

# The Design of the Marketing Teaching Model Based on Constructivism Theory and AIDAS Theory\*

Yunjing He, Ying Liu, Tongbo Zheng

School of Economics and Management, Taiyuan University of Science and Technology, Taiyuan  
Email: [hyj33186@163.com](mailto:hyj33186@163.com), [liuying6630@sina.com](mailto:liuying6630@sina.com), [zhengtongbo962789@126.com](mailto:zhengtongbo962789@126.com)

Received: Jul. 23rd, 2012; revised: Aug. 2nd, 2012; accepted: Aug. 6th, 2012

**Abstract:** Teaching should take the student as the center. The teaching model is the organic combination of certain educational ideas, theories, concepts in order to achieve the training objectives. The teaching model is an important part of teaching quality assurance system, which is based on the teaching quality evaluation standards, the quality of teaching process design and implementation. Therefore, the design of the teaching model is the key elements of each teacher lesson planning. Teaching model is composed of six parts: educational theory, training objectives, course content, teaching methods, teaching conditions, and teaching evaluation. Constructivist learning theory has become the mainstream theories of international science education reform; AIDAS principle is an effective method to enhance students' learn willingness. Market development capability is the core of the marketing. SWOT analysis, the STP theory and 4P combination is the key to marketing. The lecture method, the problem method, inquiry approach, discussing are the main teaching methods of marketing.

**Keywords:** Marketing; Knowledge Structure; The Teaching Model; Constructivism; AIDAS Theory

## 基于建构主义和 AIDAS 理论的市场营销学 教学模式的设计\*

何云景, 刘 璘, 郑同波

太原科技大学经济与管理学院, 太原  
Email: [hyj33186@163.com](mailto:hyj33186@163.com), [liuying6630@sina.com](mailto:liuying6630@sina.com), [zhengtongbo962789@126.com](mailto:zhengtongbo962789@126.com)

收稿日期: 2012 年 7 月 23 日; 修回日期: 2012 年 8 月 2 日; 录用日期: 2012 年 8 月 6 日

**摘 要:** 教学应该以学生为中心。教学模式是为实现一定的培养目标, 基于一定的教育思想、理论、观念基础上的人才培养诸要素的有机组合。教学模式是依据教学质量评价标准, 对教学过程质量的设计与实施, 是教学质量保证体系的重要内容。因此, 课程教学模式的设计是每位老师备课的关键内容。教学模式构成的要素由六部分组成: 教育理论、培养目标、教学内容、教学方法、教学条件和教学评价。建构主义学习理论已成为国际科学教育改革的主流理论; AIDAS 原理是提升学生学习意愿的有效方法。市场开拓能力是市场营销学课程目标的核心。SWOT 分析、STP 理论和 4P 组合是市场营销学的关键内容。讲授法、问题法、探究法、讨论法是市场营销学的主要教学方法。

**关键词:** 市场营销; 知识结构; 教学模式; 建构主义; AIDAS 理论

\*资助信息: 1) 山西省普通本科高等教育教学改革研究项目(200919-199); 2) 山西省高等学校教学改革项目(2012066); 3) 太原科技大学 MBA 课程建设项目(201203); 4) 太原科技大学教学研究与改革项目(201120)。

### 1. 引言

1999 年,教育部高教司将市场营销学列为工商管理类专业的核心课程。市场营销学作为核心课程的原因之一是它研究的核心关键词是“交换”。交换是社会再生产过程的一个关键环节,是联结生产及由生产决定的分配和消费的桥梁。原因之二是“市场营销理论、方法和技巧,不仅广泛应用于企业和各种非营利组织,而且逐渐应用于微观、中观和宏观三个层次,涉及社会经济生活的各个方面”<sup>[1]</sup>。原因之三是菲利普·科特勒(1987)的精辟总结:市场营销学是“我们这一代人的一种核心思维方式”,“极大地激发了律师、医生、管理人员、博物馆馆长、政治官员以及经济发展专家的丰富想象力”<sup>[1]</sup>。市场营销学的重要性要求教师要精心设计其教学模式,以便在有限的课时内更高质量地实现教学目标。

### 2. 市场营销学的知识结构

目前,国内使用较多的市场营销学教材有两本,主编分别是吴健安(高等教育出版社)和郭国庆(中国人民大学出版社)。两本教材的章结构排序不同,但内容基本一致。按内容对章进行分类,可分为基础知识篇、市场分析篇、营销战略篇、营销策略篇和营销管理篇。

市场营销的发展“本质上是一个由消费者(买方)决定,而由生产者(卖方)推动的动态过程”<sup>[2]</sup>。也就是说,市场营销学是研究买卖双方两大主体的交换行为、过程与规律的科学。据此,基于买卖双方两大主体视角的市场营销学知识结构,可以表示为图 1。

