# ****浅议营销专业学生的学习兴趣激发教育****

摘要：针对目前营销专业大学生学习兴趣不高的现实问题，首先提出学习兴趣的评价模型，其次分析营销专业学习兴趣不高的主要表现及原因;最后提出激发大学生对营销专业的学习兴趣的几点措施。

关键词：营销专业;学习兴趣;激发

兴趣是一个比较宽泛的概念，内在动机、有关的情感和态度、认知动机、喜爱和好奇心等都属于兴趣[1]。在教学中，笔者主讲了近十年的市场营销专业课程，能明显地察觉有当一部分营销专业的学生对本专业缺乏学习兴趣。他们有的迷茫，有的厌学与逃课，有考试时靠作弊来求得侥幸过关，有的只求考试及格或混个毕业证，这些都将直接影响到高校市场营销专业的教学质量。因此，如何激发他们对营销专业的学习兴趣?这是笔者常在思考的问题，也是我们营销专业教师必须面对的实际问题。

一、学习兴趣评价模型

(一)学习兴趣评价模型

根据课堂参与度与课外实践参与度两个因素，提出学生学习兴趣评价模型(下图1)。在此模型中，可将学生们分成以下9种类型：

(二)学习兴趣分类

以上9种类型的学生，我们把类型1，2，3统称为兴趣高的学生;类型4，5，6统称为兴趣一般的学生;类型7，8，9统称为兴趣低的学生。

兴趣不高，包括兴趣一般(类型4，5，6)和兴趣低(类型7，8，9)。

二、学习兴趣不高的主要表现及原因

(一)兴趣一般的主要表现与原因

1、兴趣一般的主要问题与表现

通过一对一的访谈，兴趣一般的学生主要有以下一些问题或表现：

(1)“营销专业不是我选择的，高考时我填的是比较好的专业，后被调剂过来的”

(2)“我觉得学的东西没用”

(3)“学营销就得去推销”

(4)“我不知道自己将来能干什么”

(5)“做营销得经常出去跑，太累”

(6)“做营销不稳定”

(7)“我感觉自己性格内向，可能不适合做营销”

(8)“我感觉自己不会说话，可能不适合做营销”

(9)“爸妈让我去考公务员”

(10)“老师课堂上讲的内容太空，不实用”

兴趣一般的学生人数大约占班级人数的70%，他们平时不会很努力，学习缺乏自觉性与主动性，为应付考试的居多;他们平时还能经常来上课，也会偶尔找与教师沟通。

2、兴趣一般的主要原因

(1)内因主要是营销专业的学生普遍比较迷茫，他们的思想中存在着诸多的困惑，对自己怀疑、对本专业的工作、以及就业前景没有信心。

(2)外因是现有的高考招生体制、教师的教学内容、教学方式或父母的影响。

(二)兴趣低的主要表现与原因

1、兴趣低的主要问题与表现

(1)经常逃课。“神龙见首不见尾”，“经常性逃课”，逃课的目的是为了“晚上玩电脑游戏，白天睡懒觉”居多数。

(2)上课不听课。“人在曹营，心在汉”，来了就趴在桌子上睡觉，或就在教室最后边的座位上呆坐着。

(3)较冷漠，基本上不会主动与教师沟通。

2、兴趣低的主要原因

以上兴趣低的学生大约占班级人数的15%。他们对营销专业的兴趣低，原因也是多方面。主要是他们自制力差，有厌学情绪;平时逃课，考试时靠作弊来求得侥幸过关，或只求考试及格混个毕业证。

三、激发兴趣的几点措施

(一)对兴趣一般的学生

“师者，传道、授业、解惑也”，对兴趣一般的学生，营销专业教师除了“传道”和“授业”，平时要多“解惑”，多做思想引导，增强他们对学校、营销专业和自己的信心，消除迷茫与困惑，从而激发他们对营销专业的兴趣。

1、“营销专业不是我选择的，高考时我填的是比较好的专业，后被调剂过来的”

解：“热门专业和冷门专业是相对的。前些年比较热门的法学、计算机科学与技术、英语、国际经济与贸易、工商管理、汉语言文学、电子信息工程、会计学等专业已经上了就业率差的本科专业排行榜了。”

2、“我觉得学的东西没用”

解：“有没有用，一是看你是否学到了知识，二是看你能否把知识灵活运用。其实，人生无处不营销。营销理念和知识对一个国家、城市、企业及个人的发展都有较大的指导作用。”

3、“学营销就得去推销”

解：“推销也是人生积累，很多大企业家都是推销员出身。比如李嘉诚年青时去五金厂做推销员，王永庆曾背着米挨家挨户去推销。并且，营销还不是推销这么简单，推销只是营销中较低层次的工作内容，营销还包括市场研究、销售管理、广告、营销策划等诸多专业的工作内容。”

4、“我不知道自己将来能干什么”

解：通过举例说明上几届师兄师姐们的就业情况和工作性质，让营销专业的学生们能大体上了解自己将来是会干什么。例如：“营销专业的毕业生，大多数做销售去了，一般是做区域经理，比如你们上两届的师兄，有六个师兄是上市公司三金药业的省级区域经理，有二个是上市公司广陆数测的省级区域经理;也有些做营销策划去了，比如XX师兄现在XX(知名)广告公司做策划。”

5、“做营销得经常出去跑，太累”

解：“做营销是比较累。现在社会竞争激烈了，工作都是比较累的，比如做公务员应酬累、做老板的心累、做教师的也累。做营销有自由，还能挣钱，算比较好的职业选择了。并且，能全国各地跑跑，不仅可免费旅游，还能开开眼界，增长见识，也有利于自己将来创业。”

6、“做营销不稳定”

