

“双创”背景下市场营销专业人才培养新思路分析

塔娜 许冠男

(北京培黎职业学院, 北京 100085)

摘要: 随着市场经济的不断发展, 大学生创新创业教育愈发受人关注, 这也为高职市场营销专业人才培养工作提出了更深层次的要求, 在教学实践中, 专业教师应当立足于“大众创业, 万众创新”的大背景, 在正视“双创”背景下市场营销专业人才培养中的不足之处, 不断运用新思路和新方法来打造“双创型”的市场营销专业育人体系, 进而彰显职业教育的育人优势, 促使学生的创新以及创业能力得到有力提升, 为立德树人教育总目标的落实奠定基石。鉴于此, 本文在阐述“双创”背景下市场营销专业人才培养既有问题的同时, 就相关的改进对策做了详细探讨, 以期能够给广大教师提供一些新的教育借鉴, 共同为高职市场营销专业教学的现代化改革和发展贡献力量。

关键词: 高职; 市场营销专业; 人才培养; 创新创业

对于高职教育而言, 其本质目标就是培养与社会发展和岗位需求相匹配的高精尖、综合型人才。在新时期, 我们能够明显感受到社会对于创新创业型人才的大力需求。

党和国家对于高职生双创能力的培养也极为重视并将其提升到了国家战略的高度。2014年李克强总理在达沃斯论坛上首次提出“大众创业, 万众创新”的号召, 自此双创教育逐渐成为高职教育的重要改革方向。

面对本专业学生就业压力日益增大的形势, 高职市场营销专业有必要将“双创”教育渗入到专业教育中来, 以双创教育视角来精准把握专业教学和育人体系中的既有问题, 运用创新化的思路与方法来实现市场营销和双创教育的深度融合, 从而实现提高专业教学效果和发展学生综合能力的双向教育目标, 为学生更好地成长与发展保驾护航。

一、“双创”背景下市场营销专业人才培养的既有问题

(一) 理论教学效果不佳

众所周知, 在市场营销专业教学中, 理论教学部分是学生专业能力和双创能力发展的基础保障。这也要求专业教师要立足于本专业课程教学实用性强等特点, 在结合市场人才需求的同时, 以国家相关政策号召为引导, 积极落实双创方面的专业理论教育。

但是, 在以往的教学过程中, 市场营销专业课程教学大多以言语填灌的方式展开, 课堂也呈现出一种“教师台上讲述, 学生被动聆听”的局面, 课堂氛围无趣且枯燥, 学生不但难以提起学习兴趣, 而且学习效果和学习收益也不尽人意。

与此同时, 在专业理论教学环节, 部分教师虽然也积极地引入了一些创新化或现代化的教育办法, 如案例教学、信息教学等, 但由于部分教师的应试思想严重, 在教学实践中缺乏良好的课堂互动和教学引导意识, 不但应该能跟着教学有效性的提高, 而且也为双创教育的顺利推进制造诸多阻碍。

(二) 实践教学模式滞后

受职业教育特点影响, 实践教学一直都是高职各专

业及各学科教学的重要环节, 尤其是在应用性比较强的市场营销专业教学中, 实践教学更是实现育人效果提升的关键之匙, 所以, 若想实现双创教育良好落实的话, 必须把握好实践教学环节。

而在市场营销专业教学中, 实践教学大多围绕几种模式展开:

首先是理实结合模式。即在理论授课基础上, 引入课后案例讨论、软件模拟对抗等实践性强的教育方法。但由于部分教师在案例运用方面缺乏现代化眼光, 所引入的案例大多质量较低、数据陈旧, 加上部分院校的实验室、软硬件设施建设滞后, 使得实践教学效果不佳, 影响着双创教育的良好推进。

其次是集中实践模式。即在某一学期期中或者期末, 指引学生进行企业实训或者要求企业专家开展研讨或座谈活动。然而, 由于高职院校大多在校企合作中处于劣势地位, 企业也缺乏对学生实践实训的指导, 加上专家讲座的研究性较高, 使得学生专业实践学习和双创教育学习收益不佳。

