

产教融合视域下高职市场营销技能型人才培养模式探讨

农丽燕

(广西金融职业技术学院, 广西南宁 530001)

摘要: 市场营销技能型人才一直都是各个企业需求的一线人才, 是推动经济市场发展的关键动力。作为培养一线人才的高职院校, 自然也肩负着培养市场营销技能型人才的责任。但是近些年来, 我国高职院校的市场营销技能型人才数量逐渐减少, 这也与高职院校教学模式没有及时更新、改革有关。在如今的教育背景下, 采取产教融合的方式是培养市场营销技能型人才的有效途径, 但是在产教融合视域下, 高职市场营销专业教师需要通过“能力分层、模块互动”的方式来构建人才培养模式, 从而更好地培养出企业需求的人才。

关键词: 高职院校; 市场营销技能型人才; 人才培养模式

高职院校是我国培养一线人才的关键途径, 学生毕业后都是直接进入各个企业一线阵地进行工作。所以高职教育与社会企业有着直接的关联。针对于这一特点, 也便产生了产教融合的教育思想, 其核心便是让企业参与到教育当中, 提高教育质量。产教融合是我国教育部门针对于高职教育现状所提出的重要指导思想, 也是培养高职院校技能型人才的有效途径。因此, 高职院校市场营销专业教师需要深入领会产教融合思想, 将其作为指导思想来构建市场营销技能型人才培养模式, 并且结合“能力分层、模块互动”的概念, 所谓的“能力分层、模块互动”就是根据职业需求的核心能力, 来分模块进行培养, 从而培养出高素质、高水平的专业人才, 从而推动高职市场营销技能型人才。

一、产教融合思想融入高职市场营销专业的意义

高职院校培养的人才都是对接企业的一线工作岗位, 对于人才的基础理论知识、知识掌握技能等等有着较高的要求。但是以往的高职院校更重视对于学生理论知识的传授, 忽略了对于学生知识技能的实践培养。这就导致高职院校培养出来的大部分人才都属于理论型人才, 在实际操作中往往会出现很多错误。而产教融合思想便是打破这一局面的有效武器, 能够让企业参与到高职院校教育教学当中, 提供给学生们更好的实践平台, 对于培养技能型人才有着很好地帮助。在高职市场营销专业当中也是如此, 市场营销也是一个一线工作岗位, 往往需要直接面对客户的询问、考验, 这对于市场营销人才的营销技能是一种挑战, 如果不具备良好的营销技能, 很难打动客户、获得订单。因此, 产教融合思想融入到高职市场营销专业当中, 可以给学生们提供更好的营销技能培养平台, 对于高职市场营销专业构建技能型人才培养模式起到了促进作用。同时, 也实现了社会企业与学校双赢的目的, 学校培养出了合适的人才, 企业获得了需求的人才, 推动了我国教育领域以及市场经济的有效发展。

二、产教融合视域下高职市场营销技能型人才培养模式

(一) 进行市场营销课程改革, 提升学生综合能力

传统的高职市场营销专业教学课程, 大部分都是按照课本内容进行理论知识传授, 让学生们在不断地学习中奠定理论知识基础。但是这样的课程内容却忽略了对于学生市场营销技能的培养, 导致很多的高职市场营销专业学生毕业之后进入企业, 无法适应企业对于营销人才的要求, 导致业绩难以提升、利润难以创造, 对于企业以及自己个人都造成了一定的负面影响。因此, 在如今产教融合的背景下, 高职院校市场营销专业教师需要改变传统的教学方式和思路, 给学生们创造出能够提升综合能力的有效课程, 让学生们真正地成为市场需要的技能型人才, 为企业、为个人以及为社会创造出需要的利益, 推动社会经济的发展。