解：“稳定的工作一般风险低，风险低收益就相对要低;年青人应该充满闯劲，而不是想着稳定;自己有营销专业能力就是金饭碗，去哪都能吃得香。”

7、“我感觉自己性格内向，可能不适合做营销”

解：“其实，我和你们一样，读大学时性格内向，羞涩。学了营销专业，性格就开朗多了;工作了，环境变了，接触的人多了，性格就变得更开朗了。”

8、“我感觉自己不会说话，可能不适合做营销”

解：“我读大学时，和你们大多数人一样，也不会说话，也不敢和陌生人说话。但会不会说话是可以锻炼出来的。比如大学课堂上多争取上讲台，训练自己面对公众说话的能力;平时胆子大些，训练自己主动与陌生人沟通的意识和能力。有时做销售，太能说还不是好事，会给客户一种夸夸其谈，不可靠的印象。”

9、“爸妈让我去考公务员”

解：“人生无处不营销。营销理念和知识对一个国家、城市、企业和个人都有影响。考不考公务员与学不学营销不会有直接冲突。公务员如果有营销思想，也能更好地经营一个城市或组织，也能更好地经营好自己的职业生涯。”

10、“老师课堂上讲的内容太空，不实用”;

解：对这个问题，除了教育学生要虚心向每一个人，向每一个教师学习之外，更需要营销专业的任课教师从社会实践、上课形式与内容等多方面提升自己，满足学生需求。

(二)对兴趣低的学生

兴趣低的学生相对冷漠，他们不会主动与教师沟通。对这一部份学生，主要是唤起他们的责任感与成就感。可以采取以下措施来影响他们，激发他们对营销专业学习的兴趣。

1、主动与他们联系。一般来说，他们不会主动与教师沟通。

2、与他们一对一的谈心。他们内心相对冷漠，仅靠空洞的说教无法影响他们;最好像个朋友一样与他们聊聊天，可先聊聊他们过去，以唤起他们曾有的成就感。沟通过程中不可带着责备或批语的用语。

3、及时在课堂上表扬他们。让他们感受自己仍然受到同学和老师的关注与尊重。

4、给他们授以责任。比如委托他们帮收同学的作业，或帮教师点名，这些也能唤起他们的责任感和归属感。

5、讲故事刺激他们。对谈心、表扬、授以责任都无效的学生，可考虑加强刺激力度，可讲一些父母如何辛苦并期望子女能通过读书改变自己及家庭命运的故事，通过亲情来刺激他们冷漠的内心，唤起他们的责任感和从此要好好学习的愿望。

(三)其它措施

除了对以上具有针对性的措施，我们还可以通过其它具有通用性的措施来激发大学生对营销专业的兴趣：

1、认真组织大一新生进行详细的专业介绍。这对营销专业学习兴趣的影响极为重要，但目前学校对此项工作的重要性认识不足，往往只安排个别教师出场，专业介绍也流于形式，没有实质性的内容，让学生无法理解到营销专业的性质，以及营销专业对他个人职业生涯有何影响。流于形式的专业介绍不仅无法激发学生对营销专业的兴趣，还会给他们心理新添消极的因素。

2、理论联系实际。老师课堂教学时，可考虑联系身边的产品或企业，或最新的新闻报道，引导学生从营销专业的视角去分析和讨论问题，从而让学生感悟到营销理论与知识对解决生产实际问题的作用与意义。

3、在授课过程中，要经常对学生进行正确的学习目的教育。把学生学习的个人利益与社会利益结合起来，把国家和社会的要求转化为自己的需要，从而产生社会责任感，自觉自主地去学习[2]。

4、在授课过程中，适时而恰当的对学生进行表扬，使其建立自信心。

5、在授课过程中，通过引导学生进行广泛的阅读来培养学生对营销专业的兴趣。

6、增加实践环节[3]，认真组织实践环节。通过实践让学生体会到营销工作其实并不神秘，并能体会其中的小小成就。但目前许多高校的营销专业实践也流于形式，无法让学生参与实际的营销工作并体会其中成就感。

7、改进营销专业教师的教学方法。比较常见的有情境教学法，即通过多媒体课件、VCD教学片、以及创设“自主学习”的情境，调动起学生的情感因素，使学生积极参与学习活动。改变一言堂、满堂灌的教学形式，实行开放式、参与式的教学方式。组织小组学习，学习小组在教师的引导下，群体研讨，协作交流，既达到知识技能互补，又能培养学生之间协调、合作的团队精神。

8、开始组织学生进行职业生涯初步规划。通过职业规划，明确奋斗目标，可进一步消除心中的迷茫。

9、提升营销专业教师对本专业教学的兴趣。教师学的兴趣、教师教的兴趣与学生学的兴趣是相互作用的三种兴趣。要使学生具有学习兴趣，教师首先得保持教的兴趣，而教师教的兴趣又离不开自身学的兴。

总之，提高大学生对营销专业的学习兴趣，是提升高校营销专业教学质量的重要举措。我们需清醒地意识到兴趣对大学生成长与成才的重要性和兴趣可激发性，通过学习兴趣评价模型评价学生对营销专业学习兴趣的高低，并针对不同类型的学生，采用消除迷茫与困惑，增强他们对学校、营销专业和自己的信心，唤起他们的责任感与成就感等一系列措施，从而激发他们对营销专业的学习兴趣。

参考文献：

[1]赵兰兰,汪玲.学习兴趣研究综述[J].首都师范大学学报(社会科学版),2006,(6).

[2]韩梅.如何培养学生学习专业基础课兴趣[J].西北职教,2007,(6).

[3]刘清神,刘子呢.如何提高农科大学生对专业课程的学习兴趣[J].安徽农学通报,2007,(7).