

第一编

教学法

对网络教学及网络课程 建设若干问题的思考

董黎明 何海燕

网络技术的飞速发展及普及，不仅消除了人与人之间沟通上的地域限制，也使现代教育方式获得了一种崭新的载体。随着网络教育在国内兴起和蓬勃发展，与之相适应的教育资源建设与优化，日益受到人们的关注。设计与开发适用于网络教育的高品质课程，已成为网络教育中最为重要而又迫切的任务。本文通过探讨网络课程的概念，分析目前的网络教育和网络课程设计中存在的问题，以及对如何设计开发网络课程等提出一些想法和建议。

一、对几个相关概念的理解

1. 网络教学

网络教学就是利用网络进行某一学科的教学，其目的是通过将课堂从现实向虚拟空间延伸，为更多的有需求者提供平等的学习机会。网络教学借助多媒体网络技术及数据库管理技术将教学大纲、教案、案例、例题等教学内容有针对性的与动画演示组织在一起，充分利用信息媒体的多样性和网络资源的丰富性，使网络教学生动形象，以提高学生的学习兴趣和学习效率。网络教学首先是教学活动，而不仅仅是技术尝试活动，它的核心是教学而不是技术。

2. 网络课程

网络课程是用于网络教育的课程，它首先是课程，其次是它具有网络的特点。网络是教学手段与方式，为课程服务，课程是网络教学主题。不同的网络课程应有不同的特点，不可千篇一律，使用相同的平台或相同的模块。网络课程的设计受课程特点的制约，网络教学手段的选择和使用应以课程为中心。只有恰当地运用网络手段，才能使课程突显其内在的特点与魅力。

3. 网络课件

网络课件是通过网络表现的某门学科的教学内容及实施的教学活动的总和，是在网络上传播的以网页形式呈现的教学单元。通过网页集成图形、图像、动画、音频、视频、声音等媒体表现形式，能在网上传播，突破时空限制。任何时候学习者都可以在线或者下载观看学习。课件的技术实现要根据实际需要采用最简单、最实用、最直接的一些手段，而不必局限于某种创作工具与方式。课件结构是教师教学理论、教学设计理论、学习理论的体现，良好的设计结构，有利于发挥学习者和教师在学习过程中的交互作用，更好地完成教学任务。

二、目前网络教学中存在的主要问题

网络教学的出现使教育信息的传播途径发生了改变，全新的与网络教学相适应的教育理念、教育模式和教学方法随之产生。但是，目前关于网络课程与网络课件的界定模糊不清，网络课程也被错误地理解成教学内容的简单罗列。几个课件或几篇讲稿，加上指定的参考教材几乎构成了目前网络课程的全貌。这些片面和模糊的理解，必然阻碍网络健康的健康发展。对此，笔者将目前网络教学中存在的主要问题作了如下简单的归纳。

1. 教学活动设计互动性不强

网络教学不是全新的教学，而是课堂教学的延伸，因而它也

必须具有课堂教学应有的互动性。教师在网络教学中的作用并不仅限于提供教学材料，教学活动的每一步都需要教师精心组织和指导，如学习情境的设计、学习策略的指导、交流和信息反馈等。目前的网络课程大多只有少数教师偶尔地参与在线答疑和师生讨论，缺少教师对讨论活动的组织、指导和对学习者学习活动的关注，没有真正实现小组学习、协作学习。总之，“重教学内容呈现，轻教学环境设计”。目前大部分网络课程仍强调“教”，强调知识的传授，一进去就开始知识教学，而没有给予一定的情境导入。大部分的网络课程都是文本教学材料或教师讲稿的简单呈现，有些课程内容比较空洞，没有根据教学目标对整个课程作统一的规划。网上只有一两节课的讲稿和试题库，没有给学习者设置模拟真实的学习情境，缺少一些让学习者去解决的实际问题，无法让学习者进行小组协作、角色扮演、讨论、学习解决问题。学习者在学习时，只能被动地接受教学内容，不能充分调动学习者的积极性和主动性。

