与管理、医药营销。

重的基本素质。因此,在市场营销学课程建设中,我们基于课程本身属性要求、专业人才需求特点以及毕业生的就业导向,突显医药行业特点,把学生创新能力培养作为市场营销课程教学与建设的核心目标。

二、以创新能力培养为核心的 教学改革探索

(一)构建校企双向介入式创新教学运行机制

课程教师团队具有的医药营销实践能力、理论与实践相结合的能力是培养学生创新能力的重要前提^[5]。从2006年开始,我们逐步尝试在市场营销学课程中实施校企双向介入式教学运行模式,试图通过学生进企业与医疗机构,医药企业老总及优秀毕业校友进校园的方式提升学生理论联系实践的创新思维能力。

首先,课程负责人不定期邀请医药企业老总和优秀校友来学校开办讲座,与师生进行交流,聘请实践经验丰富的企业市场部门高层管理人员作为课程团队成员,参与课程内容与教改方案的制定,承担课程相关授课任务。近几年来,我们先后聘请了先声药业、南京医药股份有限公司、默沙东医药、康缘药业等药企的营销高层管理人员作为学校市场营销学课程的外聘教师团队,每学期承担相应的实践教学课程内容,同时指导同学开展创新创业实践。

其次,定期分批次安排任课教师带领医药贸易专业学生进入医药企业市场策划部门及医疗机构,使学生对企业医药营销人才需求、医药企业运行、医药营销职业特性以及医药营销与医疗机构的衔接等有深刻感性了解。一方面,在市场营销课程体系中设置实践课程,由任课老师带领学生进入医药企业,先后建立了先声药业、南京医药股份有限公司等校外课堂,了解医药企业运行以及医药营销人才需求情况;另一方面,每年暑期均安排医药贸易专业学生到医院完成为期4周的临床见习,通过内、外、妇、儿等不同科室的轮转,使学生熟悉医疗机构,了解不同科室临床医生的行医特点、用药与处方习惯等,为其毕业后的工作实践奠定基础。通过构建校企双向介入式教学模式,学生不仅掌握了实用的医药营销实践经验,而且培养了创新营销理念。

(二)改革课堂教学,探索体现创新能力培养目标的新模式

首先是教学内容的变革。按照医药市场特色对市场营销学内容进行重组,基于任务驱动,建立基本内容——任务目标的课堂教学方式,增强学生学习的主动性。例如,市场细分章节中,要求学生先期完成医药市场细分调查任务,每小组形成自己

的调查报告和主要观点。教师课堂讲解相关知识时和学生的医药市场调查报告相结合,要求学生在教师的指导下,结合自身的任务目标,完成有关市场细分理论知识点的总结和梳理。这种教学内容的重新组合使学生在了解医药市场特点基础上,充分发挥创新精神和团队合作精神,体现了创新能力培养的新目标。

其次是改革课堂教学方式,激发学生创新能力。在课堂教学中采用多种新型教学方法,如问题导向式、案例教学法、讨论参与式等,激发了学生课堂参与的积极性。每章内容讲解之前,教师都会设置一个引例。在案例中设置与本章要点相关的焦点问题,引导学生参与相关问题讨论,形成对核心内容的感性认知。然后通过老师的讲解,达到深刻理解相关知识要点的目标。此外,课堂教学中将营销学理论与医药经济案例相融合,实践教学和暑期临床见习相呼应,形成一体化的市场营销教学模式,在理论联系实践中不断锻炼学生的创新意识和创新能力。

第三是发挥实践教学重要作用。实践是培养创新能力的重要基础。如前所述,根据市场营销课程建设目标,我们形成了校内校外双向介入式的实践教学模式,实践课时占总课时的20%。除引进外部实践教学资源和学生校外实践见习相结合方式外,我们还鼓励学生参加各级各类创新创业大赛,给学生提供指导,着重培养学生营销创新思维。

(三)改革课程考核方式,考核重点向学生实践能力倾斜

课程考核是检验整体教学效果的主要手段,在课程教学中发挥核心的导向作用^[6]。建立以创新能力培养为核心目标的课程体系,要求市场营销学课程考核应当适应教学内容、方式的创新。传统的考核体系更多注重知识的记忆,不能正确引导以创新能力培养为核心的培养目标。因此,我们对市场营销学考核方式进行了改革,由过去注重闭卷考试成绩转变为注重学生综合素质与实践创新能力。

在考核内容上理论知识内容占比不超过50%,而实践内容至少达到50%。考试和计分方式上采用闭卷考试(40%)+案例分析报告(20%)+产品策划设计竞赛(40%)的组合模式。其中,闭卷考试主要考察市场营销学基本概念、基本理论等知识点。案例分析报告主要是指每章节上课前布置的调查报告,根据学生准备情况和课堂表现计分。产品策划设计竞赛安排在每学期最后一次课,每小组通过组内分工,准备一个完整的新产品策划设计书,并通过15分钟左右的PPT展示和讲解,向评委老师展示整个产品设计、营销策划等。评委老师由任课老师、外聘教师团队成员组成,根据每小组的创意思

