

“产教融合，校企合作”背景下高职市场营销专业教育教学改革现状及对策研究

阎惠全

(柳州职业技术学院, 广西 柳州 545006)

摘要: 本文主要阐述在教育部强力推进高职院校“产教融合、校企合作”的专业建设要求, 提出聚焦高端产业, 促进产业升级的背景下, 分析高职院校市场营销专业进行教育教学活动改革过程中的现状, 从而找出问题并探索出如何才能更好地找准自身的教学定位, 兼顾高职院校以及企业的最终需求和目标, 为社会输送更多的、职业素养要求更高的市场营销专业性人才, 同时提升高职院校的就业率和社会满意度, 为学生自身的发展创造机遇。

关键词: 产教融合; 校企合作; 教学模式; “双师型”教师团队; 教材开发

随着我国经济不断的发展壮大, 对教育教学质量提出了更高的要求, 因此传统的教育教学模式势必要进行改革。尤其是当前我国高职院校市场营销专业的教育教学模式存在一些共通性的问题, 譬如: 缺乏有效的校企合作, 真实项目如何有效植入日常教学等。日前, 教育部已经出台相关文件强力推进“产教融合、校企合作”的专业建设模式, 提出聚焦高端产业, 促进产业升级的

要求。在此背景下, 市场营销专业应当适时地、主动地转变原有的教学方式和方法, 以满足不断变化的社会人才需求。

高职院校是我国培养技术型、复合型专业人才的教育机构, 在我国市场经济持续发展的过程中, 市场对专业的营销人员需求量逐年递增, 而且一些地区已经出现人才短缺的现象。高职院校市场营销专业对于理论知识以及学生的实践性要求较高, 不仅需要重视理论知识的培养, 更要对市场营销实践能力进行锻炼, 教学的质量决定了高职院校市场营销专业学生的未来发展。因此, 高职院校市场营销专业教学改革具有重要的社会意义。

二、高职院校实施教学改革的意义

(一) 高职院校教育改革需要实施校企深度融合

企业与高职院校之间的深度合作能够体现出二者之间的共赢。高职院校办学的最终目的是为了培养复合型人才, 从而满足社会对高技能人才的需求。如果高职院校对企业人才的需求不了解, 那么导致院校在为学生安排课程时缺乏针对性、科学性、合理性, 最后培养出的学生不管从专业能力还是职业素养等方面都无法满

是有计划地系统学习。复习可以遵循教学顺序(如章末复习或期末复习等), 也可以打乱教学顺序(如只做几何专题复习或函数专题复习等)。遵循教学顺序的复习由于各知识点间的联系不紧密, 可以通过浏览当时的笔记或者做综合复习题来完成。打乱教学顺序的复习则需要完成较多的工作。首先要从各个阶段的学习内容中抽取与复习专题相关的知识点; 其次要按照自己的理解将抽取出的知识点按照一定的规律排列整合, 形成一个体系; 再次要对应每一个知识点整理出当时学习过程中遇到的经典习题; 最后要对整理出的知识点和习题进行系统复习。这其实是一个推陈出新的过程, 多个知识点放在一起学习产生的并不只是简单的加法效应, 更多的时候会产生乘法效应, 给学生带来意想不到的收获。

(四) 完成作业的方法

作业在一定程度上能够反映学生对所学知识的掌握程度, 所以对作业中发现的问题必须要重视, 并尽快查漏补缺。数学作业的完成相比其他科目而言有自己特定的程序。首先要做的是审题, 许多同学在做题中因粗心失分的源头就是在审题这一步出了问题。数学题干的阅读一定要逐字逐句地推敲, 罗列显性条件、发掘出隐性条件、标记出已知条件、归纳出未知条件, 并将各种条件间的关系用网状图清晰地表示出来; 其次要将整理出来的网状图进行加工, 在每一对条件的连线上标注出两条条件间的内在联系(即应用哪一个知识点可以由甲条件推出乙条件)。完成了这一步之后就可以根据完整的网状图来探索解题的途径; 再次就是解题, 一定要将解题的过程完整地呈现出来, 推理要步步有据, 书写要规范整洁; 最后要对整个解题过程进