图 2 是营销策划的内容与过程图。图 1、图 2 比较:1) 市场营销学的知识与营销策划的知识结构基本吻合;2) 市场营销学的章名与营销策划书的目录结构基本吻合。

### 3. 教学模式

模式一词是英文 model 的汉译名词,一般指被研究对象的逻辑框架,是一种理论性的简化结构。将模式一词最先引入到教学领域并加以系统研究的人是美国的学乔伊斯和韦尔。乔伊斯和韦尔在《教学模式》(1972)一书中讲:“教学模式是构成课程和作业、选择教材、指示教师活动的一种范式或计划”<sup>[3]</sup>。美国

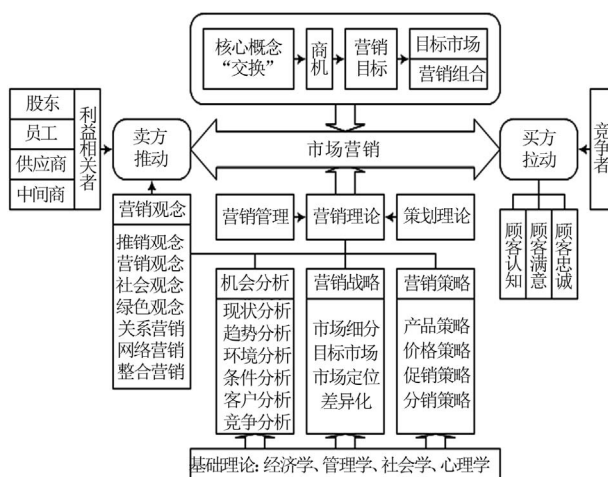


Figure 1. Marketing knowledge structure  
图 1. 市场营销学知识结构图

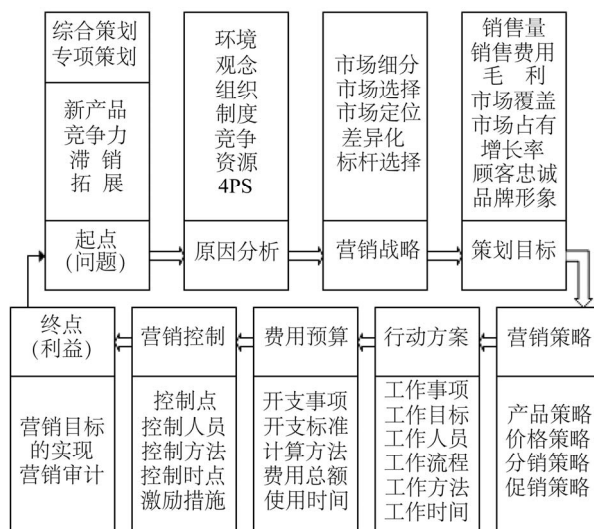


Figure 2. The marketing planning process and content chart  
图 2. 营销策划过程与内容图

学者冈特、施瓦布等在《教学:一种模式观》(1990)中认为,教学模式就是“导向特定学习结果的一步步的程序”<sup>[4]</sup>。国内学者顾明远先生(1990)认为教学模式是一种教学结构,是一种实现教学任务而相对稳定的教学活动结构<sup>[5]</sup>。袁顶国等(2005)认为教学模式是教学系统内基本构成要素相互作用、协调运行、静态与动态相统一的有机整体<sup>[6]</sup>。综合以上的观点,教学模式应该是:为实现一定的培养目标,基于一定的教育思想、理论、观念基础上的人才培养诸要素的有机组合。

教师应该对教育目的和课程目标有着清晰完整地理解,对课程标准和教材有准确的解读,对课堂教学活动和管理有着很强的策划与实施能力,对学生学

习行为、学习方法有着较强的指导与评价能力。因此,教学模式的设计是教师教学任务中的前期关键内容。每位教师在上课之前都要完成课程教学模式的设计,并在实施中不断修正和完善。

教学模式构成的要素有不同的观点,本文认为由六部分组成,分别是教育理论、培养目标、教学内容、教学方法、教学条件和教学评价,六要素的相互关系见图 3。由图 3 看出,教学方法是其他五要素的综合反映。

## 4. 市场营销学的教学模式设计

### 4.1. 教育理论

#### 4.1.1. 以学生为中心的建构主义

20 世纪 80 年代以后,建构主义学习理论逐渐流行起来,成为国际科学教育改革的主流理论。建构主义的核心观点:认知是一种以主体已有的知识和经验为基础的主动建构。学习是一种知识构建过程。建构主义学习理论相适应的教学模式是:以学生为中心,在整个教学过程中教师起组织者、指导者、帮助者和促进者的作用,利用情境、协作、会话等学习环境要素充分发挥学生的主动性、积极性和首创精神,最终达到使学生有效地实现对当前所学知识的意义建构的目的<sup>[7]</sup>。

