

职业教育中，学生学习兴趣的提升之我见

齐凤兰

(吉林省临江市职业技术学校 吉林临江 134600)

摘要: 现代教育提倡学生初步学会从各角度提出问题、理解问题,并能综合运用所学知识和技能发展应用意识,解决问题,对职业学校的学生来说这方面要求尤为明显。如何将社会实践知识运用到课堂,将书本知识与之融合,并在融合的过程中,提起学生的兴趣,这对于整个课堂、整本书,乃至学生的这一段生命历程,都非常重要。希望每位教师要成为教育教学的研究者、创造者,在教学过程中,探寻一些真正适合学生学习发展的教学方式和方法,来更好地提高他们对学习,对生活的兴趣。

关键词: 提兴趣 引兴趣 奖兴趣 比兴趣

中图分类号: G712.4 **文献标识码:** A

DOI: 10.12218/j.issn.2095-4743.2022.13.172

时代在向前发展,经济、文化、科技等方面都在不断地发生着翻天覆地的变化。伴随着这些日新月异的变化,教师与学生的角色也已悄无声息地发生了转变。传统教育中,教师主动地“教”,学生被动地“学”早已不再适应现代教育的发展,取而代之的是一种新型的师生双向沟通与互动的课堂方式。在这种新的方式下,学生的学习状态发生了改变学生的学习状态如何,直接决定对教师授课内容能否理解和接受。更重要的是,教师要更加关注学生的学习过程以及情感、态度、价值观、能力等各方面的发展,这对学生的未来发展是非常重要的。教师的教学效果怎样,一方面体现在是否对教材内容、知识点进行了清晰阐明;另一方面是能否激发学生的学习兴趣,唤起学生的求知欲望,让他们兴趣盎然地参与到教学的过程中来,通过自己的主动思维活动和动手实践来获得知识。职业学校中的一部分学生,由于受到家庭、社会等因素的影响,对学习缺少兴趣。针对这些学生,教师应做到“特别的爱,给特别的你”,重新激发他们对学习的兴趣,对生活的热爱,树立正确的人生观、价值观。这对他们以后的学习、工作、生活都有非常重要的意义^[1]。

一、重设计,“提兴趣”

现代教育提倡学生初步学会从各角度提出问题、理解问题,并能综合运用所学知识和技能发展应用意识、解决问题。随着社会主义市场经济体制的逐步形成。如果仅仅是重视书本知识,忽略对这些实际的知识应用,恐怕就太不合时宜了。教师要让学生明白,我学到的知识,就是以后在社会生活中会遇见的、要用到的,和自己的生活息息相关的。因此,教师要将这些社会实践知识运用到课堂中,与书本知识融合,并在融合的同时,提起学生的兴趣。

就学习而言,学生一旦“会学”,在学习过程中享受到通过自己动脑思考来获取知识的成功喜悦,便会强化他们的学习动机。有良好的动机作引导,学生的学习兴趣就会引发。伟大的物理学家爱因斯坦曾经说过:“兴趣是最好的老师。”有兴趣作老师学生就会更喜欢学习。因此,老师在做教学设计时,要考虑到如何促使学生始终处于最佳的学习状态,让学生保有对知识点的探究欲望,他们才会对学习有发自内心的渴望,从而保证施教活动的有效性和预见性。

例如,市场营销是随着社会发展产生的一门新兴学科,最初人类的物物交换只是现代市场营销的一个简单的雏形。随着时代的向前发展,社会的逐渐进步,市场营销观念也逐渐清晰化,并且经历了由生产观念到产品观念,推销观念,再到市场营销观念的演变过程。由原来“皇帝的女儿不愁嫁”的卖方市场说了算,到现在消费者的需求决定整个市场发展的买方市场。期间,经历了一个复杂而漫长的过程。《市场营销知识》这本书总结了经过这个漫长阶段,人们在实践生活中总结出来的,市场发展的一些规律及其成型的一些理论、方法,及与市场有关的各方面知识。这样一个漫长过程的归纳、总结,要如何引起学生的兴趣?很主要的一个方面是取决于老师对课堂的设计。教学设计要达到一个好的效果,课前的预习安排,预习时问题设置,整个课堂的各个教学环节如何进行?通过什么方式,什么样的切入点,怎样提起学生的兴趣?抓住并强化这种理念、思想,从“毫不相干”,到“柳暗花明”,再到“盘根错节”,直到最后的“恍然大悟”,让学生由被动变为主动,每一个教学环节都非常重要。只有针对学生的实际情况,课前将每个环节都设计好,才会更可能达到较好的预期效果^[2]。

