

浅谈高职市场营销专业教学现状及建议

塔娜

(北京培黎职业学院, 北京 100085)

摘要: 随着时代的发展, 社会的进步, 各行各业对技术型、应用型人才的需求缺口也在不断扩大, 职业教育的重要性日益凸显出来。近年来, 我国市场经济体制不断完善、日益完善, 企业市场营销模式逐渐规范化、信息化。高职院校市场营销专业作为培养、输送营销类人才的摇篮, 在推动市场营销行业持续发展方面发挥了重大作用。但是就当前高职院校市场营销专业体系建设情况来看, 仍旧存在教学改革滞后、人才培养模式与市场需求脱节等一系列问题, 严重影响了高职市场营销专业人才培养质量, 市场营销专业教学改革势在必行。基于此, 本文在分析高职市场营销专业教学现状的基础上, 提出了若干教学改革建议, 以不断提升高职市场营销专业教学质量, 满足市场营销行业的人才需求。

关键词: 高职院校; 市场营销专业; 教学现状; 建议

2019年2月, 国务院印发了《国家职业教育改革实施方案》, 即“职教二十条”, 其中明确指出: “全面提升高等职业教育质量, 将促进高等职业教育发展作为优化高等教育结构和培养大国工匠、能工巧匠的重要方式。” “启动实施中国特色高水平高等职业学校和专业建设计划, 建设一批引领改革、支撑发展、中国特色、世界水平的高等职业学校和骨干专业(群)。” “职教二十条”的提出, 明确了新时代职业教育的顶层设计与施工蓝图, 是现阶段和今后很长一段时期内指导我国职业教育发展的纲领性文件, 具有重要的里程碑意义。

高职市场营销专业作为国家骨干专业、“营销类专业群”龙头专业, 也应积极响应“职教二十条”改革号召, 与时俱进, 深化专业教学改革, 进行全方位的改进提升, 积极探索适应新时代市场营销行业发展趋势与人才需求的人才培养模式, 以全面提升高职市场营销专业教学质量, 为社会输出更多高素质营销人才。

一、高职市场营销专业教学现状分析

(一) 人才培养目标不明确

随着市场经济的快速发展, 我国各大企业在市场调研、市场开发、市场营销等领域的人才需求缺口也在不断扩大。由此可见, 高职市场营销专业学生有着非常广阔的就业空间。

但是, 高职市场营销专业毕业生能否实现顺利就业的关键还是在于高职院校的人才培育质量, 在于学生自身专业能力的发展情况。

市场营销专业学生不仅要具备扎实的市场营销专业知识, 熟知市场运行规律。同时还要具备相应的市场调研、市场开发、商务营销等专业能力, 才能在日后走上工作岗位后更加得心应手、游刃有余。

但是, 就当前高职市场营销专业人才培养情况来看, 其人才

培养目标并不明确, 很多学生在结束了三年的专业学习面临毕业时, 会表现得无所适从, 对将来的就业方向感到非常迷茫, 具体的职业定位更是无从谈起。导致这种现象的原因主要在于以下两点:

其一, 专业教师、就业指导教师本身对市场营销专业就业趋势缺乏全面了解, 且与学生沟通不足;

其二, 学生专业学习周期较短, 对专业知识掌握不扎实, 一知半解, 学生对自身能力缺乏自信, 难以把握就业方向。

(二) 课程设置不合理

近年来, 随着国家对职业教育重视程度的不断提升, 职业教育改革深入推进, 职业教育质量得以大幅提升。但是据调查, 现阶段高职市场营销专业在课程设置方面依旧存在诸多不合理之处。

一方面, 由于市场营销专业知识体系庞杂, 其专业课程也在逐渐细化, 不同学科之间难免会出现知识重复的问题;

另一方面, 高职院校学制大多为3年制, 学生的专业学习周期相对较短, 其专业能力提升存在较大的局限性。

此外, 现阶段多数高职院校在学生考评方面, 仍以试卷考试的方式为主, 且题型大多一致, 这种考评模式并不能公正、客观地体现学生的学习效果, 也难以有效检验学生的实践能力, 综合素质的发展只能沦为空谈。

(三) 师资力量薄弱

市场营销专业知识具有较强综合性, 该专业学生不仅要具备扎实的营销专业知识基础, 同时还要具备相应的专业实践能力, 才能更好地满足市场营销行业的人才需求。

高职院校师资队伍作为提升人才培育质量的关键力量, 其专业能力、职业素养将直接影响到学生综合素质的发展。但是据调查, 当前高职院校市场营销专业在师资队伍建设方面仍存在以下问题:

一方面, 高职院校市场营销专业教师队伍主要由中青年教师组成, 且大多没有任何企业实践经验, 教师的专业教学设计也仅是“纸上谈兵”。即便是涉及到部分实际工作案例, 教师也知识指导学生如何运用理论知识, 并不会对工作案例进行深入剖析。再加上教师自身实践能力不足, 导致部分实践操作活动难以高效开展。

另一方面, 高职院校教师职业竞争压力较小, 长期处于安逸的工作环境中, 就像温水煮青蛙, 逐渐磨灭了部分教师的创新精神, 导致这些教师不愿主动去学习、探索新知识、新方法、新技术。

二、高职市场营销专业教学建议

(一) 明确教学目标, 提高人才培养质量

“职教二十条”明确提出: “职业教育应积极服务建设现代化经济体系和实现更高质量更充分就业需要, 对接科技发展趋势

和市场需求。”