行检查, 包括解题过程的立据、推理和计算, 这是解题最重要也是最容易被忽视的一步, 一定要养成自己检查作业的好习惯。另外, 做题要留下收获, 最好要有一个错题本, 把自己做错过的题或易错的题收集起来整理成册, 可以当作笔记的素材, 也可以直接作为日后的复习资料。

三、结语

综上所述, 本文以现代数学学习理论为指导, 从课堂学习环节的角度出发结合自己的教学实践, 探讨了中学生的数学学习方法问题。对每个课堂学习环节的具体任务分别给出了一些有针对性的学习方法建议。希望学生能掌握正确的学习方法, 轻松高效地完成数学学习。

参考文献:

- [1] 张晓梅. 新课改背景下高校数学教学模式的研究[J]. 中国校外教育, 2020(03): 71-72.
- [2] 姚小琴. 初中数学学法传授途径探微[J]. 数学教学通讯, 2019, (35): 37-38.
- [3] 赵兴和. 数学学习习惯的培养途径和方法[J]. 黑河教育, 2020(02): 42-43.
- [4] 张奠宙, 宋乃庆. 数学教育概论[M]. 北京: 高等教育出版社, 2016: 113-115.
- [5] 陈圣文. 初中数学教学中增强学生数学核心素养的方法探究[J]. 课程教育究, 2019, (52): 202-203.

作者简介: 李康旗(1994—), 女, 汉族, 山西省长治市人, 延安大学数计学院学科教学(数学)专业在读教育硕士研究生。

足企业的需求,从而导致企业很难找到合适的人才,对企业的日常经营影响较大。

所以,高职院校需要找准办学定位,在教育主管部门的指导下,结合市场对人才的需求确定自身的发展目标,培养具有专业知识能力以及实践能力的专业综合性人才。只有在校企合作的背景下,高职院校在进行教育活动过程中才能找准自身的教学定位,兼顾高职院校以及企业的最终需求和目标,为社会输送更多的专业高技能人才,同时提升高职院校的就业率和社会满意度,为学生自身的发展创造机遇。

(二) 高职院校教育改革的现状及必要性

高职院校要想提高人才培养的质量,就必须对目前的教学模式进行改革。当今还有一部分院校依然沿用本科的教学体系,存在“重理论,轻实践”的教育理念。但是高职院校培养的学生应该注重实践能力的积累,毕业后可以直接为企业创造价值。所以必须在校企合作的背景下,才能够为高职院校市场营销专业的学生提供更好的学习、训练平台,才能够为营销专业的教学提供坚实的保障基础。高职院校需要根据社会的需求进行理论结合实际的教学改进,合理分配专业理论知识的学习以及实践技能的提升,在教学过程中努力营造企业真实场景,做到企业工作流程与学生学习内容“零距离”对接,提高学生营销实践能力。

除此之外,在校企合作的背景下,企业也需要积极参与到高职院校人才培养模式的制定过程中,为课程的设计全方位把关。同时企业应提供一定的教育资源和信息资源,学生可以通过这些资源了解到市场的需求和发展趋势。另外高职院校也可以发挥人力资源优势对企业进行帮助,减少企业的员工招聘成本。这是一种双赢的格局,企业和学校共同协作推动高职院校教育教学改革,提高高职院校人才培养规格。

二、探究高职院校市场营销专业教学改革措施

(一) 改变传统教学模式

市场营销属于实践能力要求较高的专业,学生的职业能力素质十分重要。在传统的教学中,还是主要以理论知识教育为主,忽视了学生的实践训练,而且以传统的章节式为基础的教学模式,也难以有好的教学效果。因此要想转变传统的教学模式,教师在教学的过程中必须要注重理论知识与实践训练的结合,应该引入企业真实的工作项目,与授课内容有机的结合,促使学生能够将理论知识运用到实际的工作当中,从而达到能力逐步提升的效果。