2. 网络教学内容呈现形式单一

网络教学内容主要是通过三种方式体现：第一种方式是文本和静态图像，这种方式相当于书本的搬家。第二种方式是 POWERPOINT，讲稿，其做法是直接将教师的 POWERPOINT 演示文件放到网上。以上两种方式显然不符合学习者的认知规律，既没有对教育目标、教学对象、教学内容、教学方法等进行设计，也没有对网络环境下的教学活动进行设计。目前大部分的网络课程都以第三种方式——网页形式呈现，这是符合网络教育特点的，但大部分的网页都以静态方式展现，其组织方式也是线性的，缺少互动性，而且更新频率也不够及时。

3. 网络教学中的信息资源不足

网络课程在自主性学习方面只是体现学习者自己学习这一点，并没有为他们提供多种有利于进行自主学习的资源。这些自

主学习的资源，首先是资源库。网络用户的广泛性使得教师无法预测网上学习者的原有认知结构和水平。就一门课程设计来说，老师不可能将其做成“百科全书”，譬如一些专业性非常强的学科，对于原来对该领域不甚了解的学习者来说，就存在一定的难度。这时，学习者迫切需要的就是相关知识的电子图书馆式的资源库。其次是案例和习题库。对于所有的学习者来说，在他们对他们的学习效果进行检查时，就需要课程提供大量的相关案例，使他们在解决案例的过程中进行知识的再次建构。目前大部分网络学院和网校都提供了网上图书馆，但都是没有基于课程的，而只是提供一些资源链接，这对于学习者来说如同大海捞针，收效甚微。

4. 导航系统功能不强

众所周知，互联网能为学习者提供丰富的多媒体资源，而网络教学实施的基础和优势的发挥正是依赖于互联网的这一特性。为学习者创造出一种由他们自行控制的学习环境，是网络教学与传统课堂教学最大的差异所在，也是网络教学的魅力之源。但是如果网络课程的设置缺乏强大的导航系统，就会使学习者产生一种无所适从的感觉，学习效率低下，久而久之，对于学好课程的信心也会从高转为低，从有转为无。目前虽然有少数网络课程给出课程单元数、学时数和学习目标，但在以下方面仍做得不尽如人意。

(1)界面不够友好。一般我们称简洁明了、便于使用者操作的界面为友好的界面。而目前国内大部分的网络课程没有清晰的使用说明和较为强大的帮助功能，以致初接触课程的学习者不能很快地进入良好的学习状态。譬如，没有便捷的检索方式来帮助学习者使用网上图书馆中的资料，学习者只能中断学习进程，进入“图书馆”才能查阅；缺少课程学习的帮助系统，学习者只能按自己的上网知识来进行操作。

(2)虽然大部分网络课程提供了导航系统，但是，或功能不

够强大，或结构不够清晰，为学习者学习增加了不少麻烦。课程的组织往往不是层次状或网状的，而是线性的。由于不支持学习单元之间的查询、检索和跳转功能，学习单元之间的切换只能靠前进、后退甚至从头开始来实现，不便于有选择地、有间断地学习。

(3) 没有建立相应的学习者的私人信息库。

绝大多数的网络课程没有对学习者的知识水平进行有效的定位，更没有根据不同学习者的情况帮助其制定相应的学习计划或提供适当的学习方法以供参考。

学习者的学习进度不能被保存，不便于日后继续学习。学习者在学习过程中的重要信息和学习心得等资料也不能被保留。学习内容不连贯，学习进度无法保障。

5. 缺少评价与反馈

评价与反馈是教学中不可或缺的环节，是教学互动性的最常见的体现方式。在网络上实现互动并非难事，而目前绝大部分的网络教学存在着评价方式单一，评价形式呆板，以及互动性极弱等诸多现象。主要表现在以下几个方面：

(1) 目前网络教学的评价方式仅限于教师对学习者的评价（作业和考试），很少考虑学习者自身的评价、同伴的评价，而这两种评价对于学习者获得学习成就感非常有效。

(2) 评价的形式一般是客观题（选择题、是非题）和问题简答题的主观题，缺乏基于案例和问题解决型的练习。目前网络教学平台往往是仅给出答题结果，而没有给出适当的分析、评语，学习者只有自己猜测、思考问题的解决方法。基于问题简答方式的主观题，更着重于学习者知识的掌握、知识的再组织，并不是学习者解决问题的能力，而且这种题目目前大多采用人工改卷的方法，使学习者不能及时得到反馈信息，在一定程度上降低了学习者学习热情。

