

论跨学科视野中市场营销课程案例教学的创新

乔会李 李双双

哈尔滨信息工程学院 商学院

DOI:10.12238/er.v8i3.5931

摘要：市场营销作为一个不断发展与变革的领域，正面临着前所未有的挑战与机遇。随着科技的飞速进步和全球化的深入发展，市场营销课程的教育方式也必须与时俱进，以适应新时代的需求。在这一背景下，跨学科视野中的市场营销课程案例教学法的创新应用研究显得尤为重要。本文旨在探讨跨学科视野中市场营销课程案例教学法的创新应用，通过分析具体案例，揭示案例教学在市场营销教育中的独特价值，并提出相应的创新策略。我们期望通过这一研究，能够为市场营销课程的教育改革提供有益的参考，培养出更多具备全面能力、创新思维和实战经验的营销人才。

关键词：跨学科；市场营销课程；案例教学法

中图分类号：G64 **文献标识码：**A

Innovation in Case Teaching of Marketing Courses from an Interdisciplinary Perspective

Huili Qiao, Shuangshuang Li

School of Business, Harbin Institute of Information Engineering

Abstract: Marketing, as a constantly evolving and changing field, is facing unprecedented challenges and opportunities. With the rapid advancement of technology and the deepening development of globalization, the educational methods of marketing courses must also keep pace with the times to meet the needs of the new era. In this context, the innovative application research of case teaching method in marketing courses from an interdisciplinary perspective is particularly important. This article aims to explore the innovative application of case teaching method in marketing courses from an interdisciplinary perspective. By analyzing specific cases, the unique value of case teaching in marketing education is revealed, and corresponding innovative strategies are proposed. It's hoped that this research can provide useful references for the educational reform of marketing courses, and cultivate more marketing talents with comprehensive abilities, innovative thinking, and practical experience.

Keywords: Interdisciplinary; Marketing courses; Case teaching method

引言

传统市场营销教育往往侧重于传授基本的市场营销知识和技能，却忽视了其他学科的重要性。然而，市场营销的成功并不仅仅取决于产品和推销手段，还需要深入了解消费者的心理、市场的变化、社会环境的影响等多个方面。这些方面涉及心理学、社会学、经济学、统计学等多个学科的理论和方法。因此，跨学科融合的教育模式成为培养全面能力的营销人才的关键。案例教学法作为一种以技术应用为主、以能力教学为核心的教学方法，在市场营销课程中具有显著的优势。它不仅能够通过真实的商业案例，让学生将理论知识与实际应用相结合，提高其解决实际问题的能力，还能够通过案例的分析、讨论，激发学生的创新思维和批判性思维。

1. 案例教学法在市场营销学课程教学中的应用价值

1.1 有助于学生透彻理解理论知识

针对市场营销学中诸如市场分析、消费者行为、产品定价与渠道策略等抽象概念，案例教学提供了一种直观且生动的学习方式。通过引入真实企业案例，如某品牌成功运用差异化策略占领市场的实例，学生能够将理论知识与实际操作场景紧密结合，从而在脑海中构建起清晰的知识框架。这种教学方式不仅帮助学生深入理解理论，还促使他们在分析案例的过程中，逐步学会如何将理论应用于解决实际问题，实现知识的内化与迁移。

1.2 有助于锻炼学生实践应用能力

案例教学在提升学生实践应用能力方面扮演着重要角色。案例往往涉及多维度的市场营销挑战，要求学生从市场趋势、消费者心理、竞争对手动态等多个角度进行综合考量，

并提出策略建议。这一过程中，学生不仅锻炼了批判性思维和问题解决能力，还通过模拟企业决策过程，如制定促销计划、优化产品组合等，提前体验了市场营销工作的复杂性和动态性。这种“学中做，做中学”的模式，为学生未来步入职场奠定了坚实的基础。

1.3 有助于提升团队的协作能力

小组分析案例时，成员间的互动不仅限于观点的碰撞与融合，更体现在对彼此角色的认可与支持上。通过分工合作，如一人负责数据收集，另一人进行市场分析，再有人负责方案汇总与汇报，学生学会了如何在团队中发挥个人优势，同时也锻炼了沟通协调与团队管理能力。这种团队协作的经历，对于培养具有全局视野和高效执行力的市场营销人才至关重要。综上所述，案例教学法在市场营销学教学中的应用，不仅深化了学生的理论认知，更在实践能力与团队协作方面实现了全面提升，为学生未来的职业生涯铺设了坚实的道路。