此外, 师资素养不足也阻碍了实践教学效果的提升, 在高职院校中, 很多市场营销专业教师的企业经营经验不足, 而且对于双创知识缺乏深入认知, 这也给双创教育和本专业教学的融合埋下负面隐患。

(三) 考评形式片面

教学考评作为市场营销专业教学的重要一环, 不但是检验教学效果、提高后续教学针对性的主要抓手, 而且也是发展学生创新创业以及专业实践能力的重要方式。

然而, 当前高职市场营销专业考评形式大多是以日常出勤和期末考试相结合的方式展开, 这种方式虽然能够助力理论教学, 激起学生的课堂学习热情, 但也造成学生应付考试而采取突击学习的情况, 很难促进双创教育。

同时, 命题论文撰写也是市场营销专业的重要考评方式, 但由于高职生的论文写作和创作积极性普遍较低, 他们大多都会进行论文仿写, 这也给他们双创能力尤其是创新意识的发展制造阻碍。

(四) 扶持力度不够

创新创业是一个将理论化作为实践的动态化过程, 若想做好双创教育, 不但需要教师的课堂教学, 而且还要学校给予学生一定的项目支持和扶持, 以此来为他们提供良好的实践契机。但, 当前高职院校在双创项目扶持方面做得并不到位。

首先, 广大院校并没有出台针对性的双创项目扶持政策, 使得教师、相关负责人等人员没有一个体系化的行动依据。

其次, 广大院校及相关部门并没有对双创项目提供良好的资金支持, 这也使得很多优秀的市场营销双创项目都半途终止。

再者, 很多高职院校的双创场地建设力度不足, 使得学生缺乏稳定和科学的项目实践场所, 这也极大程度地影响了学生的双创学习以及双创实践热情。

二、“双创”背景下市场营销专业人才培养的改进对策

(一) 创新内容方法, 助力理论教学

1. 在教学内容方面

教师要在以往市场营销课程基础上, 增加一些与双创教育相关的理论课程内容, 例如《网店运作实务》《创业基础与技巧》《市场推广策划》以及《创新思维训练与方法》等, 以此来丰富学生的双创知识面。

2. 在教学方法方面

专业教师可牵线创业成功人士, 与他们一同组织开展关于双创方面的座谈会, 向学生传授一些关于创新创业、如何面对挫折以及如何实现目标等方面的问题, 从而消除学生对于创新创业的畏难心理与偏见意识。

与此同时, 教师还在以往课堂设问、案例教学等模式的基础上, 对教学设计、教学形式等加以革新, 如在讲授完某一知识点后, 指引学生依据社会实例, 采用情景再现、角色扮演以及头脑风暴等方法, 来为学生提供思维发散、思想创新的空间, 以此来提高课堂教学的趣味性与有效性, 并且让学生在潜移默化中能够更加深刻地体悟到双创教育的内涵精髓。

(二) 优化实践体系, 促进双创实践

1. 在教学模式方面

专业教师可智力打造立体化的专业实践教学常态, 以双创教育为指导, 以现有的教学资源为依托, 不断调动多方力量来对实践教育体系加以优化, 打造一种环环相扣、彼此衔接的立体化实践教育体系。

具体来说, 可按学段进行操作, 如在第一学期, 可设置一些像企业模拟经营、商务礼仪等基础性的实践环节; 在第二学期, 可设置一些像商务谈判、营销模拟、商品推销以及市场调查等专业化的实践环节; 在第三学期一方面可开展社会实践、学科竞赛等拓展性实践环节, 另一方面也可依托企业实训, 开展创新创业模拟以及毕业设计等现实性的实践环节, 以此来为双创教育的落实奠基。