(3) 网络课程设计、开发时必须考虑师生、学生之间同步、

异步的交互与穿插进行，让学习者感到自己学习活动并不是孤立的，并非只有计算机和自己在对话，而是始终有人一起参与其中的，应该是人性化的。

三、关于网络课程建设的几点建议

我国的网络教育刚刚起步，首先需要的是转变教育观念，以先进的教育理论为指导，借鉴其他国家的成功经验，再吸收、创新，更快、更好地建设符合我国国情的网络课程。

1. 以现代教育思想为理论基石，加强教学设计

网络教育是一种新型的教育模式，这种教育模式必须运用现代信息技术手段，设计与开发出基于建构主义的学习理论、人本主义课程论和教学设计理论的网络课程。人本主义强调以人为本，其课程论则强调：课程以学习者与社会的共同需要为基石，以学习者的自我实现的人格理想为课程设计的核心；要求突出课程的情意基础，将教育内容与方法植根于情意的土壤中，强调情意教育和认知教育相统一；注重课程的个性化，发挥学习者的主体参与作用及社会的教育功能。教学必须从学习者的需求出发且突出情境创设和协作学习的重要性。网络教育的关键在于教学设计将教学与实践相联系，把学习的目标落实在培养学习者解决问题的能力上。教学设计包含了应用系统的方法分析教学问题，确定教学目标，建立解决问题的步骤，选择相应的教学策略和教学媒体，最后分析评价其结果等五个部分。进行网络教学设计时，要突出网络学习的自主性，强调教学资源用来支持“学”，而非用于支持“教”，重视学习需求分析、教学目标分析、教学内容分析、学习效果的评价与反馈、交流，尤其注重基于网络的学习情境创设和教与学策略设计。

2. 加强教育技术培训，帮助教师改变观念

网络课程的建设，如情境创设、学习者解决问题、学习策略

的选择等都离不开教师的参与和指导。因此，要建设高质量的网络课程，首先要解决的是转变教师对新信息技术的态度问题，消除教师对新信息技术的“抗拒”和“恐惧”意识，让教师了解新信息技术，了解网络教育，并积极参与网络教育。如果教师不能接受新的技术、新的事物，很难开发出高质量的课程，也难以实现大规模的高质量的网上教学。我们所提倡的帮助教师改变观念不是要从本质上改变教师的这种主体地位、主导作用，而是 一些从信息技术领域出来的年轻人与学科教师多进行交流、沟通，促使学科教师会很快掌握信息技术并为自己的教学服务。

3. 网络教学表现形式应多样化

在网络教学中，不仅有书本教材、音像教材，还 媒体教材。而对于多媒体教材，要求它一是满足教学性要求，~~选择~~是否恰当、是否满足教学需要；重点突出、难点分散、深入浅出、易于接收；注意启发、促进思维、培养能力；作业适量、问题典型，善于引导。二是满足科学性要求。三是满足技术性要求。四是满足艺术性要求。五是容错能力强、界面友好。一个适于自主学习的便捷导航系统应该至少包括：课程结构说明、课程的层次或网络目录结构(如网大的课程结构)学习历史与状态记录、课程和学习单元快速链接、便捷的资源检索、导航帮助等。

4. 加强评估，提高实效

采取多种评价方式对教学效果和课程进行评估，不断对课程的教学内容进行评估。在网络教学模式下的教学评价，因评价的标准从知识转向了学习能力，还包括了学习动机、兴趣、自主学习能力、协作精神等非智力因素。因此，多用自然语言加以描述，具有模糊性。世界上的一些发达国家很早就开始将网络应用于教学和学习当中，但至今仍未出台广泛认可的网上学习评价方案，以下只是国际上三个比较有价值的评价标准以供网络课程设计者借鉴。

(1)在线学习的认证标准

《E-Learning Certification Standards》是由以 Lynette Gillis 博士为主创者的著名教学设计与适用专业委员会建立的认证标准，由美国南伊利诺斯大学的测量专家使用 Angoff 方法（一种被评价专家认为是确定合格最可靠的标准参照法之一，2001 年 7 月底通过测试并定稿）。这一标准草案从三个方面对在线学习进行了评价，分别为：可用性、技术性和教学性。可用性共包括 8 个子项，主要针对用户在网学习时操作的方便性，如导航、界面、帮助、提示信息和素材内容在视觉和听觉方面的质量。技术性包括 6 个子项，这部分内容提出了网络课件安装和运行时的技术指标。教学性在这一标准中所占比重最大，它从教学设计的角度，对目标、内容、策略、媒体、评价等各个方面提出了 18 个子项。

