

高职市场营销专业“三教改革”实践路径研究

卢文阳

(长江职业学院, 湖北 武汉 430074)

摘要:与高等院校培养学术型的人才不同,高职院校需要以提高学生的专业技能为主,打造贴合社会发展实际情况的教学模式。就市场营销专业而言,高职院校需要紧密结合市场的发展变动,为学生构建教学体系。这就要求院校保持一定的灵活性,准确把握市场变动情况,做好“三教改革”工作。然而,在实际的教学中,“三教”改革理念在高职市场营销专业中的指导作用并没有得到充分体现,需要该专业的教师继续探索有效推动“三教”改革理念的实践路径。基于此,本文的主要内容便是笔者探究的最终结果,以期为广大高职市场营销专业的发展提供有价值的参考,进一步做好“三教改革”工作。

关键词:高职院校;市场营销;三教改革;实践路径

随着市场经济的发展,市场营销专业也成为我国大学教育中的热门专业,并且社会对该专业的人才需求也在不断上升。在这样的时代背景下,高职院校需要积极应对社会的发展变化,改革教学模式、关注教材内容与人才需求之间的结合程度以及教师的教学能力,最大化的保证人才培养工作质量。然而,现阶段大部分高职市场营销专业的人才培养工作存在诸多问题,导致人才供需脱节、教师观念滞后等,对人才培养工作造成不利影响,亟须结合“三教改革”理念,解决高职市场营销专业教学中存在问题。因此,探究高职市场营销专业“三教改革”实践路径对保证人才供给质量、提高高职院校整体实力有着重要影响,需要专业课程教师给予足够的重视。

一、高职市场营销专业实施“三教改革”的可行性分析

(一) 职业教育事业发展的要求

高职教育是我国职业教育体系中的重要组成部分,其培养出来的人才既具备实际应用能力,又具有创新、探究能力,是推动我国经济发展、基础建设的重要力量。因此,随着我国经济的发展以及综合国力的提高,国家对职业教育给予的更高的重视,并对各职业院校提出更高的要求,要求其进一步规范教育教学管理模式、积极创新育人机制,从整体上提高人才培养质量。同时,对于高职院校而言,其需要将学生的个人发展作为核心,培养学生的社会适应能力以及必备的优秀品格等。由此可见,我国职业教育事业的发展需求“三教改革”为人才培养工作提供推动力。

(二) 高职院校实现发展的需求

高职市场营销专业以培养高技能行人才为主,引导学生通过前期学习的相关知识,具备满足工作岗位需求的能力,并且结合岗位需求进行创新,进而有优异的工作表现,同时,学校层面也对培养高技术应用型人才给予了大力支持,在引进教师人才的过程中,充分考虑教师的社会工作经验,并积极构建“双师型”教师队伍,同时积极与各大企业进行联合,搭建“校企合作”育人平台等。此外,在信息技术在教学领域不断深入的过程中,高职院校投入大量的资金,对教学设备进行更新,比如多媒体设备、建设校园网等,为教学工作提供硬件支持。

(三) 高职院校师资实力的支持

高职院校的师资队伍以高校毕业的人才为主,其他教师也拥

有丰富的教学经验,可以把握高职院校的人才培养方向。此外,对于兼职教师队伍而言,大部分为行业精英、高层领导以及专家学者等,同样可以驾驭“三教”理念。在教师队伍中,青年教师的综合能力受到较高的关注,但是,其在高校的学习中,已经掌握了市场营销的相关知识,并且达到了熟练掌握的程度,故而同样可以把握“三教”改革的实施要求。

(四) 高职学生愿意接受新鲜知识

从整体上来看,高职院校的学生在学习能力、理解能力以及接受能力等方面都存在欠缺,并且掌握的基础知识较为薄弱,但是他们对新鲜事物一直保持了新鲜感,具备青年人普遍拥有的优秀特质。因此,市场营销专业的教师给予他们适当的引导,采用全新的教学方式,合理设计教学内容,便可以让其投入到学习中。因此,在实施“三教”改革的过程中,学生会对新的教学方式产生浓厚兴趣,并融入的新内容产生学习动力,让“三教”改革的实施具备一定的可行性。

二、高职市场营销专业教学存在的问题

实施“三教”改革的目的是提高人才培养质量,从教学、教师以及教材方面进行全面优化。尽管“三教”改革,在高职院校拥有较高的可行性,但是现阶段该专业教学中存在的问题,却是影响“三教”改革实施的影响因素,也是“三教”改革重点改革的内容。因此,市场营销专业的教师需要对教学中存在的问题有所了解,并将其做好开展“三教”改革的重要参考。

