### **小组合作学习在《营销策划》教学中的运用**

作者:彭卉 单位:广东文理职业学院

**摘要:**本文为了以提高《营销策划》教学质量为目的，对小组合作学习在《营销策划》教学应用中的问题进行分析，并给予相互解决方案的阐述。

**关键词**:营销策划;合作;教学方式

做好营销的前提是做好策划，所以，《营销策划》是一门重要的课程，也是综合性很强的学科，学生怎么从理论到实践去掌握《营销策划》的相关知识，需要拥有好的学习方法。小组合作学习是一种比较科学的，且比较适合《营销策划》课程的学习方法。

**一、学生存在着对小组合作学习的错误认识**

1.错误的参与意识

⑴事不关己，依赖性强一旦组织小组学习，就会选出组长，组员就会认为小组成绩是好是坏，主要认为都是组长的，学习中遇到困难，都应该由组长去解决，组长还要包揽那么没明确到个人的工作，最后只能以失败告终。⑵学习态度不积极在《营销策划》教学中，学生前期的学习任务，多是以讨论和互动为主的，九零后的学生对这方面比较感兴趣，到了好后期，需要学生动手进行实际操作时，学生都表现的畏首畏尾，没有积极性，都希望组长和学习特优的组员能多分担一点。⑶有抵触心理，不合群的表现《营销策划》教学中，在进行小组合作学习时，总会有个别的学生不愿意参与。有的学生是一向是独来独往惯了，做什么都是自己一个人；有的是性格孤僻，平时就没有什么朋友，这类学生要特别的关心和帮助；还有质疑小组学习必要性的，认为在日后实际中没用。

2.实际执行中有误

⑴错误的学习分配方式在学习任务分配时，最主要的就是细致化分配，可实际情况并非如此，“公平”是学生在任务分配是一再强调的，可最后随意不愿意接受任务量重的和难度大的任务，就算将任务以模块形式划分出去，最后执行却不理想，只有个别学生努力，完全失去了小组学习的意义，还有一些难以分配的任务，组长只能表态，大家一起完成，结果这个任务就是完不成的那个。⑵合作意识缺乏在小组成员着手完成任务时，却出现有些学生怕拖后腿，选择自己走一步算一步的想法，这是目标上出现个体与整体之间的矛盾。最导致不能集合小组全面力量，能力差的学生更没有了信心，任务重的学生得不到分担，结果小组溃不成军。⑶缺乏组内的沟通与协调小组合作学习是将课题任务以模块形式分配给每一位组员，是分散的个体，也是完整的一个整体，组内成员需要进行沟通，把掌握的资源实现共享，才能完成理想的效果，反之如果缺陷良好的沟通和协调，也许因为个人能力超强，那也仅限于个人任务完成的好而已，整个任务依然会存在漏洞。这里要举一个相关的例子，曾经有个学习小组被誉为“学霸天团”，从小组成员个人成绩看，属得上很优异，但从整体任务完成情况看，存在漏洞和冲突依然不少，致使学习任务无法完成。

**二、提高小组合作学习在《营销策划》中作用的方法**

1.怎样确保学生对小组合作学习的理解

在教学中正式引入小组合作学习之前，一定要做好课程开展的策略。此处举例说明：一是采用小组合作学习方法时，一定要先做好通知，让学生做好了解工作，并布置相关作业；二是采用口头汇报的方式抽查作业；三是进行课堂讲解。这是一个促进学生找到与小组学习方法的契合点，发挥自己的优势，避免理解误区。

2.将一些任务进行简单的演练

在小组合作学习课程的前期，教师布置相对简单的学习任务，组织一次到两次即可，任务分配先是随机，再是自愿。自愿选择任务是因为，根据随机分配任务的完成了解学习情况，找到学生擅长的一块，识别有些学生是否需要帮助，经过这个过程教师就会了解后续工作是否要改动，怎样才能取得最后的学习效果。

3.树立学习标杆

教师可以通过日常的学习任务完成情况，挑选出小组学习意识较高的、学习能力较强的、组织能力较强的学生做为组长，然后对组长进行怎么履行职责的培训。

4.小组学习形式多元化

根据每次即将讲述的《营销策划》课程特点，进行课堂或学习形式的定位，如课堂内、外交叉学习，应具有灵活性，多样性的教学理念，促使课堂气氛更活跃，教学效果更好。同时，提升学生的竞争意识。

5.教师做好学习督促工作

在学生展开小组合作学习时，教师要放下权威的身份，以学生为主体，提高教学的开放性和创新性。教师要做到全程跟踪、指导和督促，了解学习任务的完成情况，及时引导学生自主解决难题等。

**三、总结**

教学方法的优劣在于巧妙的设计和是否有与之适合的教学课程，好的教学效果不仅要有好的教学方法，更要有好的教师，新时代的教学理念是引导，只有教师放下权威，融入学生群体当中，结合好的教学方法，教学效果如何会不好。

**参考文献：**

[1]窦均林.小组合作式教学方法在营销策划实训课中的运用[J].桂林航天工业高等专科学校学报,2012,01:84-85.

[2]李晓纯.合作学习在高职市场营销课程教学中的应用[J].北京工业职业技术学院学报,2013,01:105-108.

[3]原惠群.互动合作学习在国际市场营销学教学中的应用研究[J].湖北第二师范学院学报,2013,05:100-102.