2. 跨学科视野中市场营销课程案例教学法的创新应用

2.1 精选典型营销案例，帮助学生深入理解知识

在市场营销学课程的教学实践中，精选典型营销案例作为教学载体，是深化学生理论理解、培养其综合分析能力的重要途径。教师应根据特定的市场营销理论，从海量案例中精挑细选，确保所选案例既真实可靠，又紧密关联知识点，同时符合学生的学习水平与实际需求。这种教学策略旨在通过案例的深入剖析，引领学生将抽象理论与市场实践相结合，从而提升其市场分析、预判及解决实际问题的能力。

以小米公司的“粉丝经济”案例为例，该案例生动诠释了市场营销环境分析、竞争策略制定与品牌建设等核心理论。在教授相关章节时，教师可引导学生围绕“小米如何从一家初创企业迅速成长为全球知名品牌”这一核心问题，深入探讨小米的成功之道。通过分析，学生不难发现，小米的成功在于其精准的目标市场细分、独特的品牌定位以及高效的网络营销策略。小米通过深入了解消费者需求，精准定位年轻、追求性价比的用户群体，并以此为基础，构建了强大的用户社群。同时，小米充分利用互联网平台，通过社交媒体、论坛等渠道，与用户建立紧密互动，形成独特的“粉丝经济”模式。这一过程中，小米不仅有效传播了品牌理念，还通过用户反馈不断优化产品，实现了产品与市场的良性互动。通过对小米案例的深入分析，学生不仅能够深刻理解目标市场细分、品牌定位、网络营销策略等市场营销理论，还能学会如何将这些理论应用于实际业务场景，提升市场分析与预判能力。这一过程培养了学生的批判性思维与问题解决能力，为其未来职业生涯中的市场营销实践奠定了坚实基础^[1]。

2.2 借助小组合作学习，培养学生思维创新能力

在市场营销学课程的教学探索中，小组合作学习作为一

种高效的教学策略，对于激发学生的思维创新能力、深化理论理解及提升实践能力具有不可小觑的作用。通过构建模拟工作小组，让学生在角色扮演中深入探索市场营销策略的制定与执行，不仅能够营造浓厚的学习氛围，还能有效激发学生的学习热情，拓展其思维边界^[2]。

以华为 Mate 系列手机的成功市场推广案例为例，教师可组织学生围绕该案例展开深入探讨，并巧妙地将学生分为多个模拟工作小组，每个小组分别承担华为公司内部的关键部门角色。市场调研部需深入剖析市场需求、竞品动态及消费者行为，为后续的营销策略制定提供数据支持；产品策划部则依据调研结果，精心构思产品特性、定价策略及目标市场定位，确保产品能够精准触达目标客户群体；而广告宣传部则负责设计出富有创意的传播方案和推广活动，以吸引并留住目标客户的注意力。在这一过程中，小组成员们各司其职，又紧密协作，共同面对市场挑战，制定出一套完整且可行的市场营销计划。通过跨部门沟通与协作，学生不仅能够深入理解并应用市场营销理论，还能在方案讨论和意见碰撞中，突破传统思维框架，积极挖掘潜在市场机会，提出具有创新性和针对性的市场营销策略。这种小组合作学习的方式，不仅锻炼了学生的团队协作能力，更在无形中培养了学生的批判性思维、问题解决能力和创新思维，使其能够在复杂多变的市场环境中，迅速识别并抓住机遇，制定出高效的市场营销策略^[3]。

2.3 关注新质生产力动态，引导学生找准营销突破口

在当今这个日新月异的时代，新质生产力的崛起正以前所未有的力量重塑着经济社会的面貌，为市场营销领域带来了深刻的变革。因此，在市场营销学课程的教学实践中，我们必须敏锐地捕捉到这一趋势，将新质生产力的理念融入案例教学内容，以培养学生的前瞻视野和实践能力。为了让学生更好地理解并应用新质生产力于市场营销之中，我们亟需构建一个紧跟时代步伐的教学案例库。这个案例库不仅要广泛覆盖多个行业、多种类型的企业，更要特别聚焦于那些成功运用大数据、人工智能等新技术进行营销创新的企业。通过深入剖析这些企业的成功案例，学生不仅能够直观感受到新技术在市场营销中的巨大潜力和实际应用效果，还能从中学习到如何在具体实践中灵活运用新质生产力，精准找到营销的突破口。在教学实施过程中，我们应注重强化实践导向，引导学生紧密结合市场实际，全面分析市场环境、消费者需求以及竞争对手的动态。通过细致入微的案例分析，学生将学会如何运用新质生产力对市场趋势进行精准研判，从而敏锐地捕捉到潜在的市场机会。在此基础上，学生还需进一步制定切实可行的营销策略，以确保能够迅速响应市场变化，抢占市场先机^[4]。此外，为了让学生更贴近真实的营销场景，我们还可以邀请企业人员或行业专家走进课堂，分享他们的