(2)虚拟学习环境的教育评价框架

这个框架是由英国 Wales-Bangor 大学的 Sandy Britain 和 Oleg Liber 共同提出的。他们从评价策略的角度介绍了两种不同的模型。

一种是 Laurillard 提出的会话模型（The Conversational Framework），主要把教师和学生、学生之间及学生与环境通过媒体进行交互的活动情况作为评价对象，从所提供的各种学习工具的交互性上考察一个虚拟环境的优劣。报告从线性的会话进程分析了 WebCT（一种创作网络课程的写作工具）和 Virtual-University（模拟校园的风格而构建的基于客户端——服务器的综合学习环境）各自的特性，又从会话原则的角度分析了 TopClass（一种根据学习材料的单元而构建的在线学习环境，可以方便的导入、导出课程，并对学生的学习情况进行跟踪记录）和 COSE（英国斯塔福德大学基于练习的建构主义教学理论而开发的学习环境）在通讯性能、灵活性能、交互性能和反馈性能四个方面的对比。

另一种是控制论模型，主要依据 Stafford Beer's 的管理控制论中的可视化系统模型而改造成教育领域中应用的模型。从资源流

通、协作、监控、个性化、自主组织、结构的可变动性六个方面对 CoMentor(Huddersfield 大学以促进讨论和协作学习而开发的基于 Web 的网络软件) Librarian(以层次化的树状模型提供了对学员、学习活动模块化的管理功能的一种网上工具) Learning Landscapes(英国 Wales - Bangor 大学开发的 Java 应用程序,支持师生间的在线交互和商讨、创建、管理学习程序)进行性能的分析。

(3)在线学习质量

美国高等教育政策研究所和 BlackBoard 公司联合发布的基于互联网的远程学习评价标准。这一标准包括:体系结构、课程开发、教学/学习、课程结构、学生支持系统、教师支持系统、评价与评估系统等 7 个方面,又将这 7 个方面细化为 24 个必要的核心子指标项和 21 个非必要的可选子指标项。

参考资料:

1. 桑新民著.《多媒体和网络环境下大学生学习能力培养的理论与试验研究阶段性总结报告》.中国远程教育,2001年
2. 丁兴富著.《远程教育的微观理论》.中国远程教育,2001年
3. 祝智庭著.《现代教育技术——走进信息化教育》.高等教育出版社,2001年
4. 刘儒德著.《信息技术与教育相整合的进程》.《高等师范教育研究》,1997年
5. 张建伟著.《从传统教学观到建构性教学观——兼论现代教育技术的使命》.《教育理论与实践》,2001年
6. 柳栋著.《多媒体网络活动室的构想》.人民教育,2000年
7. Harris, J. B. Organizing and facilitating telecollaborative projects. *The Computing Teacher*, 1995
8. Levin, J., Waugh, M., Brown, D., & Clift, R. Teaching apprenticeships: A new organizational framework for improving teacher education using electronic networks. *Journal of Machine-Mediated Learning*, 1994
9. Bell, P. & Davis, E. A. Designing an activity in the knowledge integration environment. Paper presented at AERA, New York, 1996

“游戏”在市场营销学专业课 教学中的应用尝试

杨晓燕

市场营销学是一门实践性极强的专业，它的理论构架和内容无不与企业的管理与营销实践相关。市场营销学专业主要是关于企业如何根据目标市场的需要，制定比竞争对手更好的战略和策略，在综合考虑消费者和社会共同福利的基础上，实现企业的短期和长期发展目标。

市场营销学专业教学在我国经历 20 多年的发展，已在教材、教法 and 相应的理论研究方面取得了长足进步。在教材方面，目前，国内各类院校自编的专业教材已呈现系列化、多样化的特点，同时，原版教材也有了很大的选择余地。在教学方法方面，许多专业教师都在努力探索更加符合中国当代大学特点的教学方法。本文将介绍“游戏”在市场营销学专业教学中的应用前景和应该注意的问题，以期抛砖引玉。

一、现阶段我国市场营销学专业课教学模式

从上个世纪 80 年代起，随着市场营销学的引入，国内的大专院校在专业教学方面，主要采用的是“照本宣科”式的教学方法，这主要是由于国内的学者才刚刚认识到市场营销理论和实践的意义和价值，而对专业理论构架和特色尚处于学习摸索阶段，这一时期可以称之为“西方的市场营销学在中国（foreign marketing in China）”。在课堂上，老师更多地把注意力放在向学生灌输系