一般来说, 高职院校的学生有六个学期的学习时间, 而如何有效调配这些时间以及课程内容, 便是实现产教融合在高职市场营销技能型人才培养模式中应用的关键点。高职市场营销专业教师应该明白, 单纯的理论教师无法培养出技能型市场营销人才, 还是需要在课程中加入技能培养、实践提升的内容, 才能够促进学生综合能力的成长, 构建出符合要求的高职市场营销专业人才培养模式。在这样的目标要求下, 高职院校市场营销专业教师可以将六个学期分为三个阶段开展教学, 实现学生综合能力的培养。第一个阶段是进行基础理论知识的奠基阶段, 只有掌握理论知识, 才有进行实践的理论依据以及方向。因此, 第一二个学期是进行理论知识基础教学的阶段, 第一个学期让学生们了解什么是市场营销、当下的社会经济环境如何, 让学生们认识行业、认识职业。第二个学期则是让学生们了解到市场营销工作的主要内容, 并且传授市场营销的基础知识, 完成学生们的理论知识奠基, 从而结束第一个阶段的教学。第二个阶段是对于学生市场营销技能的培养, 在理论知识夯实的基础上, 能够将其应用在实际中, 从而实现学生市场营销技能的培养掌握。这一阶段也是需要两个学期的时间来完成。第三学期主要是进行营销必备能力以及技能的培养, 根据市场营销技能型人才的培养目标进行技能模块拆分, 让学生们能够掌握相关的市场营销技能, 其中包括着市场营销策划、客户关系管理以及市场调查与预测等等。第四个学期则是进行实训训练, 让学生们秉持着自愿原则来进行实训项目的选择, 在校内或者是学校的实践基地来进行市场营销技能的初步尝试, 进一步加强对于学生市场营销技能的培养, 以此来完成第二阶段的课程内容。第三个阶段便是实践阶段, 这一阶段就是要让学生们进入社会进行体验、实习, 从而真正将营销技能应用在实际工作中, 达到培养市场营销技能型人才的目标。这一阶段也分为两个学期。第五个学期则是根据合作企业来进行顶岗实习, 在岗位上进行知识技能的训练、巩固, 初步进入社会。第六个学期则是给学生们自主发挥空间, 开展毕业实习以及就业, 让学生们根据自己的爱好来选择不同的企业市场营销岗位, 在岗位上运用自己所学的知识营销技能, 为企业、个人以及社会创造利益。

这样的课程设计, 能够有效培养出理论与实践结合的综合型人才, 同样也能够构建高职院校市场营销专业技能型人才培养模式, 让学生们在学习中能够扎实掌握营销技能, 在未来的市场中提升自身的核心竞争力, 获得自己想要的岗位和美好的未来。

(二) 开展真实案例教学, 促进学生技能知识融合

单纯的按照课本内容进行教学, 学生们能够学习到的也仅仅是理论知识, 而很难能够将知识与营销技能进行有效融合, 实现市场营销专业技能型人才的有效培养。但是在如今产教融合的背景

景下,高职院校管理者可以让企业参与到教学当中,通过真实案例教学来让学生们对于营销知识有更深入的了解,同时也可以促进学生营销技能与知识的有效融合,实现高职院校市场营销专业技能型人才培养模式的有效构建。

真实案例教学能够给学生们带来直观性的冲击,让学生们能够生动形象的对于市场营销知识进行理解,并且在案例内容中感受到营销知识与营销技能融合的方式,从而有助于学生市场营销技能的培养。产教融合让企业可以直接参与到高职院校教育教学当中,高职院校管理者也应该借助企业在教育教学上的优势,来促进市场营销专业技能型人才培养模式的构建。因为企业具备着丰富的市场营销案例,这些案例都是真实发生并且得到有效解决,是体现一个具有高超营销技能人才运用技能来解决问题的过程。因此,高职院校管理者可以邀请企业的优秀市场营销员工来到学校为学生们上一趟生动的市场营销案例课程,将自己在营销过程中对于客户心态的把握、话术的掌握以及营销技能的实施过程进行一一阐述,为学生们呈现出一幅真实的营销画面,让学生们能够将自己所学的知识对应到案例当中,促进学生市场营销技能的培养。为了更好地帮助学生们实现营销知识与技能的有效融合,高职市场营销专业教师可以在教学之前,将学生们分为不同的小组,让学生们以小组为单位进行合作学习。在企业优秀市场营销专业员工进行案例讲解之后,能够给学生们充足的时间进行讨论交流、消化案例中所传达的营销知识以及营销技能,在讨论交流中实现学生营销知识与技能的有效融合,促进高职市场营销专业技能型人才培养模式的构建。

(三) 企业与学校联合,构建优秀实训场地

高职院校市场营销专业教学也会有相应的实训项目,这些实训项目对于培养学生培养学生营销技能有着很好地帮助。而实训项目的开展需要相关的实训场地,给学生们提供实训的场所。但是很多的高职院校因为资金有限,所以在实训场地的投入上不大,导致很多专业没有进行实训的地方或者是实训环境不佳,这些都对于培养高职院校市场营销专业技能型人才没有太大的帮助,同样也影响到了高职市场营销专业技能型人才培养模式的构建。基于此,高职院校管理者应该积极与合作企业达成协议,双方一起联合构建优秀实训场地,为学生们开展实训项目、培养市场营销技能奠定坚实的保障。