2. 在基地建设方面

院校及专业教师应当正确认知双创教育中, 实验基地的重要作用, 要不但要规范校内市场营销专业实验基地在制度化、常态化方面的完善, 而且也要积极牵线社会企业, 开辟校外实习基地, 积极牵线一些经验丰富的企业双创教师, 为学生提供针对性的教育指导, 从而在提高校企衔接的同时, 为学生创新思维的发展奠定基石。

同时, 要依托院校在科研教育方面的优势, 联合企业技术人员加快打造双创孵化基地, 以此来助力学生的实践学习。再者, 在人才师资方面。院校应当立足双创教育要求, 积极聘请一些双创认知能力强的双师型教师来提高专业师资的整体素质, 同时也要积极鼓励教师参加一些关于双创方面的优课评比以及能力培训等活动, 使他们的执教素养得到有力提升, 提高双创和专业实践教育的有效性。

(三) 革新考评机制, 提升教育效果

高职院校及教师应当围绕“双创”教育, 对考评机制加以革新。具体来说:

1. 可将日常成绩和闭卷考试以五五开的方式计入总成绩

将日常成绩和闭卷考试以五五开的方式计入总成绩, 并且,

在闭卷考试中应当尽可能多地引入一些关于双创方面的市场营销题目以及一些案例论述、案例分析题。同时, 在判卷标准方面应当突出对创新的重视, 只要学生回答合理便可以酌情给分, 以此来激起他们的求新求异和思考探索意识。

2. 增加一些实验模拟以及实践活动等环节的考核

在教学实践中, 教师要增加一些关于市场营销实验模拟以及实践活动等环节的考核, 例如, 可开设《市场调查与预测》实验活动并在班内组建多个4-6人的实验小组, 指引他们一句教学内容中的市场营销热点问题展开调查和预测, 并他们布置多个的组别实验任务, 指引各组挑选自身感兴趣的任務进行实验调查和实验分析。期间, 各组成员要通力合作并各司其职, 并在探究任务结论的同时, 对本组的研究方法、结论、遇到的问题以及所采用的方案进行总结。

3. 引入自评、互评以及组评等多种教评模式

教师可指引各组依次阐述自身的结论答案, 并在师评的基础上, 引入自评、互评以及组评等多种教评模式, 然后进行分值加权, 最后评定出各组的实际得分。通过这种个性化的考评方式, 不但能给予学生别样的学习体验, 激起他们的学习热情和创新意识, 而且还能为他们协作、创新以及处理问题等能力的发展提供助力, 可谓是一举两得。

(四) 加强扶持力度, 保证教育落实

首先, 高职院校应当尽快出台关于双创教育方面的鼓励政策, 倡导市场营销专业学生积极进行双创项目实践。

其次, 要优化教学质量管理和师资考评体系, 将双创教育项目指导数量和质量归入到教师考评标准中来, 提高专业教师参与双创教育的积极性。

再者, 企业要积极牵线市场企业, 在积极举办市场营销专业双创大赛的同时, 落实优秀双创项目的孵化工作, 为学生提供更为专业化的双创项目实践平台。

最后, 要做好双创资金投入与双创实验场地的建设工作, 发挥院校与企业双方在科研水平、教师专业程度以及资金等方面的优势, 让双创教育得以良好落实。

三、结语

总之, 在“双创”背景下, 高职市场营销专业应当不断对本专业的育人模式加以革新, 立足市场需求的同时, 围绕双创教育, 致力打造专业人才培养新体系, 从而保证专业教育效果, 为学生双创及综合能力的发展打下坚实基础。

参考文献:

- [1] 赵政华, 王乐, 徐海江. 创新创业背景下应用型本科市场营销专业人才培养模式探析[J]. 市场周刊(理论研究), 2016(6).
- [2] 姜锦萍. 高校市场营销专业创新创业人才的培养模式研究[J]. 教育在线, 2015(12).
- [3] 刘春山, 陈思羽, 杨海, 等. 以就业为导向大学生创新创业能力的培养模式研究[J]. 经济师, 2016(7).
- [4] 李立春, 丁波. 高等院校创新创业教育模式的探讨[J]. 经济师, 2012(7).