此外,教师可以提供更多的时间让学生进行课程实践,提高自身的实践能力和解决问题的能力。另外,教师也可以通过开展实践活动了解企业的真实运作,促使学生能够在实际的体验中更好的理解知识,在遇到问题时知道如何正确解决,提高了自身的实践能力和解决问题能力,为日后更好地服务社会做好铺垫。

(二) 建立“双师型”教师团队

建立“双师型”教师队伍,提高教师的实训能力在教学过程中具有重要的意义。教师可以洞察到市场最新的发展趋势并及时传授给学生,同时也可以很好地结合市场营销专业的知识,能够为学生提供立体化、全方位的教学内容,可以真正帮助学生解决在学习中的问题,使教师成为学生掌握知识的引导者。而且实践教学可以提高学生对市场营销专业的兴趣,调动学生学习的

积极性。

此外,高职院校也要注重教师的企业工作背景,教师的综合素质决定了学生培养的质量,一些高职院校已经开始招聘具备丰富企业经验的能工巧匠作为学校教师,以传统“师带徒”的模式手把手地教授学生,并传授宝贵的实践经验。同时,高职院校更加注重教师培训力度,定期或不定期地采用脱产、顶岗、进修和挂职等不同方式对在校教师进行实践能力培训,提升教师的企业实际工作能力,从而在教学中满足社会日益变化的需求,为企业输送更多、更全面的综合性技能人才。

(三) 校企共同开发教材

目前高职院校使用的教材大都沿袭了本科的教育教材,从知识结构上还是以传统的章节式为主流,内容上理论性较强,都是解释知识点,阐述概念性理论。

针对这一现象,高职院校也在主动求变,开发了一系列符合高职特点的高职高专规划教材。这些教材虽然舍弃了传统章节式设计,尝试项目化的方式并大量引入了实际案例结合理论教学,但是从整体思路和形式上还是参照传统教材,没有打破传统教材的设计格局,缺乏实践教学内容,并且不能完全对接实际企业工作场景。

因此,在这一背景下需要企业积极参与到高职院校教材的开发、设计过程中,共同打造符合企业需求和教学要求的校本教材等教学资源。这类教育资源的表现形式应当是多样的,不仅仅局限于以前的形式,但是内容上需要反映企业工作任务和流程,加大学生实训任务,可以借助于企业一个真实项目来完成,具体来说可以编制成实训项目指导书,或者是企业工作手册等活页教材,这类教学素材来自于企业,具备高度真实性,还原了企业工作流程。这样不仅可以增强学生的兴趣,更主要的是锻炼了学生的实际工作能力,培养了学生的职业素养,为其今后进入社会打下坚实基础。

三、结语

综上所述,在“产教融合,校企合作”的背景下,高职院校市场营销专业教育教学模式的改革能够有效地帮助学校提高人才培养的质量。目前市场营销专业是高职院校中学生报考人数最多的专业之一,具备广阔的就业前景,所以高质量的人才符合社会需求的。具体来说,企业应当更加积极地参与到高职院校市场营销专业的教育教学改革当中,提出合理化的建议,共同设计科学的教学方案,开发合理的专业课程,编撰符合实际需求的教材,从而全面提升市场营销专业的教学质量,培养出真正符合企业要求的专业化人才。除此之外,本文还阐述了“产教融合,校企合作”背景下的高职院校实施教育教学改革的意义,对目前市场营销专业教育教学模式现状进行了分析,在校企合作基础上高职院校如何改变传统教学模式;如何建立“双师型”的教师团队;如何提升在校教师实训能力;如何改进现有教材等方面给予对策。

参考文献:

- [1] 乔婷婷. 大数据背景下市场营销教学思考 [J]. 经贸实践, 2017, 24
- [2] 潘百翔. 试论市场营销专业全真实践教学体系的构建与实施 [J]. 教育与职业, 2015 (01): 5-8.
- [3] 陈楚岚. 对市场营销教学创新的思考 [J]. 科技信息, 2009(5): 232-233.