对于高职市场营销专业来说,也应与时俱进,紧随市场经济发展趋势,及时调整人才培养目标,以最大程度地满足市场对营销类人才的实际需求。

这就需要高职院校深入调研市场营销行业的最新发展动态,了解该领域的人才的具体需求类型,以此进一步明确市场营销专业教学目标,以逐渐提升、完善该专业学生的专业能力、知识体系以及综合素质。

与此同时,教师也应以教学目标为导向,优化市场营销专业教学方案设计,加强理论授课与专业实践活动的有机结合,积极与学生分享、交流市场经济体制下的市场营销案例与经验,以不断拓展学生的专业视野,增强学生社会适应能力,促进学生综合职业素养的发展。

(二) 优化教学内容,确保教学内容的科学性

市场营销行业的快速发展,要求高职市场营销专业全面改进提升教学质量。就当前高职院校市场营销专业教学内容来看,还需要高职院校对当前的教学内容设置、教学活动安排进行全面反思,合理取舍。

例如,对于部分陈旧的、落伍的教学内容应及时舍弃,并积极吸收国内外先进营销理论,将其纳入市场营销专业教学体系,以确保市场营销专业教学内容的科学性与系统性。

此外,市场营销专业本身就是一门强调实践性的专业,实践操作教学是专业课程体系中不可或缺的组成部分。因此,在市场营销专业教学实践中,教师要将实训教学模块充分重视起来,引导学生将所学理论知识与专业实践进行有效结合。

但是教师还要注意,实训教学并不是教师的表演课,在教学过程中,教师应边示范并讲解,为学生留出充足的自主探究实践,并在发现学生遇到障碍时予以及时指点,促使学生在实践、探究中逐渐掌握市场调研资料收集、分析方法,并能够根据对市场现状的分析结果,进行市场发展趋势的推断、预测,从而获得专业能力的全面提升。

(三) 强化师资建设,打造双师型师资队伍

实践证明,闭门造车、固步自封、一本教材走天下的职业教育模式早已无法满足新时代职业教育的发展需求。高职市场营销专业师资队伍建设也应紧随市场经济发展趋势,牢牢把握就业岗位风向标,树立终身学习理念,积极学习国内外先进办学经验,并主动请教企业资深专家,充分了解市场营销行业内需,深入企业一线去实践、去研究,不断提升教师专业实践能力,改变以往以教材为主的教学模式,为学生提供他们切实需要的专业知识,推进理论讲解与实践操作的有效结合,努力打造为更加符合新时代职业教育发展要求的“双师型”教师队伍。

首先,需要高职院校的制定内外兼修的师资队伍建设计划,积极鼓励市场营销专业教师大胆走出去,并为教师提供专业交流平台与培训机会,以不断拓展市场营销专业教师事业,广泛吸收

先进的教育理念、最新的教育资源,从而为学生提供更加高质量的教学服务。

其次,针对市场营销专业教师社会实践不足的问题,高职院校可分批分次地组织教师到相关企业挂职锻炼,以全面了解行业内需,并将所学专业实践与技能灵活运用于市场营销专业实训教学中,从而让学生在在校也能够接触到最先进的市场营销专业知识,了解最前沿的市场营销行业发展资讯。

第三,高职院校还应不断深化校企对接,与企业携手,开展协同育人工资机制,聘请行业专业、企业精英到学校担任实践指导教师,以不断提升学生实践操作能力,促进学生全面发展。

(四) 校企合作,联手打造实训基地

高职院校人才培养目标在于打造技能型、实践型专业人才,而这一目标的实现,还需要高职院校必须将实训教学重视起来。实训教学的高效开展,能够让学生的专业实践能力的得到充分锻炼,帮助学生更加深入地理解市场营销专业理论知识,促进理论知识与实践技能的充分结合。

首先,高职院校应深入推进与对口企业的合作共建,双方联手打造市场营销专业实训几次,为该专业学生提供工作项目实训、顶岗实习等机会。如此不仅有助于树立企业形象、扩大企业影响力,还可帮助企业在校企合作中选拔优秀市场营销人才,提升企业核心竞争力。

高职市场营销专业学生通过实训基地锻炼,不仅能够全面了解市场营销工作的真实工作流程,还可从中获得包括合作能力、沟通能力、专业实践能力等在内的综合能力的发展。

三、结语

高职院校的市场营销教学必须始终围绕教学目标,将理论与实践有机结合起来实现教书与育人。无论是对高职院校还是校内的教师,必须不断提高教学水平,加强教学质量的管理工作,让市场营销课程为学生的就业助力,从而向社会输送更多全面发展的应用型人才。

参考文献:

- [1] 高佳燕. 高职市场营销学课程教学改革实践——以陕西青年职业学院市场营销学课程思政实践为例 [J]. 创新创业理论与实践, 2020, 3 (19): 20-22.
- [2] 王璇. 高职院校市场营销专业开展绿色教育必要性和可行性分析——以汕尾职业技术学院为例 [J]. 湖北开放职业学院学报, 2020, 33 (13): 58-59.
- [3] 刘彩霞, 李伯伟, 王文永. 高职院校市场营销专业人才培养模式改革实践——以唐山工业职业技术学院为例 [J]. 工业技术与职业教育, 2020, 18 (02): 52-54.
- [4] 冯星. 基于岗位胜任力的高职市场营销专业实践教学现状调查——以安徽冶金科技职业学院为例 [J]. 安徽冶金科技职业学院学报, 2018, 28 (02): 42-45.