(一) 专业教师缺乏实践经验

在高职院校的师资队伍中,市场营销专业的教师拥有扎实的理论知识,并且对先进的教学观念保持着积极探索的态度,具有较大的潜力,可以适应高职教育事业的发展。然而,对于高职阶段的人才培养工作而言,教师不仅需要拥有扎实的理论知识,创新教学方式的意识,还需要具备一定的实践经验,以此在“三教”改革中,才能在高职人才培养工作中,融入企业需求,对人才进行精准培养。而高职院校为了弥补专业教师存在的不足,会大量引进兼职教师,为学生提供更多实用性知识。从这一方面可以看出,在任的任课教师在综合能力上存在一定的欠缺,主要表现在缺乏实践经验上。尽管,认可教师拥有较强的理解能力,可以准确把握“三教”改革的要求,但是在具体实施的过程中,依然会受到实践经验的影响,进而对“三教”改革的实施造成一定的阻碍作用。

(二) 课程体系、教材等缺乏合理性

对于高职院校而言,其中设置课程体系的过程中,需要将选修课、公共基础课、专业课以及专业核心进行合理设置,为教师开展人才培养工作奠定基础。同时,高职院校需要选用符合高职教育的教材,为人才培养工作提供支持。然而,现阶段,一些高职院校在设置市场营销专业的课程体系时,会盲目的模仿其他院校,存在照搬课程体系的问题。在教材方面,也没有做好合理的设计,而是采用统一的教材版本,与高职院校的教学工作缺乏适应性,同时,很多内容存在滞后问题。从这两方面可以看出,高职是市场营销专业的人才培养工作,存在课程体系不合理、教材内容滞后、更新不及时等问题,难以满足市场营销行业的发展需求。

（三）教学方式单一

高职院校在人才培养工作中，需要让学生具备必要理论知识和科学文化基础，熟练掌握主干技术，侧重于培养学生的综合应用能力。这就要求市场营销专业的教师采用多样化的教学方式，调动学生的主观能动性，使他们参与到教学中，进而充分吸收教师所设计的教学内容。然而，在实际的教学中，一部分教师没有给予足够的重视，依然在教学中沿用传统的教学方式，或者不能灵活运用各种教学法，进而降低实际的教学效果。此外，在培养学生实践能力的过程中，一部分高职院校没有配备完善的实训设备，难以市场营销专业的学生提供实践训练的机会，同样会影响人才培养工作达到应有的标准。因此，单一化的教学方式，也是现阶段高职市场营销专业教学中存在的问题之一。

三、高职市场营销专业“三教改革”实践路径

在新时期背景下，高职市场营销专业的人才培养工作需要紧密结合社会经济发展的需求，从教师、教材以及教学三个方面进行全面改革，为构建全新的人才培养体系，为培养具备实战型人才创造有利条件。对此，结合高职市场营销专业实施“三教”改革的可行性以及现阶段市场影响专业存在的问题，我们可以从以下三个方面入手，促进高职市场营销专业的发展。

（一）提高教师综合能力，优化市场营销教师队伍结构

高校市场营销专业的人才，在进入高职院校成为一名专业课程的教师，并不代表其在各个方面都达到了教学要求，需要高职院校继续为其提供成长的机会，不断弥补自身存在的不足，逐渐成为一名优秀的高职教师。为此，高职院校可以建立以“能力为本位”的培养机制，为市场营销专业教师的成长“赋能”。比如，高职院校可以继续派遣教师深入企业参与顶岗实习，并结合现阶段的教学情况，为教师推荐实力更强的企业，一方面让优秀教师可以获得更加优质的资源，另一方面，通过优质资源，激励教师进行自我提升，在师资队伍中建立良性的竞争关系，进而推动师资队伍建设工作不断向前、向上发展。此外，高职院校需要充分发挥“教师发展中心”的作用，为市场营销专业的教师提供实践技能的培训，先保证教师队伍拥有较高的实践能力，再开展人才培养工作，让教师成为学生学习的榜样。通过这两种手段，高职院校可以为市场营销专业做好师资力量的保证工作，为落实“三教”改革做好准备工作。在师资队伍的建设中，优化教师队伍结构也是增强市场营销专业软实力的一个重要环节。对此，结合我国经济的发展情况，高职院校可以为市场营销专业搭建校企合作平台，让学生具备一定的国际化视野，同时，可以积极引进国外职业教育理念，结合本校的人才培养需求作本土化处理，打造可以适应对外经济贸易的市场营销专业人才。

