

高职市场营销专业校企合作人才培养模式建设分析

黄 卉

(广东工贸职业技术学院 广东广州 510510)

【摘要】 当前市场经济背景下, 市场营销是热门行业, 无论是现在的互联网经济还是实体经济, 市场营销都是必不可少的部分。而随着各行各业市场竞争的加剧, 相关市场主体之间的竞争也在加剧, 这种情况下, 把握市场营销人才优势是制胜的关键。而就目前市场营销专业人才培养来看, 整体市场营销专业中, 缺乏高端的技能应用型人才, 创新型人才培养不足。对此, 需要进一步强化高职院校市场营销专业的育人模式, 而尝试校企合作的人才培养模式应用具有一定的必要性。本文分析了目前高职市场营销专业的人才培养现状, 分析目前高职市场营销专业人才培养中存在的问题, 并重点探究高职市场营销专业校企合作人才培养的有效对策, 为高职市场营销专业深化校企合作, 促进人才培养质量提升提供一些思路。

【关键词】 高职; 市场营销专业; 校企合作; 人才培养

DOI: 10.18686/jyfyzy.v2i5.26660

目前高职院校在市场营销专业人才培养中, 已经取得了一定的成效, 但是其中也存在一些不足和问题, 影响了育人质量的提升。目前, 在人才市场竞争中, 本科院校的市场营销专业毕业生要比高职院校市场营销专业毕业生吃香, 就业竞争力更大, 这也在一定程度上反映高职市场营销专业人才培养的不足, 需要高职院校做好市场营销专业课程教学改革, 积极探索校企合作协同育人路径。

1 高职院校市场营销专业人才现状

目前, 市场营销专业作为高职院校的一个重要组成部分, 其育人质量直接影响着整体高职教学质量。随着课程教学改革的进一步推进, 高职院校市场营销专业也在积极探索有效的课程改革对策, 致力于不断提升整体课程教学质量。但是, 目前在市场营销专业教学中, 相关课程建设不完善, 课程和市场对接不畅通, 导致人才培养和市场需求不匹配。在具体实践教学中, 专业教学模式相对落后, 缺乏教学创新, 整体教学质量不高。此外, 市场营销专业的教学实践性较强, 而目前学校能够提供的实践教学环境比较差, 学校在建设学生的市场营销实训基地上资金和资源严重不足, 学生整体的实践教学资源不足, 实践教学质量得不到有效提升。目前高职院校市场营销专业人才的培养质量和效率不高, 毕业生就业竞争力不足, 严重影响改了高职院校市场营销专业人才就业发展, 也不利于高职院校市场营销专业课程教学改革和创新。

2 高职市场营销专业人才培养中存在的问题

2.1 校企合作重视度不足, 合作关系建立不足

目前相关高职院校市场营销专业开展的校企合作活动相对不足, 市场营销和相关企业之间构建的合作关系较少, 已经建立的合作关系中, 相关的企业多为中小型营销企业, 这些企业为学生提供的实践学习资源质量相对不高, 很多都是一线的商品推销, 这对于培养市场营

销专业的中高层管理人才是不利的。且在校企合作中, 相关高职院校对于校企合作的资源整合和利用程度不高, 影响了校企合作积极作用的发挥。

2.2 校企合作在课程协调上不足, 缺乏有效对接

高职在市场营销中开展校企合作, 目前存在的一大问题句式相关的市场营销课程和企业实际的岗位需求之间存在一定的偏差, 高职市场营销专业没有将企业的岗位需求作为专业课程调整和重点转移的方向, 导致专业学生毕业后就业竞争大, 而一些比较热门的新市场营销岗位人才供应不足, 学校和企业之间的对接不畅。

2.3 双师型师资不足, 育人质量有待提升

现阶段, 相关的双师型师资不足成为阻碍高职市场营销人才培养的重要因素之一。目前相关高职院校的市场营销专业师资的实践经验不足, 而企业中的专业人员的教学理论性和系统性不足, 双方师资都存在不足, 双师型师资比较欠缺, 成为目前高职院校借助校企合作模式培养市场营销人才过程中需要尽快解决的问题。

3 高职市场营销校企合作育人模式发展对策

3.1 深化校企合作, 促进资源优化整合

开展市场营销专业的校企合作中, 最关键的是要发挥企业和高职院校各方面的优势, 取长补短, 才能够促进专业人才培养资源的优化配置, 提升资源利用效率, 为市场营销专业人才培养提供有利的环境和条件。

对此, 在高职院校开展的校企合作中, 高职院校要以学生能力培养为本位, 围绕市场营销岗位技能, 专注培养学生销售技能和调研技能。以永辉超市的营销专业人才培养为例, 为永辉超市培养对口的营销人才, 永辉超市可以和相关高校开展校企合作, 永辉每年派企业专业导师参与学院教学工作, 与专业老师共同授课, 并且每年都为市场营销专业实操课——市场营销的《连锁经营实务》课提供场地、设备和真实项目, 培养对口人才。通过校企双方的合作, 使学生在教学中获得技能训练的