维、现场表现、策划书设计等方面给出评分,并作为其最终成绩的一部分。同时,为了调动学生的积极性,竞赛还会评选出一、二、三等奖,以资鼓励。通过考核方式的变革,评价取向转向创新能力培养,激发学生自主学习、自我研究的热情,促进学生创新思维和意识的进一步提升。

三、教学改革的效果

(一)初步形成具有特色的创新能力培养教学模式

围绕创新能力培养的核心目标,通过教学运行机制的改变、教学内容的重组以及教学方式的变革,初步形成了具有医药特色的、创新与实践锻炼相结合的市场营销学课程教学模式。

在创新能力培养教学模式中,校企双向介入式运行机制是突破口,通过建立双向介入模式,克服了原有传统教学模式相对封闭的缺陷,使之成为教学内容重组、教学方法改革以及考核方式变革的载体。教学内容重组模式和多种课堂教学方法的有效运用极大提高了学生的课堂教学参与度,课堂气氛活跃。新型的考核方式更加注重学生创新能力和团队合作能力的发挥,使学生在自主学习研究、团队分工与合作中不断提高自己的能力。调查显示,98%的在校学生对这种考核模式表示赞同和满意,95%的毕业生认为这种教学模式有利于职业发展。市场营销学创新能力培养教学模式不仅有利于学生的创新创业意识培养,而且对学生其他相关课程学习、毕业设计以及就业等都产生积极的促进效用。

(二)提升学生创新实践能力,建立具有创新精神课程教学团队

2012年以来,学校医药贸易专业毕业生就业率连续5年达到97%以上,根据2017年的调查,医药贸易专业毕业生就业去向主要集中于医药市场一线,从事医药营销工作。其中,药品行业占77.5%、医疗器械行业18.3%,剩余部分学生选择自主创业和考研。医药行业中,34.1%的毕业生在外资医药企业工作,12.4%的学生毕业5年内获得升职,毕业生质量受到用人单位好评。近几年来,市场营销课程团队教师组织指导医药贸易专业学生参加了多项创新创业大赛,取得了优异成绩。如2016年,医药贸易专业学生设计的“南医小屋”营销策划方案获得医政学院校园创业大赛一等奖。2017年,医药贸易专业大三学生设计的调研方案获得江苏省省级大学生创新训练计划重点资助项目1项,校级大学生创新训练计划项目4项。

该校市场营销学课程建设中,课程团队从仅有一人到形成校内校外专兼职结合、理论联系实践的

教学团队。教学团队成员通过集体设计教学方案、指导学生竞赛和实践锻炼、建设案例库等方式优势互补,提高了团队整体教学水平。团队成员多次获得学院、学校讲课竞赛奖项,主持市场营销专业人才培养等校级科研项目两项。经过数年建设,逐步形成了一个具有理论与实践创新能力的医学院校市场营销学的教学团队。

四、总结与思考

江苏省是我国的医药大省,随着医药市场规模不断扩大,医药企业对营销管理人才的需求也不断增长。市场竞争日趋加剧、医学药学新理念不断涌现,使得创新能力培养成为医药营销人才培养的新挑战。市场营销学作为医药贸易专业的核心课程,必须要紧跟时代潮流,及时改进和变革,以创新能力培养为核心目标,提高学生的综合素质和竞争力。

该校医药贸易专业市场营销课程在多年教学实践中不断探索,形成了富有特色的创新能力培养模式,建立了具有创新精神课程教学团队,提升了学生的创新实践能力。然而,在教学实践中,发现有些问题还需要进一步的完善:第一,教学团队中部分教师仍旧存在传统的理论知识灌输的思维定式,重理论而轻实践,不能完全理解创新能力培养的目标,缺乏实践经验,创新型教学团队建设仍需努力和完善;第二,教学模式的改变增加了学生日常的课业任务,由于药贸专业其他课程较多,学生反映课业负担较重,因此药贸专业课程体系还有待进一步优化。总之,创新是这个新时代的主题,也是经济发展的新需要。医药营销专业的实践创新能力培养应当作为人才培养的长期核心目标,在变革中不断深化发展。

参考文献

- [1] 周书美,魏敏. 浅析我校市场营销策划课程教学中存在的问题及对策[J]. 高教学刊,2015(22):83-84
- [2] 丰志培,倪飞. 基于创新能力培养的《医药市场营销学》课程建设探讨[J]. 经济研究导刊,2015(16):245-247
- [3] 付晓娟,杨元娟,李晓霞,等. 参与式教学法在医药营销实务课程中的应用[J]. 人力资源开发,2017(4):224-226
- [4] 官翠玲. 《医药市场营销学》实践教学模式探讨[J]. 湖北中医药大学学报,2012,14(5):78-79
- [5] 施能进,罗文华. 基于提升学生医药营销实践能力的《医药市场营销》课程实践教学模式改革研究[J]. 教育教学论坛,2014(52):93-95
- [6] 施能进,罗文华. 基于探究式教学的“CGASA”教学模式在《医药市场营销》教改中的实践研究[J]. 现代医药卫生,2016,32(7):1098-1100