

DOI: 10.12361/2661-3263-06-07-146223

数字经济时代民办院校市场营销人才培养的发展对策研究

焦荣艳

汉口学院, 中国·湖北 武汉 430212

【摘要】数字经济已经成为当今时代的特征, 数字经济的到来对于民办院校市场营销专业是挑战, 也是机遇。数字经济时代, 社会对于市场营销人才提出了新的需求, 不仅仅是应用型人才、复合型人才, 还需要数字化营销人才。针对新需求, 民办院校在市场营销人才培养方面, 存在培养目标调整不及时、课程体系设置不合理、实践教学体系不完善、复合型师资力量缺乏等问题。要将挑战化为机遇, 民办院校就需要从培养目标、课程体系、实践教学体系、师资力量多个方面进行改善, 以便在数字经济时代培养出复合型、数字化、应用型的营销人才。

【关键词】数字经济; 民办院校; 市场营销; 人才培养

Research on the development countermeasures of marketing talents training in private colleges in the digital economy era

Rongyan Jiao

Hankou University, Wuhan, Hubei, China 430212

[Abstract] Digital economy has become a feature of the current era, the arrival of digital economy for private colleges marketing major is a challenge, but also an opportunity. In the era of digital economy, the society has put forward new demands for marketing talents, not only applied talents and compound talents, but also digital marketing talents. According to the new demand, there are some problems in the training of marketing talents in private colleges, such as the adjustment of training objectives is not timely, the setting of curriculum system is not reasonable, the practice teaching system is not perfect, and the lack of compound teachers. In order to turn challenges into opportunities, private colleges need to improve their training objectives, curriculum system, practical teaching system and teachers, so as to cultivate compound, digital and applied marketing talents in the era of digital economy.

[Keywords] Digital economy; Private colleges and universities; Marketing; Personnel training

1 数字经济时代对市场营销人才的新需求

数字经济赋予了市场营销新的内涵, 改变了传统的市场营销组合, 催生了新的营销方式, 同时将多种传统营销综合起来。市场营销的改变, 对与数字经济契合的新型人才的需求也大大增加, 具体表现为对复合型人才、数字化人才、应用型人才的需求更为迫切。

1.1 复合型人才

市场营销不仅仅是销售, 如果将市场营销简单地看作是销售, 市场营销的进入将没有任何门槛, 任何人都可以去做营销, 提高市场营销人才的竞争优势是做复合型的营销

人才。市场营销人才的需求也一直处于供不应求的状态, 各行各业都需要市场营销人才, 根据脉脉数据的统计, 企业对于复合型人才的需求也在增加。复合型人才简单来说就是多功能人才, 是既懂营销, 又懂管理、经济、产业政策、技术的综合性人才, 也是当前社会急需的人才。尤其是在数字经济时代背景下, 对营销人才的综合能力提出更高的要求, 还需要精通诸如程序化广告投放、数据洞察等方面的数字技能。

1.2 数字化人才

数字时代背景下, 大量互联网企业蓬勃发展, 各类传

统企业纷纷开始数字化转型,企业的营销模式也纷纷向数字化营销转变,网络直播、微信营销、新媒体营销等新型营销方式层出不穷。据有关数据统计,2022年,中国数字营销的市场规模超过1.2万亿,数字营销发展进入了黄金时代。数字营销更是催生出了许多新的营销岗位,比如互联网营销师、直播营销员等,数字化营销人才的市场价值在不断提升。数字营销的发展带来的不仅仅是互联网企业对数字化营销人才的需求大幅增加,各类正处于转型期的传统企业对数字化营销人才的需求也大大增加。

1.3 应用型人才

应用型人才是指能够将在课堂上学习到的理论知识活运用到社会实践中去的人才,也是当代社会最受欢迎的人才。市场营销专业本身就是一个应用型很强的专业,再加上数字经济时代,知识更新的速度非常快,市场瞬息万变,企业也需要员工适应快速变化的市场。因此,市场营销专业更是需要将实践放在教学中的首要位置,向企业输送应用型较强的人才,能够胜任当前时代复杂多变的市场营销工作。

数字经济时代,对人才的需求不是单一的,而是综合的,是数字化、复合型的应用型人才,既要懂数字技术,又要具备多方面的理论,同时还能将理论应用到实践中去。

2 数字经济时代民办院校市场营销人才培养存在的问题

2.1 培养目标调整不及时

数字经济时代下,社会对市场营销人才的需求是复合型的数字化、应用型人才,学校的培养目标也应当与社会需求相一致,向社会输送满足社会需求的人才。然而,很多民办院校市场营销专业的人才培养目标并未根据市场需求进行及时地调整。虽然,人才培养方案每年都在不断地修订和完善,但是每次修订更多地是在形式上的完善,人才培养目标也只体现出“应用型人才”的培养,并未切合数字经济时代对市场营销人才的需求特征。