二、巧设问“引兴趣”

学生学知识是为了用知识。但长期的传统教育使大多数学生不知道为什么学习，学习有什么用。因此，在教学时，我针对职业学校学生的年龄特点、心理特征以及当地所处环境特征、地理位置特点等，密切联系学生的生活实际，精心创设情境，让学生在实际生活中运用所学知识解决问题，并能从实际生活中总结归纳需要掌握的知识点，从而切实提高学生解决日常生活中所遇到的实际问题的能力。例如：在“产品组合”这节课中，首先，由我们日常生活中每天都要用到的牙膏、毛巾、香皂等日用品，或冰箱、彩电、洗衣机等家用电器引入，带领学生一起探究分析：“我们购买某一产品究竟是为了买什么？”因为这些都是日常生活中每天都能看到的东 西，对学生来说并不陌生，老师说到，学生就能想到。教师通过抛砖引玉，先给学生提出问题，让学生思考，再回答。学生的答案会各有不同，教师对不同的答案逐一给以分析、解答，最后再对学生的答案整体分析、归纳，由此引出本节课中的重点内容——产品整体的概念，即：指向市场提供的能满足人们某种需要的一切东西，包括有形物品、无形的服务和人员、组织、观念或它们的组合。单从概念来理解，这个知识点似乎有些抽象。在举例时，老师可指出：“其实，我们书本中的许多知识都在现实生活中存在，而且与生活息息相关。”接下来，老师举几个例子，让同学们分析出产品整体概念都包括哪些层次。例如，我们买东西时目的是干什么？即消费者所追求的实际效用和利益，其实也就是我们所说的使用价值，买产品为了做什么，也就是消费者的目的，这就是核心产品。而要达到这种使用价值，产品必须以某种形式存在，即水平、特色、款式、品牌、和包装等，这种形式就是它的形式产品。买到产品后所获得的附加服务，即提供信贷、免费送货、维修保证、安装、技术培训、售后服务等就是整体产品的附加产品。教师在让学生理解了产品整体概念包括核心产品、形式产品、附加产品三个层次后，再向学生提问：“除此之外同学们还能分析了我们身边其他的一些产品的各个层次吗？”学生们开始活跃起来，一位学生举起了手：“冰箱的核心产品是食品保鲜，有形产品是它的品牌、包装、款式等，而附加产品是送货到家，安装调试、保修、售后服务等”。学生受到启发后，紧接着就举起手来分析了洗衣机、手机，空调等这些生活中常用商品的核心产品、形式产品和附加产品分别是什么。这样，每个学生都在生活中找实例，联系教学内容，分析产品整体的各个层次，真正将书本知识与实际生活相联系，从而消化、吸

收并掌握这一节的重点内容。学生从这节课中能深深感受到“人人学有用的知识”的新理念。教师经常这样训练，会使学生深刻地认识到要学习的知识就是自己生活中用到的知识，从而明白学习对于自己的生活有多么重要，学每一科知识的价值有多大，进而激发他们好好学习的强烈欲望，真正地变“要我学”为“我要学”。

三、促团结，“奖兴趣”

在教学过程中，教师要让学生主动团结起来，共同完成学习任务，既有利于对教材内容的理解，又可以让学生互相帮助，明白“团结起来力量大”的道理。在学习过程中，我会安排学生分组做一些市场调查。例如：在“市场营销调研”这一节教学设计及教学过程中，我要求学生以四人一小组为单位，调查、了解生活中各行各业，收集生活中最感兴趣的一件事情、或物品等的有关资料，必须通过实际调查收集数据，保证数据来源的准确、可靠。对于书本知识，学生学起来可能会略觉乏味，但说到要做市场调研，学生的热情一下子高涨起来。学生们纷纷利用课下，业余时间通过报纸、杂志、广播电视和实际调查、网上查找等方式对他们感兴趣的问题展开调查采访或查阅资料。有的同学调查了高中生喜欢的偶像的类型；有的同学调查了让父母做家务又快又好的用品；有的同学调查了小朋友喜欢的小玩具、用品等，还有的同学调查了青少年的兴趣爱好等……对各种调查学生都通过自己的实际了解，做了详细的数据资料记载、分析、对比，总结，并通过小组集体讨论，对产品、市场等方面自己得出结论。学生们搜集的资料丰富多彩，内容涉及各行各业，经历了搜集数据，案例分析这样一个互相帮助，共同探讨的过程，学生懂得了无论做什么，只靠一个人的努力是不够的，要一起努力、共同成长、博采众长，才会得出更好的结论。最后，再让学生从设计过程和总结结论这两方面推选出做得最好的一组，并评出一、二、三等奖项来，让学生知道自己做得比别的同学好在哪里，差在哪里，以后再做类似的比赛如何能取长补短，该向哪个方面努力。教师用这种方式来调动学生的积极性，学生从中能体会到营销调研在社会生活中的实际意义，既培养了他们善于观察生活、乐于探索研究的学习品质，又强化了学生与他人合作交流团结的意识^[3]。