#### 4.1.2. 以接受心理为基础的 AIDAS 原理

AIDAS 原理是 1898 年由美国学者刘易斯提出的,AIDAS 原理是用来说明广告对消费者产生的心理作用,它包括以下五个阶段:A(Attention)引起注意;I(Interesting)产生兴趣;D(Desire)引发欲望;A(Action)促使购买;S(Satisfaction)达到满意。

“对武汉科技学院不同专业、不同年级、不同班级的 1000 名学生的学习情景展开了调查。结果表明:

学生学习意愿很强、一般、很弱所占比例分别是 13%、85%和 2%”<sup>[8]</sup>调查表明,提升学生的学习意愿是教师要解决的首要问题,而 AIDAS 原理是教师提升学生学习意愿的好方法。将 AIDAS 原理应用到教学过程,其具体含义是:学生重视;产生兴趣;强化欲望;促进学习和师生满意(图 4)。

### 4.2. 培养目标的设计

百度搜索“市场营销学培养目标”,看到南京财经大学市场营销学的培养目标是:培养和提高学生正确分析和解决市场营销管理问题的能力。长江大学文学院是:学习和掌握市场营销的基本原理与理论,掌握市场营销的基本方法。学以致用,强调对学生实践能力的训练和综合素质的提高。湖南大学:比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论和基本方法,初步培养学生应用市场营销学知识来分析和解决现实中营销问题的能力。

课程培养目标应该由知识和能力两部分组成。市场营销学是以“商机”为核心的知识体系。从能力的视角确定市场营销学的培养目标,应该是商机的发现能力(市场分析能力),营销策划能力和营销执行能力,统称为市场开拓能力(图 5)。市场开拓能力是市场营销学课程目标的核心内容。

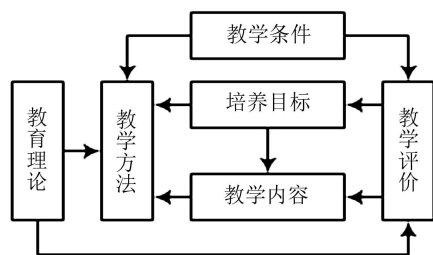


Figure 3. Six elements of the teaching model  
图 3. 教学模式六要素关系图

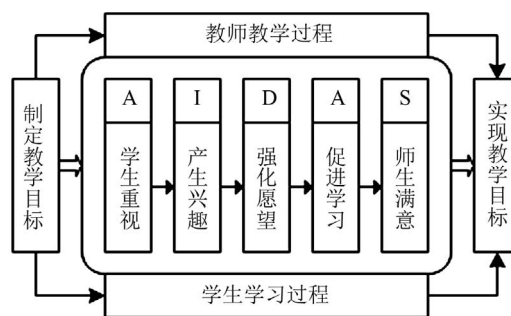


Figure 4. AIDAS teaching process  
图 4. AIDAS 教学过程图

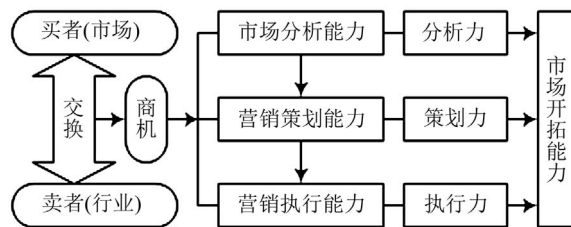


Figure 5. The training objectives of the marketing  
图 5. 市场营销学的培养目标

### 4.3. 教学内容的设计

教学内容包括教材内容和补充内容。

#### 4.3.1. 教材内容

教材内容包括知识结构、重点、难点等。基于培养学生的营销策划能力，市场营销学知识的重点是 SWOT 分析(营销机会分析)、STP 理论(营销战略的确定)和 4P 理论(营销策略的策划)。

#### 4.3.2. 补充内容

补充内容包括教材的空白点、完善点、创新点、趋势点等。营销目标是市场营销学的重要内容，是营销策划的关键内容。但是，吴健安和郭国庆的市场营销学教材里都没有单独讲营销目标，这就是市场营销学的空白点。教材中的重点内容没有简洁和完整的表述，需要完善的地方就是完善点。如“产品的整体概念”：产品本身满足顾客期望的所有要素的集合；“市场细分的原理”：需求有差异，差异可分类；“市场细分的客观依据”：需求偏好差异的客观存在。