（二）构建特色化课程体系，同步改革市场营销教材

尽管很多高职院校都开设了市场营销专业，但是不同的高职院校的人才培养方向不同，因此，在构建课程体系的过程中，不能盲目照搬其他院校或者高等院校的模式。比如，在以医学类专业为主的高职院校，其市场营销专业更倾向于医疗领域，在构建课程体系的过程中，需要结合医疗市场营销的相关内容构建选修课、文化课、专业课以及核心专业课。这就需要高职院校组建自己的研究小组，为课程提供的构建提供科学指导。同样，对于教材内容，高职院校也需要给予足够的重视，以设计符合自身特点的教材内容为目标，将信息技术带来的多样化营销模式融入到教学中，促进市场营销专业教学资源库的升级。此外，为了保证教材内容可以保持与时俱进，充分体现前沿性的市场营销内容，高

职院校可以采用新型活页式和工作手册式教材，也可以利用信息技术打造数字形态教材。通过创新教学形式，高职市场营销专业的教学内容可以根据行业的发展变化，将前沿性的内容及时应用到教学中，对提升人才培养工作的时效性有积极影响。结合教材的这一变动需求，高职院校需要改进教材编写队伍的结构，结合教材编写队伍的工作需求，引入营销高手的实战案例，并将这部分人才中，选拔符合教材编写需求的人才，为团队添加新鲜血液，提高教材的实用性和实践性。

（三）创新教学方法和教学手段

教师采用的教学方法，对提高人才培养质量有积极地影响。然而，在应用各种教学方法时，不能直接套用，需要教师拥有先进的教学理念，对人才目标有准确的认知，才能体现各种教学方式在教学中的应用优势。结合当前教育事业的发展，我们需要将学生作为课堂的主体，充分调动他们的积极性，进而达到培养学生专业技能、职业素养的目标。因此，采用多样化的教学方式，为达到各种人才培养目标有积极地影响作用。对此，高职市场营销专业的教师需要积极更新教学理念，围绕学生的成长需求，灵活运用不同的教学方式。

比如，市场营销专业的教师可以结合该专业的实践性，借助案例教学法，让学生结合实际的案例，学习市场营销专业技能，借此培养学生的实战能力。同时，高职院校还可以结合信息技术，为培养学生的自主学习能力搭建学习平台，将高质量的案例材料，放在共享平台中，为学生课下开展自主学习和探究提供素材。再比如，市场营销专业的教师可以充分利用ERP沙盘教学，以这一新颖的方式，激发学生参与的积极性，将市场营销策划相关实训在模拟平台上进行模拟，让学生通过与其他企业的竞争分析企业的广告投放等，进而设计出自己的市场营销和生产计划。在这一教学模式下，教师可以借助打造实战型的教学内容，让课堂变得生动有趣，对提高教学效率和质量有积极地影响。

四、结语

综上所述，基于“三教”改革的高职市场营销专业的改革，使整个教学形态发生了根本性的变化，并且促使市场营销专业进入新的模式。在师资队伍建设和教材改进方面以及教学方法创新等方面都取得了一些成效，不仅对提高学生的实践能力有积极的影响，也会促进了教师队伍的成长，并且为高职院校注入了新的活力。因此，“三教”改革的实施，对高职市场营销专业的人才培养工作具有重要的推动作用，使整个人才培养工作可以解决我国行业发展对市场营销人才提出的要求。因此，高职院校需要积极推动“三教”改革的实施，助力市场营销专业的发展。

参考文献：

- [1] 钟惟钰. 三教改革背景下市场营销专业“做中学”人才培养模式探索研究[J]. 中外交流, 2021, 28(6): 1253-1254.
- [2] 吴文彬.“三教”改革背景下市场营销专业融合创新创业教育的诊改路径[J]. 烟台职业学院学报, 2022, 17(1): 61-64.
- [3] 秦胜容. 高职市场营销专业教学中创业人才培养的方法[C]//2022 教育教学与管理重庆论坛论文集., 2022: 265-269.

本文系“湖北省中华职教社 2022 年度课题研究项目”，《高职市场营销专业校企融合赋能“三教”改革载体路径研究》的研究成果，课题编号 HBZJ2022005