

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125070

扩大内需背景下高校营销类专业 双创人才培养机制研究

刘美艳

哈尔滨金融学院, 中国·黑龙江 哈尔滨 150030

【摘要】在当前扩大内需背景下,我国改革新思路、新方法的落实对高校培养营销类双创人才的需求量逐渐增大,具备双创的复合型人才的培养,能够为市场经济发展提供人才支持。在扩大内需背景下,文章将从市场营销专业与双创人才培养有机融合现状出发,深入探究高校营销类专业双创人才培养过程中存在的营销人才培养与工作脱节严重、系统的营销双创课程实践教学体系缺乏、营销专业教学模式单一化明显问题。鉴于此,提出注重产教融合模式的运用、构筑营销类学生创新创业的实践平台、注重交叉学科知识的渗透的应对策略,以期为高校及一线教育工作者提供经验借鉴。

【关键词】扩大内需; 高校营销类专业; 创新创业; 人才培养

Research on the Cultivation Mechanism of Mass Entrepreneurship and Innovation Talents in Marketing Major in Colleges and Universities under the Background of Expanding Domestic Demand

Meiyan Liu

Harbin Finance University, Harbin Heilongjiang 150030

[Abstract] In the current context of expanding domestic demand, the implementation of new ideas and methods of reform in China has gradually increased the demand for universities to cultivate marketing and entrepreneurship talents. The cultivation of interdisciplinary talents with entrepreneurship and innovation can provide talent support for the development of the market economy. In the context of expanding domestic demand, this article will proceed from the current situation of the organic integration of marketing majors and entrepreneurship and innovation talent cultivation, and deeply explore the obvious problems in the process of cultivating entrepreneurship and innovation talents in marketing majors in universities, such as the serious disconnection between marketing talent cultivation and work, the lack of a systematic practical teaching system for marketing entrepreneurship and innovation courses, and the simplification of teaching models for marketing majors. In view of this, it is proposed to focus on the application of the industry-education integration model, build a practical platform for marketing students to innovate and start businesses, and pay attention to the infiltration of interdisciplinary knowledge, in order to provide experience for universities and front-line educators.

[Keywords] Expand domestic demand; Major in marketing in universities; Innovation and entrepreneurship; Personnel training

【课题】黑龙江省教育科学规划2021年度重点课题“‘双进’工作推进下黑龙江省普通高校立德树人落实机制研究”(课题编号: GJB1422433), 黑龙江省高等教育教学改革项目:《扩大内需战略背景下黑龙江省营销双创人才培养模式研究》(课题编号 SJGY20210375)。

2021年属于国家疫情之后经济修复的时间段,而怎样在扩大内需下有效转变经济发展新模式是扩大高校学生就业的基础保障。高校营销类专业双创人才培养,对满足社会经济发展的需要担负着重要的责任。对此,党的十九大报告指出,我国要“完善职业教育和培训体系,深化产教融合、校企合作”。作为促进产教融合的核心主体,高校需拿好产教融合这把“金钥

匙”,持续推进“人才链+教育链+产业链+创新链”之间的连接,为扩大国家内需提供创新型人才保障^[1]。《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》中表明,要“以产教协同育人方式增强双创人才培养,支持应用型本科高校紧密围绕产业需求强化实践教学”。为深入贯彻教育改革实施意见,高校可举办创新创业教育实验班,促进专业教育同创新创业教

育相融合, 逐渐向我国经济发展的提供人才助力。

1 营销专业与双创教育融合现状

一方面, 以知识掌握为依仗, 提升学生专业逻辑思维。市场营销和双创教育有机融合能够推进高校学生实践能力的提升, 以及通过理论知识课教学帮助实习期学生建立专业学科体系^[2], 使其利用科学思维方式去分析与解决问题。高校营销类专业理论知识的掌握有益于学生形成专业与逻辑思维, 但对其未来就业的技能掌握仍需提升相关实践能力, 采用创新精神及思想去提升学生的营销专业技能^[3]。基于此, 诸多高校双创人才培养成为提升营销类专业学生创新与就业能力核心手段, 而通过专业知识教学同双创教育有机融合, 进而能够培育出同时具备创新创业精神与符合市场高素质应用技能型人才的需求。另一方面, 以专业化为基础, 增强双创“科教融合”教学团队建设。基于新时代双创人才培养发展理念下, 高校学生创新创业能力的提高需实现“科教融合”, 通过双创与营销专业协同合力推动教学团队建设^[4]。高校双创教育中“科教融合”重点表现于师生合作开展创新创业课题研究, 以此有效激发营销专业学生创新研发兴趣, 培养学生科学的创新思维。以此, 高校营销专业学生能更好、更加快速度发表实践程度较高的论文, 实现营销专业“科教融合”教学团队的建设目标, 推进营销专业双创人才培养目标的实现。