过程,既是提高专业技能的过程,也为永辉超市营销发展创造价值的过程,既解决了实训材料费紧缺的矛盾,又练就了学生过硬的本领,真正实现在育人中创收、在创收中育人。

通过校企双方的合作项目实施,促进资源整合利用,旨在以前的合作基础上进一步深化,以往的实操训练项目,主要由企业主导挑选项目,此次由专业老师带头,和企业共同遴选一批项目,使得项目更符合专业属性,并由专业老师全程带领学生,与企业一同完成项目,实现学校与企业优势互补、资源共享、互惠互利、共同发展的双赢结果。合作双方还可以就技术服务合同的相关细节和实施方式进行详细的研讨,最后敲定合同文本内容,并对今后的市场营销的项目合作进行探讨。

3.2 强化专业和企业对接,促进人才岗位适应性提升

高职市场营销专业人才培养后,是为了满足相关市场营销岗位人才需求的,学生未来要到相应的岗位中工作,必须要提升他们的岗位适应性,培养市场需求的营销人才。为了实现高职人才培养的目标,发挥校企合作在协同育人中的积极作用,高职市场营销专业要致力于与优质企业进行对接,在学生专业实践能力培养上形成独特模式。还是以永辉超市为例,为给永辉超市培养专门的营销人才,在专业实践环节的教学上,尝试在专业市场营销的相关课程中进行改革尝试。要敢于打破原有课程的学科结构,摒弃过去以教材为核心,以章节为次序的教学模式,把教学内容全面碎片化,根据操作层面的系统化标准化,建立与实践操作相结合、划分知识点为单位的教学内容,结合永辉超市营销和管理的实际需要,做好永辉和高校专业课程的有效对接,使人才培养与社会需求无缝对接,有效提高人才培养质量。

在校企合作育人的过沉重,双方要就市场营销专业需要和发展趋势,坚持“行业企业指导教学共建标准”的原则,为做到职业标准对接课程标准,可以在专业课程教学中引入部分企业真实项目,进行实践课程的打造,让学生能够在项目的实践探索中,整合使用目标市场营销、零售管理、促销活动、陈列管理等专业技能,根据企业的要求学习相关技能,让学生的市场营销专业课程学习一切围绕企业和市场需求来进行,这样培养出来的市场营销人才,才能更好地满足市场需求,促进专业课程教学质量不断提升。

3.3 注重校企共育师资,促进教师教学能力不断提升

当前,高职营销人才培养中,要确保人才培养质量,必须要提升专业师资建设,在校企合作育人模式下,开展高职院校人才培养,必须要做好校企专业师资团队建设,促进校企师资共育,培养在校企合作中的有能力、有技能、有素质的教师团队,为深化校企合作,促进专业人才培养质量提升提供智力支持。为满足高职相关专业建设要求,相关高职院校要以“双师型”为导向的系统化师资培训方案为主导,围绕师资培养以阶段性成果为目标,从认知能力、应用技能开始逐步向专业能力、教学应用以及教学设计能力的方向发展探究校企师资共育的对策和方案。

要强化校企师资共育工作开展,发挥企业和高职院校的师资培育优势资源,让市场营销专业教师系统地学习市场营销相关的专业理论知识、课堂示范教学,市场模拟操作与实际操控市场和营销实践,了解市场营销专业双师课堂教学系统。通过培训,提高专业的理论知识和实操水平,为进一步完善教学方式,创新教学方法和教学思路奠定基础。通过深化市场营销的课程教学体系建设、师资力量培养、工程项目实践、实训设备保障、人才技能培训、竞赛交流、实习就业等方面开展深入合作,紧跟市场营销行业发展,培养实用型技能人才。这需要相关高校立足专业建设的工作,注重教师专业化发展,采取多种措施,深入推进校企合作机制,提高教师的实践能力、教学能力、专业开发能力与科研能力,充分落实“教育质量工程”,培养创新人才,提升教学质量,致力于打造一支高精尖的一流市场营销师资队伍。

4 结语

市场营销行业发展需要更多的优质的、高素质的技能应用型人才,要求人才创新能力提升,这需要相关高职院校明确目前市场营销专业人才培养中存在的问题,积极采取有效措施,促进市场营销专业人才培养质量不断提升,深化课程改革,深化校企合作,发挥校企合作的的优势,促进专业师资团队建设,切实提升市场营销专业人才培养质量。

作者简介:黄卉(1988.2—),女,广东河源人,研究生,初级,研究方向:新媒体营销。

【参考文献】

- [1] 王玲. 市场营销专业特色人才培养模式的构建与实施——以应用型本科院校为视角[J]. 石家庄学院学报, 2020(4): 60-63.
- [2] 许亚军. 校企联姻促进高职院校汽车专业“开花结果”——以宝鸡职业技术学院机电信息学院为例[J]. 中外企业家, 2020(19): 154.
- [3] 余江波. 基于应用型复合型人才目标的“市场营销”专业建设创新研究——以洛阳师范学院为例[J]. 科技经济导刊, 2020(19): 138-139.
- [4] 王晓红, 张少鹏, 张奔. 校企知识流动效率测度及影响因素分析——基于空间面板Tobit模型的实证研究[J/OL]. 科技进步与对策: 1-9[2020-07-15]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/42.1224.G3.20200702.1101.028.html>.
- [5] 许才国, 屈萍, 李婧, 等. 国际化办学背景下高校服装设计专业校企合作人才培养探索——以宁波大学中法联合学院为例[J]. 纺织服装教育, 2020(3): 209-212.