企业进行资金支持、学校进行场地内部规划,以来构建优秀的实训场地,给学生们进行实训项目奠定坚实的基础。当然实训场地的构建仅仅是硬件要求,对于实训项目的规划才是软件要求。只有在优秀的实训场地当中进行合适的实训项目,才能够将实训场地的效用发挥到最大,实现高职市场营销专业技能型人才培养模式的有效构建。因此,高职院校市场营销专业教师在实训项目设计时,可以邀请一些优秀的企业员工来到实训场地,将企业的运营模式搬运过来,给学生们作为参考学习的榜样。同时在进行实训项目的设计时,高职市场专业教师应该与企业市场营销岗位优秀员工进行联合设计,尽量模拟真实的市场环境,让学生们能够在实训中更好地了解市场、把握市场,并且将自己所学的知识、所掌握的技能在实训当中充分展现,达到促进学生技能掌握的效果。最后,企业员工应该将企业文化的重要性在实训项目中展现出来,让学生们可以看到一个优秀的企业文化可以塑造什么样的企业氛围,配合上真实的模拟环境,这对于学生今后的就业有着很好地帮助,也促进了高职院校市场营销专业技能型

人才培养模式的构建。

(四) 打造“双师型”教师队伍,促进学生营销技能掌握

很多高职院校的市场营销专业教师都是师范学院毕业的应届生,他们很多人没有经历过社会实践,所以自身的营销技能掌握情况不佳,在进行实际教学中也是以理论知识为主。这样的教学方式也导致很多高职市场营销专业学生理论知识丰富但是营销技能掌握不牢靠,在今后的市场当中很难获得优势。因此,想要更好的构建高职院校市场营销专业技能型人才培养模式,就需要一支素质过硬的教师队伍来做好保障,带给学生们更好的学习体验。而打造“双师型”教师队伍,便是促进学生营销技能掌握的有效途径之一。

所谓双师型教师一般是针对于高职院校的教师,也可以成为双证或者是双职称教师,具体的表现为拥有教师资格的同时,还具备着相关的职业资格证书或者是职业资格,这样的教师不但具备良好的教学能力,而且拥有着丰富的实践经验,是进行理论与实践结合教学的关键所在。在任何高职院校当中,双师型教师都是非常珍贵的人才,对于高职院校教育质量的提高有着很好地帮助。因此,打造高职院校市场营销专业双师型教师队伍,对于促进学生营销技能掌握有着很好地帮助,需要被高职院校教师重视起来。要想有效地构建双师型教师队伍,首先高职管理者应该与合作企业达成先关协议,能够让高职院校市场营销专业教师到企业当中进行实习磨炼,制定相关的培训计划,让教师们真实的在市场环境当中发挥自己所学的知识、实现营销知识与技能的有效融合,从而达到教师综合素质和专业能力的提升,实现双师型教师队伍的构建。除了对于教师进行实践培训之外,高职院校也可以邀请一些企业市场营销优秀员工来到学校担任名誉教师,定期来到学校进行教学,给学生们带来生动形象的案例教学,让学生们对于市场营销技能的应用、市场情况的调研以及客户心理分析等等进行有效地掌握,使得学生向更好的方向进步发展,实现高职院校市场营销专业技能型人才培养模式的构建。

总而言之,高职院校市场营销专业培养出来的学生,面对的都是企业的一线岗位,不仅承受着巨大的业绩压力,而且要直面客户的各种问题、各种情况,这些都是对于学生市场营销技能掌握的一种考验。因此,培养技能型人才成为了高职市场营销专业教学的关键。基于此,高职院校也要根据实际教学需求和产教融合的思想,来构建科学合理的高职院校市场营销专业技能型人才培养模式,让企业参与到学校教育教学当中,为市场营销专业的发展提供强大的支持,实现企业与学校的合作共赢,为学生们创造一个更加美好的未来。

参考文献:

- [1] 张悦. 高职市场营销专业产教融合实训培养新思路 [J]. 辽宁高职学报, 2021, 23 (09): 74-76+87.
- [2] 贾晓松, 何军. 从产教融合的角度论高职市场营销专业人才培养改革 [J]. 中外企业文化, 2021 (08): 79-80.
- [3] 丁敏. 产教融合背景下高职院校市场营销专业人才培养模式研究 [J]. 中国管理信息化, 2021, 24 (07): 216-218.
- [4] 陈丽燕. 基于产教融合的高职市场营销专业实践教学研究 [J]. 就业与保障, 2020 (24): 112-113.
- [5] 王文婷. 产教融合背景下高职院校市场营销人才培养模式研究 [J]. 质量与市场, 2020 (24): 155-156.