2.2 课程体系设置不合理

在数字经济时代,市场营销专业需要为社会输送的是复合型的、数字型的、应用型人才,因此在设置课程体系时,应当综合考虑科学设置。不仅需要涉及到经济学、管理学等学科,还需要增加计算机的相关课程;不仅需要理论的课程,还需要有实践类的课程。然而,很多民办院校在设置课程时,仍然是传统市场营销的内容,课程体系未能做到与时俱进的更新,大数据营销、整合营销、品牌营销、新媒体营销等这些与数字经济相关的课程,目前还未开设。落后的市场营销课程已经跟不上时代的步伐,培养出来的学生在找工作时不具有竞争优势,无法在数字经济时代下找到合适的工作

2.3 实践教学体系不完善

实践教学体系对于市场营销人才的培养至关重要,尤其对于民办院校,多以应用型人才培养为主,这就需要民办院校为学生开设更多的实验教学、第二课堂、实习机会等。然而,很多民办院校的实验教学课程太少,在所有的专业课程中占比较少,一般民办院校的实验课程比例大多在25%以下,导致学生的实践能力较弱;开展的第二课堂也比较少,学生参与竞赛的机会少,无法通过竞赛将学到的理论知识应用到实践中;有的民办院校会为学生提供统一的实习机会,但很多民办院校的实习只是为了上级检查,让实习成为形式。多种原因导致学生的实践经验不足,无法真正培养成当前时代所需要的市场营销人才。

2.4 复合型师资力量缺乏

培养复合的数字化应用型营销人才,需要有复合型的师资力量,教师自身不仅要掌握多方面的理论知识,能够将多种学科应用在市场营销教学中;还需要具有丰富的实践经验,将理论知识应用到实际工作中,培养学生的实践能力;同时教师还需要具有数字素养,能够将数字技术融入到市场营销专业课程中。然而,目前大多数民办院校的师资力量整体素质还有待提高,有的教师具备一定的理论知识,但缺乏实践经验;有的教师具备实践经验,但理论知识的复合型不高。再加上数字经济是近些年的新生物,很多教师未能接受有关数字营销方面系统的培训,本身就不具有数字素养,更无法向社会输送具有数字素养的学生。

3 数字经济时代民办院校市场营销人才培养的路径

3.1 建立明确的培养目标

数字经济时代,根据企业对市场营销人才的需求具有复合型、数字化、应用型的特点,民办院校应当在德智体美劳全面发展的基础之上,通过对本专业教师、应往届毕业生、企业等多方面的调查,建立明确的市场营销专业培养目标。比如在原来的培养目标中体现出数字经济、复合型、应用型等人才特点。为了让培养更具有针对性,还可以将市场营销专业设置为具体的方向,比如数字营销方向、新零售方向等。在总体的培养目标基础上,民办院校对学生毕业时要达到的素质要求进行具体的设定,比如从专业能力、职业素养、创新与发展多方面进行细致地制定。

3.2 优化专业课程体系

课程体系是为培养目标服务的,民办院校的办学定位是应用型院校,再加上数字经济时代对复合型、数字化人才的需求,民办院校可以通过构建“培养目标—毕业要求—课程体系”的支撑关系矩阵,对本校的课程体系进行优化。同时,民办院校应当从国家战略的需求、企业人才需求、学生发展需求等多个方面的需求,从学科基础课程、

专业必须课程、专业选修课程方面入手,建立迎合这些需求的课程体系。在学科基础课程设置方面,通过“经济+管理+营销+计算机+数字化”的课程结合,为学生提供复合的且具有数字思维的知识课程体系;在专业必修课程方面,根据不同的专业方向着重增加不同的课程,比如数字营销方向主要是提供数字营销、新媒体营销、互联网产品运营、互联网数据分析等方面的课程,为学生提供全面的数字化营销的课程;在专业选修课程方面,主要充分展现学生的个性特点,可以设置一些大数据管理、新零售商业模式案例、传统企业数字化转型案例等选修课程,为学生提供更多的课程选择,培养学生的专业兴趣及特长。

