

# 浅谈《医药市场营销学》课程教学方法的改革

何虹桦

广西中医药大学赛恩斯新医药学院

DOI:10.12238/er.v4i10.4284

**[摘要]** 立足于现代医学类院校关于《医药市场营销学》课程教学的现状,秉承培养具有创新精神和实践能力的高级专门人才的任务,课程教学方法改革显得非常必要。如何改革课堂教学方法,以适应新课程的要求,是我们面临的一个重要问题。通过对陈玉文主编,人民卫生出版社出版的《医药市场营销学》课程分析,有针对性地进行改革,从教学方法单一化,到教学方法多样性及灵活性改革,最后帮助学生系统了解市场营销的知识以及掌握实践能力。

**[关键词]** 医药市场营销; 教学方法; 改革

中图分类号: G421 文献标识码: A

## Discussion on the Reform of Curriculum Teaching Method of *Pharmaceutical Marketing*

Honghua He

Faculty of Chinese Medicine Science Guangxi University of Chinese Medicine

**[Abstract]** Based on the current situation of *Pharmaceutical Marketing* course teaching in modern medical colleges and universities, and adhering to the task of training senior professionals with innovative spirit and practical ability, the reform of course teaching methods is very necessary. How to reform the classroom teaching method to meet the requirements of the new curriculum is an important problem that we face. Through the course analysis of *Pharmaceutical Marketing* edited by Chen Yuwen and published by the People's Health Publishing House, we can carry out targeted reform from single teaching method to the diversified and flexible teaching methods, and finally help students to systematically understand the knowledge of marketing and master their practical ability.

**[Key words]** *Pharmaceutical Marketing*; teaching methods; reform

### 引言

目前,医学类院校《医药市场营销学》课程的教学方法存在单一化、实践性不够、时效性不强的特点。为提升学生的就业能力,以便更好的适应企业的需求,现就《医药市场营销学》课程教学方法进行分析,根据课程特点,提出理论教学与企业需求相结合、经典案例教学、情景模拟与项目教学法相结合、素质拓展教学法,旨在提升学生在系统掌握理论知识的同时,需结合实践,学以致用。

#### 1 必要性

1.1 《医药市场营销学》有广泛的应用性。营销已经不在是企业独有的销售手段,各高校中,均设立了市场营销的课程,医学类院校结合行业的特征,开设了

《医药市场营销学》课程,既拥有很强的逻辑性,又具有广泛的应用性。从学生就业角度分析,《医药市场营销学》结合了医学类专业和营销类专业的特点,让有医学背景的学生,同时拥有营销的能力,特别是自我推荐、自我营销、促进就业率的提升,事实上,经调查,学习过《医药市场营销学》课程的班级,其就业率比没有系统学习该课程的班级,就业效率更高。从学生实践能力的角度分析,营销学本质上是一门应用性和实践性很强的学科,在学习过程中,学生可以充分的结合理论与实践,从而对系统的知识融会贯通,化为己用。

#### 2 目前《医药市场营销学》课程教学方法存在的问题

##### 2.1 课程定位和建设目标不明确。

《医药市场营销学》是医学类院校医药经济管理专业的一门主干课程,在整个管理专业体系中,《医药市场营销学》结合了管理学、经济学、医药学等学科的特点,培养学生多方面的应用能力。而现实中,对《医药市场营销学》的课程定位和建设目标不明确,课程立足于什么出发点?培养具备什么能力的人?如何在教学过程中强化学生相应的能力?理论与实践如何有效的结合在一起?一系列的问题就出来了,导致了学生学后无所实践,或者无法与企业需求匹配,这也造成了学生就业时,选择的方向较窄。

2.2 课程教学方法的单一化。目前,大部分的医学类院校,在开设《医药市场

营销学》课程同时,也开设了《消费者行为学》,《商务谈判》等相关课程,旨在多方面的提升医药类学生各方面的能力,出发点是好的,可是也有一定的局限性,如无法促进学生深入地、系统地、升华地学习一门课程,学校的效果也仅限于理论,很难在实践中创新。

### 3 措施

3.1理论教学与企业需求相结合。陈玉文主编的《医药市场营销学》是我们常用的教材,其中第一、二章的导论与医药市场营销环境的学习,属于市场营销的大理论学习,系统化的学习和行为结果导向相结合。行为导向,是典型的以企业职业活动为核心,旨在促进学生职业能力提升,是契合了对营销类学生培养的目标的,在系统学习理论的同时,要以社会企业的需求为出发点,有针对性的培养相应的能力,从而提高就业率。教学之前,需要收集医药营销类岗位的职业需求、要求以及职业上升的规划和渠道,给学生一个明了的就业方向 and 生涯规划方向,让学生的系统学习理论的过程中,有所侧重的选择自己的研究方向,所谓“术业有专攻”,以往市场营销专业给人一种“万金油”的感觉,什么都能,却不专业。针对这个问题,在开始系统化学习理论知识之前,先了解需求,按需培养,使得学习更高效,对企业输出有价值的人才,对社会的效益也有所提升。