实战经验。这些来自一线的声音将为学生提供更为生动、具体的案例素材，帮助他们更好地理解和掌握新质生产力在市场营销中的应用之道。通过这样的教学方式，我们不仅能够提升学生的理论素养，更能有效培养他们的实践能力和创新思维，为他们在未来的市场营销实践中打下坚实的基础^[5]。

2.4 实施案例复盘与反思，培养学生解决问题能力

在当代商业教育领域中，实施案例复盘与反思教学具有深远的战略意义。通过将理论知识与现实商业实践紧密结合，这种教学方法能够显著提升学生的问题解决能力。以智能手机领域的标杆企业苹果公司为例，其市场营销战略的成功经验为教学实践提供了丰富的素材。在课堂教学中，教师可引导学生深入剖析苹果公司如何通过多维度战略布局确立其行业领导地位：首先在产品层面，公司始终坚持以突破性创新为核心驱动力，不断将前沿科技与人性化设计相融合，打造卓越的用户体验；其次在生态构建方面，通过 App Store 与 iTunes 等数字平台，成功营造了丰富多元的应用内容生态系统，有效提升了用户粘性与品牌忠诚度；在品牌塑造层面，企业通过整合营销传播，精心设计产品包装，打造极具感染力的零售体验，成功树立了彰显品质生活的高端品牌形象；在营销策略层面，苹果公司巧妙运用限量发售与预约购买等饥饿营销手段，激发消费者强烈的购买欲望，进一步强化了品牌影响力。通过案例教学，学生不仅能够系统把握市场营销理论框架，更重要的是培养了敏锐的商业洞察力。在分析讨论过程中，部分学生观察到在日益激烈的市场竞争环境下，苹果公司面临产品同质化与市场细分等挑战，他们建议企业应当通过细化市场营销策略、优化产品线布局、开发性价比产品等举措，以满足多元化的消费需求，扩大市场覆盖面。这种基于真实案例的教学模式，不仅帮助学生将抽象的营销理论转化为具体的实践智慧，更培养了他们运用批判性思维分析问题、制定策略的能力。在案例复盘与反思的过程中，学生逐步掌握了如何在复杂多变的商业环境中，系统思考、

理性决策、灵活应对各类市场挑战的专业素养，为未来职业发展奠定了坚实基础^[6]。

3. 结束语

综上所述，跨学科视野中的市场营销课程案例教学法的创新应用，对于培养新时代市场营销人才具有重要意义。通过这一研究，我们不仅深入了解了案例教学在市场营销教育中的独特作用，还探索了跨学科融合在案例教学中的创新路径。未来，我们期待更多的教育工作者能够加入到这一研究中来，共同推动市场营销教育的改革与发展，为培养更多优秀的市场营销人才贡献智慧和力量。

[参考文献]

- [1]任继如.“市场营销学”课程思政案例教学效果影响因素研究[J].黑龙江教育(理论与实践), 2024, (03):86-89.
- [2]欧春尧.新商科背景下互动式案例教学模式应用过程及策略研究——以“市场营销学”课程为例[J].黑龙江教育(高教研究与评估), 2023, (10):84-86.
- [3]胡勇州, 庄爱华, 梁金容, 等.案例教学法在高职市场营销课程中的实施环节及要点[J].中国管理信息化, 2023, 26(06):216-218.
- [4]杨文光.“一流课程”建设视域下市场营销课程案例教学实践研究[J].对外经贸, 2020, (09):141-144.
- [5]李超, 巴淳, 米锐, 等.案例教学法在“市场营销学”中的应用探讨[J].当代教育实践与教学研究, 2020, (10):157-158.
- [6]葛晨冉, 王亮, 汪春成.市场营销学课程“三位一体”案例教学法研究与实践[J].安徽工业大学学报(社会科学版), 2020, 37(02):88-89.

作者简介:

乔会李, (1981.04—), 男, 汉族, 河南永城, 硕士, 正高级经济师, 研究方向: 经济管理, 大学生教育管理