统的市场营销学专业知识上面，对这一新兴专业的实践性和应用能力关注有限，可以参考的资料和教材也不够丰富。

从 20 世纪 90 年代起，随着 MBA 教育模式的引入，特别是一批国内的营销学专家涌现出来，对西方的市场营销学专业的特点和理论都有了深入的认识和理解，大批中国学者们编写出市场营销学专业的教材和学术专著。案例教学成为专业教学水平和质量的标志。这一阶段可以称之为“营销在中国（marketing in China）”在教学中，教师不仅广泛介绍大量的专业知识，还结合大量案例，特别是中国公司的案例，注重培养学生对实际问题的分析能力。

自 20 世纪 90 年代末，随着中国经济的稳步持续发展，跨国公司把注意力纷纷转向中国，在中国进行经营和竞争已成为企业界和理论界的热点，企业在新竞争环境下如何生存也成了人们关注的焦点。国内一些著名学者开始注意到不仅要关注跨国公司的案例，更重要的是把握中国市场环境的文化特征以及中国企业营销的案例，甚至有学者提出应当改写西方市场营销学的“游戏规则”。中山大学卢泰宏教授编著的《跨国公司在华》一书不仅在内地畅销，还在香港特区、台湾省或日本都引起不小的轰动，这表明，市场营销学在我国现阶段已发展成为“中国的市场营销（Chinese marketing）”。

在教学方法方面，灵活地学习和掌握市场营销理论，培养学生独立解决实际问题的能力正在成为重要教学取向。在 MBA 教学方法中，利用游戏让学生参与决策和问题分析已成为教学方法中的“显学”。《第五项修炼》的作者彼得·圣吉在书中提到的“啤酒游戏”已被国内外的 MBA 教学和其他培训课程广泛采用，其他一些游戏也在不断地被开发和运用。

二、专业游戏教学的目的和作用

游戏在市场营销学专业教学中，一般用于启发学生参与实际

问题的分析和解决能力，以及启发学生认识到企业的市场营销活动所展现出的灵活性以及营销陷阱。例如，企业的市场营销活动最重要的一点是保持和发展与目标顾客之间的长期良好关系，创造顾客的品牌忠诚，然而，企业的营销传播工作却可能因传播和内容存在问题，而使企业的营销努力被“稀释”了。对这一实际问题就可以通过一个全体学生参加的游戏来强化这一理念。本人在 MBA 课程教学和本科专业教学中选用了一些游戏，都收到了预料之中的理想效果，也就是说，与游戏设计者要实现的结果完全相符。学生们不仅非常积极热烈地参与游戏，而且对这种形式均给予充分的肯定。

其中的一则游戏名称是“航空公司的经营”，目的是启示学生在竞争环境中，公司的正确决策还取决于竞争对手的决策。在游戏结束后，学生们无不吃惊地发现，他们的决策结果恰恰是“最不想看到的”。这则游戏能够告诉学生在真实的企业经营决策过程中，一是不要假定竞争对手比自己傻；二是不要打价格战，因为价格战中没有赢家。

它的具体操作方法是：

(1)将学生分成 5~6 组，每个组将分别代表一家航空公司；

(2) 市场经营的规则是：所有航空公司的利润率都维持在 9%；如果有三家以下的公司采取降价策略，降价的公司由于薄利多销，利润率可达 12%，而没有采取降价策略的公司利润率则为 6%；如果有三家和三家以上的公司同时降价，则所有的公司的利润都只有 6%；

教师要求每个小组派代表到教室外面，交代上述游戏规则。并告诉小组代表，他们需要初步达成协商。之后，小组代表回到小组，并将情况向小组汇报；

(3) 小组经过讨论五分钟后，需要作出最终的决策：降价还是不降价，并将决定写在纸条上，交给老师；

(5)由老师公布结果。

类似这样的专业性的游戏，具有生动、形象、趣味性强的特征，能够充分调动课堂气氛，吸引学生注意力，增强对专业的理解和实战意识。从来源和游戏组织过程来看，成本低、易操作也是很明显的优势。显然，专业的游戏教学是案例教学的补充和进一步发展，具有良好的应用前景。