四、做主持，“比兴趣”

于国家，中央领导是我们的主持人；于家庭，父母是孩子的主持人；而对于以后的自己，学生们终将是自己生活的主持人。在教学过程中，我会有意识地让学生自己在学习方

面培养自己，通过自己的努力为自己“做主持”。在“市场细分”这节课的教学活动过程中，我带领学生进行了“如何对市场进行细分”的课堂教学活动：这节课要求学生首先要理解什么是市场细分？市场细分是根据构成总体市场的不同消费者的需求特点、购买行为和购买习惯，把某一产品的市场整体划分为若干个顾客群体，每一个由需求特点相似的顾客组成的群体构成一个细分市场。教师在讲解定义时一定要让学生明白，市场细分，是对消费者进行分类，针对的是消费者这个人群，而不是对某一产品进行分类，这对市场细分这一概念的理解尤为重要。为了更清晰地理解市场细分的概念，我让学生根据定义，以服装市场为例，说明如何对其进行细分，根据是什么？因为每个同学的喜好不同，出发点就会不一样，分类方式也会不一样。课前，我将要预习的课题内容布置给学生，由学生自己进行社会调查，根据自己的调查结果对服装市场进行分类。经过了课前的预习调查做准备，上课时，每位学生都作为这节课的主持人，身着自己喜欢的服饰，以自己的风格将自己的作品（调查结果）展示出来，并说明自己是从哪方面着手的？如何将服装市场分类的？每一类的人群有什么特点？通过分析总结，比一比自己的想法和别人有什么不同？并就自己喜欢的类别作着重展示，不仅是款式，更重要的是内在、细节。要让学生理解，你诠释给大家的不仅仅是就服装这一市场对人群的分类，更重要的是你对服装市场发展的一个看法、一个趋势、一个方向。大多数同学从性别出发，对服装市场进行了男装和女装的分类；还有的同学从消费者的年龄段出发，将服装市场划分为婴幼儿市场、青少年市场、中老年人市场；有一位同学以自己的想法为基点，对服装适合的场合不同，并在每一场合的不同时段进行了详细的分类，分类细致、合理，见解独特，这一想法博得了大家的一致好评。最后，教师对学生的各种细分方法进行总结，结合教材内容点播完善，学生再自己进行小

结、对比、归纳、反思，最终将“市场细分”这一概念的含义及市场细分的标准和条件理解得清清楚楚，明明白白。整节课学生体验了知识来自生活、服务于生活的现代教学观，较好地体现了比一比，看一看，取他人之长，补己之短的思维模式，学生主动探究、交流、学会了多种有效的学习方式。

历史的车轮滚滚向前，新知识、新观念、新思维、新事物如雨后春笋般扑面而来。在现代教学过程中，传统的接受式教学模式已被现代生动活泼的教学活动所取代，学生渴求的不再仅仅是书本上的知识。课堂活起来了，学生动起来了，敢想、敢问、敢说、敢做、敢争论；学生的思维充满了活力，充满了对新知识、新事物的跃跃欲试。教师要围绕知识内容，更好地确定自己的角色，“导”好每一节课。教无定法，贵在得法，对于教学需要教师不断回味与反思，才能解得“其中味”。希望我们每位教师都能成为教育教学的研究者、创造者，在教学过程中，力争做好学生人生旅程的引路人，探寻一些真正适合学生学习发展的教学方式和方法，来更好地提高他们对学习、对生活的兴趣。

参考文献

- [1]苏锡莉.《市场营销知识》——产品组合策略的教学反思[J].读写算(教育教学研究),2012,000(044):48-48,49.
- [2]颜枫.高职院校学生学习兴趣与学习能力提升之我见[J].赤子,2017(5):1.
- [3]吕丽琴.市场营销知识课教学的反思[J].新课程(下),2016(3):162.

作者简介

齐凤兰(1973—),女,汉族,吉林临江人,本科毕业,研究方向:中职学生市场营销学。