3.2经典案例教学法。案例教学法是市场营销专业传统的教学方法,通过筛选市场上经典的案例,结合理论知识,为学生提供具体的商业场景,提出问题,启发学生进行思考,期间可以使用头脑风暴法,对特定场景的问题,各自自由地发挥自己的意见和想法,群策群力,使得决策更有效。首先,收集案例,以小组为单位,收集不同的案例,提出不同的问题,在有限的课堂教学时间中,学生能够尽可能的接触不同的案例并思考。再次,

在各小组案例的基础上,各小组按照既定的教学流程,充分地针对问题而展开讨论,这里强调使用合适地方法,使得各小组成员能最大程度地发表自己的看法和意见。讨论结束后,由组长进行组织各成员的意见,集中分享小组成果。经典案例教学法对于提升学生的实践能力具有非常重要的作用,所以我们可把每个案例的分享、分析以及总结过程书面化,并装订成册,供同学们传阅。

3.3情景模拟与项目教学法相结合。医学类院校的《医药市场营销学》课程的受众学生群体一般是医药类专业学生,如“市场营销学”“心理学”“药学”“食品安全”等专业,而医学院中,医学核心科目较多,所以很少实践类科目,为了促进学生学以致用,我们可以在教学过程中,情景模拟与项目教学相结合。首先,由教师给定实际项目,并对项目进行分析和示范,学生根据老师给定的项目,按照流程拟定计划书。然后,利用情景模拟,对已经拟定的方案,进行模拟,提出设想,提出问题,提出解决的办法以及最后要达到的目标。最后,学校提供平台,一个学期集中一次的专业实践活动,如“跳蚤市场”“义卖市场”等等的活动形势,集中同学们开展他们的营销活动,让最初的方案落地,提升学生的实践能力。在活动结束之后,建议要形成活动的报告,把整个活动的实践方案落地过程汇编成册,以供下一届学生的活动参考,里面特别要写明活动落地过程中存在的问题,解决的方法,经过方案的优整后,达到的效果。通过情景模拟与项目教学法相结合,让学生把系统的理论知识和市场的实际情况相结合,对学生往后的就业有很大的促进作用,大学四年,共八次的活动实践,每次的项目活动难度应由易到难,给学生足够的提升空间。

3.4素质拓展教学法。随着我国的经济发展,对营销人才的素质要求也有大提升,企业的竞争也就是人才的竞争,拥

有高素质的拔尖人才,对企业的发展至关重要。但是,目前教学过程中,侧重理论的培养,对人才的素质培养的重视程度有待提高,高文化水平不一定是高素质人才。医学类院校的培养目标之一,就是培养出一批高技能的,能救死扶伤的医护人员,而我们医药类学生的使命也是存在很强的社会责任感,故加强学生的素质拓展培养显得尤为重要。第一,联合心理咨询中心,多开展素质拓展活动,如团建,强化学生的团队意识。第二,定期开展提升素质的讲座,渲染学生的大爱情怀,这里可采用学党史的方式教学,从党史内容中,强化学生的信仰的力量,引导学生成为一名有信仰,有大爱的医学生。

### 4 结束语

基于对《医药市场营销》课程教学方法的改革探索,提出了理论与实践相结合的多种教学方法,促使学生在系统化地学习理论知识的同时,也与时俱进地结合经典的案例学习,最后把活动落实,从而提升学生的竞争力,给企业培养出优秀的人才。

### 【参考文献】

[1]王启凤.《市场调查与预测》课程教学模式改革与实践[J].科技经济市场,2013(10):139-140.

[2]陈玉文.《医药市场营销学》[M].第八轮规划教材.人民卫生出版社,2016.

[3]陈笛,沈艳,沈志冲,等.信息化背景下医药市场营销教学改革与实践[J].中国医药导刊,2017(10):1073-1076.

[4]郎群秀.《市场营销专业教学法》[M].中国人民大学出版社,2011.

[5]苗春霞,黄水平,覃朝晖,等.医药市场营销学教学现状及影响因素分析[J].中华医学教育探索杂志,2011(4):504-506.

### 作者简介:

何虹桦(1989--),女,汉族,广东广州人,硕士,广西中医药大学赛恩斯新医药学院,助教,研究方向:工商管理。