2 高校营销类专业双创人才培养存在的问题

2.1 营销人才培养与工作脱节严重

扩大内需战略背景下, 诸多高校在设置营销类专业双创人才培养目标时, 重点要以培育复合型复合型人才为主。该人才培养模式虽然可为市场输送大量人才, 但这其中仍旧存在部分弊端。也就是说, 该模式培养出来的人才并不具备强大的专业素质, 不符合营销领域及其行业中的用人标准, 且在创新创业能力上也较为欠缺^[5]。另外, 部分高校向市场输送营销人才中发现, 所送人才对专业知识掌握能力不够, 存在所学专业内容与实际工作相脱节的现象。

2.2 系统的营销双创课程实践教学体系缺乏

面向扩大内需, 高校营销类专业双创人才的培养并未发挥出学科与科研优势, 导致双创人才实践教学方法较为单一、实践教学形式及内容革新滞后^[6]。营销类专业双创人才培养课程体系建设缺乏时代性。在营销类专业双创人才培养观念上, 高校多数考虑到扩大内需的需求, 然而在实际中营销课程体系设置仍旧会受到传统教学观念的影响, 理论知识授课比重大于实践操作环节, 课程

比例严重失衡。

2.3 营销专业教学模式单一化明显

在扩大内需上持续加力, 高校营销类专业双创人才培养的工作也应与之同步, 设立与扩大内需的相关先进技术专业课程, 构筑一套完善且全面的新型营销类专业双创人才培养计划。然而, 就实际营销专业教学情况而言, 部分高校教师常常会利用单一模式进行教学, 造成学生被动接受理论知识, 使其严重缺乏学习兴趣。

3 扩大内需背景下高校营销类专业双创人才培养策略

3.1 注重产教融合模式的运用

高校应依据市场内需情况与现实实际需求相应改进双创人才培养计划及方案, 并根据企业需求来精确划分人才类型, 与企业建设起紧密的合作, 利用校企合作的形式协同培育营销创新创业及高素质人才。另外, 高校需重点关注学生实践技能的提升, 将实践与理论教学工作融合, 构建更为完善的校企营销人才供给计划。

3.2 构筑营销类专业学生创新创业的实践平台

在扩大内需战略背景下, 高校要探索不同形式的校企合作模式, 为营销类专业学生提供良好的双创实践平台, 使其能够提前感受社会实践以及在校期间参与到营销经营活动中, 让双创教育有效融合至日常教学中。概而言之, 营销专业学生双创能力培养需要高校、师生、企业等多方进行协作, 深化教学模式改革, 以此有效满足社会对高素质、高技能人才的需求。

3.3 注重交叉学科知识的渗透

基于扩大内需要求, 高校所培育的营销类专业双创人才能够构建各类互联网、大数据资源汇集平台, 并和其他专业教师协同规划及制定营销专业教学内容, 以此来实现各项资源共享及应用。为培养更多营销人才, 高校亟需采用大数据、互联网等技术构建教学资源库, 提升教师队伍的专业教学素质。同时, 每位教师也应具备交叉学科知识背景, 持续实践及进修, 提高自身的教学水平, 为国家培养更优质营销专业双创人才。

4 结语

面向我国扩大内需战略背景, 高校营销类专业双创人才培养机制探究, 提高该专业学生的基础业务素养与创新创业能力。双创人才培养机制的改革, 主要体现出高校对营销类专业教学的革新, 凸显双创教育意识对高校教学机制的影响作用。近些年, 我国各高校对于营销类专业双创人才培养机制展开实践探索, 有效弥补传统营销类专业双创人才培养机制的不足, 积极开展产教融合模式, 建设学生创新创业实践平台, 提升交叉学科知识

渗透力度,以期能够为相关研究者提供经验借鉴。

参考文献:

[1]古明宇.应用型本科院校市场营销专业双创人才培养体系构建[J].现代企业,2021(2):142-143.

[2]薛莉莉,曾海容.基于学科竞赛的市场营销专业“双创”人才培养实践教学研究——以“社科奖”全国高校市场营销大赛为例[J].营销界,2019(21):159-160.

[3]徐新洲.产教融合驱动行业高校双创人才培养的内涵、机理与路径[J].教育与职业,2021(9):63-67.

[4]王培培.市场营销专业应用型创新创业人才培养模式研究

[J].产业创新研究,2020(19):148-149.

[5]罗琼玮.互联网+背景下“双轮驱动+”创新创业人才培养模式的构建与探讨——以市场营销专业实践为例[J].现代营销(经营版),2019(7):16-17.

[6]杨禹军,师东菊,安祥林,等.基于校企合作的普通高校创新创业人才培养模式的探索与实践——以牡丹江医学院市场营销专业为例[J].职业教育(中旬刊),2018(10):32-35.

作者简介:

刘美艳(1980.9.13—),女,汉族,黑龙江绥化人,研究生,哈尔滨金融学院副教授,研究方向:双创教育。