三、专业游戏教学方法的前景和限制条件

在市场营销学专业课教学中运用的游戏并不是普通的游戏，而是通过游戏中蕴含的企业管束和营销决策问题来加深学生对专业知识的理解。随着市场经济的发展，企业所面临的新问题和新环境不断涌现，这些新情况很难通过不断更新的教材来体现，而通过不断开发的游戏则可以在一定程度上反映这些新问题。另外，在信息经济时代，学生接触和学习知识的机会和能力大为增加，所以，如何在课堂上通过创新的教学方法吸引学生参与教学过程，也将是教学方法改革的挑战。因此，这种利用专业的游戏改进专业教学方法的前景广阔。

但是，这种教学方法也存在一些限制条件，主要有以下几个方面：

(1)游戏的选择要与专业课程的教学内容相符合。从游戏的来源上看，目前主要有三个渠道，一是从专业学术著作中获取；二是从互联网上的免费资源中获取；三是由教师自己设计。其中，从互联网上获取是一个比较方便的途径，但是，如何从中选择恰当的游戏，仍需要教师自己的识别和调整。

(2)教师对游戏要实现的目标有充分的理解，并能对游戏过程及结果进行有效的控制和评价。无论是从何渠道获得游戏，教师本身的理解也十分重要。另外，在课堂上，学生的参与和反应与教师的说明和引导密切相关。因此，这种方法的应用可能需要教师在教学风格方面做一些适当的调整，使游戏达到最大的效果。

(3)学生的专业基础要求较高。游戏之所以首先在 MBA 教学或职业培训中得以运用，这与学员本身的专业水平和能力相适应。当这种方法在本科阶段运用时，一般要在三年级以上的学生中应用，这些学生已经开始接触和学习了专业基础课程，并且也学习了许多课外的企业经营方面的经验和知识，因此，可以理解并作出相应的“企业决策”。

总之，在市场营销学的专业课教学中，由于专业本身的实践性和趣味性，使游戏教学成为案例教学的补充和发展。它使学生在亲自参与企业“决策”过程的同时，对专业理论和知识有更加深刻的理解。同时，也使教师能够调动学生课堂参与的积极性，活跃课堂气氛。但是，游戏教学方法不仅要求学生有一定的专业基础，也要求教师能够对游戏过程给予充分的理解和控制。当然，游戏的内容与专业课程之间的一致性也是至关重要的。

参考资料：

1. 彼得·圣吉著．《第五项修炼》．上海三联书店，1998年7月第2版
2. 卢泰宏著．《跨国公司行销中国上下》．贵州人民出版社，2002年1月
3. 卢泰宏著．《营销在中国》．《南风窗》，2001年增刊
4. 卢泰宏著．《营销在中国 II》．广州出版社，2002年6月第一版
5. 高建华著．《不战而胜》．企业管理出版社，2001年3月第一版

市场营销专业教学法的一种新尝试

王卫红

一、引言

市场营销专业作为管理类学科专业的一个分支，是应用性极强的专业，它具有完整的学科体系结构，从营销学原理、市场调查与预测、消费者行为学，到广告学、零售学、商务交流乃至营销战略管理、营销信息系统等课程，无不在向学生灌输着处理具体营销事宜的规则、方法和手段，无不蕴含着科学理论、策略和艺术的深刻意义。说它具有科学性，因为它已经形成了完整的理论体系，建立了独立的学科，理论界以往对营销过程的分析研究、对营销策略的总结，以及用数学模型和数学方式进行应用研究所取得的成果，为营销奠定了科学的理论基础，这些理论为营销实践活动提供了普遍适用的模式、原则和方法。但同时营销还有艺术性，它是一种创造性的发挥，一种灵活处理具体问题的技巧，它源于对营销理论的综合应用及对营销经验的感悟提升，它强调营销的特殊性。市场营销原理不仅广泛应用于企事业单位和行政机构，而且逐渐应用于微观、中观与宏观三个层次，涉及社会经济生活的各个方面。因此，营销专业课的教学十分强调“创新”与“实践”，同时应重视营销基本素质的培养、营销思维方式方法的训练，营销操作能力的开发和培养及获取营销新知识的能力的锻炼上。要取得良好的教学效果，就必须学会灵活运用各种教学方法，以更好地实现营销教育与营销培训的目的。