### 4.4. 教学方法的设计

教学方法首先要确定课程各篇、章的讲授顺序。课程讲授顺序要按学生接受知识的逻辑关系来设计。人的认知规律是从个别到一般，从具体到抽象，从局部到整体的过程。在教学中应从一些范例分析入手感知原理与规律，并逐步提炼、归纳和总结。市场营销学的讲授顺序是基础知识、营销策略、营销战略、市场分析和营销管理(图 6)，这与教材的顺序不相同。

其次要确定各篇、章的学习方法。市场营销学各篇的学习方法是知识框架、内容要点、应用模版(SOWT 分析模版、STP 模板、营销策划模板、广告策划模板等)和模版的使用(图 7)。

第三是确定教师的教学方法。就市场营销学而言，教师的教学方法有讲授法、问题法、探究法、讨论法等。1) 讲授法是教师通过简明、生动的口头语言向学生传授知识、发展学生智力的方法。2) 问题教学法，就是以问题为载体贯穿教学过程，使学生在设问和释问的过程中萌生自主学习的动机和欲望，进而逐渐养成自主学习的习惯，并在实践中不断优化自主学习的方法，提高自主学习能力的一种教学方法。3) 探究教学是指在教师引导下，学生主动参与到发现问

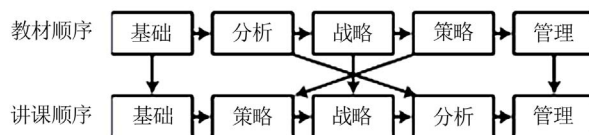


Figure 6. Articles teaching sequence of the marketing  
图 6. 市场营销学各篇的教学顺序图

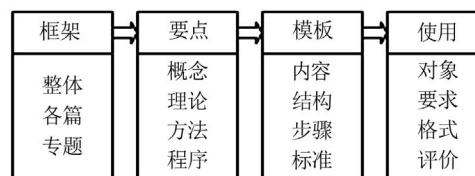


Figure 7. Learning content map of the marketing  
图 7. 市场营销学学习方法图

题，寻找答案的过程中，以培养学生解决问题能力的教学活动。4) 讨论法是在教师的指导下，学生以全班或小组为单位，围绕教材的中心问题，各抒己见，通过讨论或辩论活动，获得知识或巩固知识的一种教学方法。

### 4.5. 教学条件的明确

教学条件包括学校制定的相关制度、教学环境(硬件和软件的配置)和教师在教学过程实现的教学情景等。

### 4.6. 教学评价的设计

教学评价包括评价的内容、评价的标准和评价的方法。市场营销学评价的内容包括两大部分，一是理论知识掌握的情况；二是应用能力的水平。理论知识的掌握程度的评价通过笔试可以测的；应用能力可以根据完成的营销策划书等进行评价。

## 5. 结论

《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010~2020 年)》中讲：“把提高质量作为教育发展的核心任务。”胡锦涛总书记 2012 年 7 月 13 日在全国教育工作会议上讲：“以提高质量为核心，推动教育事业在新的历史起点上科学发展”。教学模式研究的基本目标是保证和提高教学质量。教学质量可以理解：为实现培养目标，在一定的教学条件下，所实施的教学内容和教学方法与学生学习情况相适应的结果。教学模式是为实现一定的培养目标，基于一定的教育思

想、理论或观念基础上的人才培养诸要素的有机组合方案。教学模式由六要素组成,分别是教育理论、培养目标、教学内容、教学方法、教学条件和教学评价。上述可以看出,教学模式是依据教学质量评价标准,对教学过程质量的设计与实施,是教学质量的保证体系。因此,课程教学模式的设计是每位老师备课的关键内容。在对教师的绩效考核中,增加课程教学模式的设计,会有效地提升教师课程教学模式的设计水平,由此可以有效地提升教学质量。

### 参考文献 (References)

- [1] 吴健安等. 市场营销学(第四版)[M]. 北京: 高等教育出版社, 2011: 第四版前言, 2.
- [2] 邝鸿. 现代市场营销大全[M]. 北京: 经济管理出版社, 1990: 923.
- [3] 百度百科, 课堂教学模式.  
<http://baike.baidu.com/view/2203700.htm>
- [4] [美]保罗·D. 埃金等, 著, 王维诚等, 译. 课堂教学策略[M]. 北京: 教育科学出版社, 1990.
- [5] 顾明远. 教育大词典(第一卷)[M]. 上海: 上海教育出版社, 1990.
- [6] 袁顶国等. 教学模式概念的系统分析[J]. 西南师范大学学报(人文版), 2005, 31(6): 26-28.
- [7] 李雅玲. 建构主义学习理论与教师角色定位[J]. 中国成人教育, 2009, 16: 116-117.
- [8] 谢少安. 关于大学互动教学设计的探索与思考[J]. 教育探索, 2010, 29(1): 61-63.