3.3 丰富实践教学体系

实践教学对于民办院校的应用型人才培养是十分重要的内容,丰富实验教学体系有助于学生将理论知识应用到实际生活中。在实践教学体系方面,民办院校应当以实践教学为依托,将第二课堂、项目实践、校外实习为辅助,构建以“实验教学—第二课堂—项目实践—校外实习”相互交叉、彼此融通的实践教学体系。

首先,民办院校应当根据自身的实际情况,加大对实践教学体系的经费投入。条件允许的可以建立市场营销专业自己独立的实验室,条件不允许的可以与其他专业一起共用一个实验室;民办院校还应当为市场营销专业购买网络营销、数字营销、市场调研、新媒体营销等相关课程较为成熟的软件,而不仅仅是让学生使用试用的、不稳定的软件。市场营销专业应当提高实验教学在总课程中的占比,丰富实验教学的课程,再根据由浅至深的层次合理安排,为学生构建多方面的实验教学体系。

其次,民办院校应当充分利用学科竞赛,提高学生的创新能力和动手能力。在教学班级内,由相对应课程的任课教师根据教学安排,组织各种营销策划等专业类竞赛,在竞赛中提高学生的应用能力;在学院内,由各系主任牵头,组织所有学生均可参与的跨学科竞赛,提高学生的复合型知识水平;另外,鼓励学生积极参与学校组织的各项竞赛,引导学生尽量与其他学院其他专业的学生组队,比赛过程中的交流能够激发学生的创新能力;同时,鼓励学生踊跃参加省级、国家级的校外竞赛,每年省市场营销协会、企业、兄弟院校等组织都会举办大量的比赛,比如大学生营销策划挑战赛、市场调查与分析大赛等,促进学生实践经验的提升。总之,充分利用第二课堂,以赛促学。

再次,民办院校还可以通过项目实践的方式,提升学生的综合素质。项目实践是以科研项目为依托,教师和学生共同完成的实践活动,内容可以是科研项目、企业项目、大学生创新创业项目,形式可以是教师主持学生参与,

可以是教师指导学生主持,是培养学生创新思维、应用能力、复合理论体系的很好途径。

最后一个层次是校外实习,提升学生的工作胜任能力。市场营销专业在市场上有广泛的需求,基本每个企业都需要有市场营销。为此,民办院校有机会与校外企业开展合作,建立实习基地,让学生能够在真实地工作中获得提升的机会。

3.4 建设复合型师资力量

针对目前民办院校市场营销师资存在的问题,可以采取多种方法相结合,建设复合型的师资力量。一是引进来。在实践教学课程方面,可以引进一些有丰富营销工作经历的人才担任兼职老师,将理论中的市场营销与实践中的市场营销更加紧密地结合,也能为学生提供更为实用的营销经验。二是送出去。可以将市场营销专业现有的教师送出去学习数字经济相关的知识,提高教师们的数字素养;与企业合作,将教师送到企业去,真正参与企业的市场营销,提高教师们的实践能力;鼓励教师参与社会上的各种市场营销、数字经济相关的培训,提升自身教学水平。三是帮扶制。鼓励专业内优秀的教师,帮助刚走上岗位的青年教师;邀请知名专家来校讲座,帮助本校市场营销专业的教师学习学科前沿理论。通过多种途径相结合的方式,努力为市场营销专业培养一支懂理论、懂实践、懂数字技术的复合型师资力量。

4 结论

数字经济时代,对企业的经营模式产生了重大影响,催生了企业对于市场营销人才新的需求。民办院校要想在人才培养和输送中符合企业的需求,就需要构建符合时代特征的人才培养目标、课程体系、实践教学体系,同时还需要一批能够肩负人才培养的复合型师资力量。

参考文献:

- [1] 张丽丽李波, 刘文秋. 数字经济背景下市场营销专业建设的思考[J]. 河北能源职业技术学院学报, 2022, 22(02): 74-77.
- [2] 纪长青李云鹏, 党红艳. 数字经济背景下市场营销调研课程数字化重构[J]. 当代经理人, 2023(02): 77-84.
- [3] 刘东胜陈驰茵, 杨帅. 时尚基因, 数字驱动: 东华大学市场营销专业建设之路[J]. 财经高教研究, 2023, 9(01): 165-175.
- [4] 张莉李详霞. 大数据营销复合型人才培养模式研究[J]. 中国管理信息化, 2020, 23(19): 207-209

作者简介:

焦荣艳(1986.6—),女,汉族,河南睢县,硕士研究生,中级经济师,研究方向:产业经济学、区域经济学。