

以诊促改，大力提升高职市场营销专业内涵建设

——以广西农业职业技术学院为例

刘印璇

(广西农业职业技术学院, 广西 南宁 530007)

摘要:随着国家教育改革的深入开展,在新时代背景下,国家对职业教育提出了新的要求,在新的百年计划中,明确提出“完善职业教育和培训体系,深化产教融合”的职业教育发展方向。基于此,高职院校有必要进一步推进教学诊改工作,注重学生的职业能力培养,提升人才培养质量。近年来,经济的迅猛发展使得社会对于市场营销人才的需求越来越多,同时市场营销人才市场的竞争力度也越来越大。本文立足广西农业职业技术学院的教学实际,针对市场营销专业的诊改建设展开研究,希望能够进一步加快人才产出,提升高职市场营销专业人才的就业竞争力。

关键词:市场营销专业;人才培养;产教融合

一、专业诊改的基本方法

按照“8字型”螺旋递进的常态化自我诊改机制要求,对照本部门年度目标任务(包括各级各类项目、任务)落实情况,以年为周期开展考核性诊改(见图1)。

通过目标链和标准链的构建,对标本地示范性院校市场营销专业标准,设置具体的建设指标,并通过组织与实施,周期性考核评估,并实施过程及结果查摆出来的问,进行诊改和优化,具体诊改方法如如1所示:

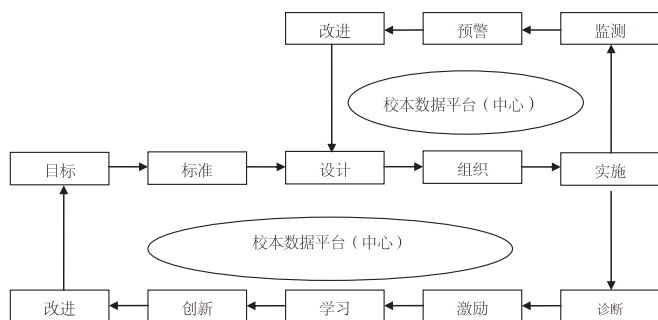


图1 8字螺旋诊改方法结构图

二、市场营销专业目标链的构建

(一)专业建设规划

市场营销专业规划的构建首先要立足于整个学校的五年规划,在学校总体规划的基础上形成专业建设规划,市场营销专业建设规划在学校专业规划的基础上进行细化指标,制定市场营销专业建设规划,原则上要高于学校的基础专业规划,随之再细化制定本专业定位、师生比、实训基地建设等方面的具体年度计划。

(二)课程建设规划

课程建设规划首先通过课程性质分析明确课程建设目标,然后编制课程标准指导教学设施,接着组建课程教学团队共同探讨研究课程教学。

除此之外,还要进行教材、网络课程等课程资源建设、课程实训和实践教学条件设置,最后通过课程质量监控促进课程教学

的改革。

(三)教师建设规划

在教师层面,从师生比方面构建合理的教师人数,并组建教师教学团队;在教师职称、学历方面一方面引进高职称、高学历人才,另一方面加强内部人才的培养和提升;构建专兼结合的双师型教师队伍。

三、市场营销专业标准链的构建

(一)专业人才培养标准

标准链的构建作为八字螺旋诊改方法的第二步骤,在整个诊改的构成中占据着重要地位,构建一个合理的人才培养标准在专业教育改革中具有重要导向作用。

对此,学校必须要将人才培养标准体系构建重视起来,遵循八字螺旋诊改方法,依据人才培养目标构建相应的标准体系。

首先,教师应该依据市场的岗位需求,判断学生的岗位能力需求,并据此确定学生的知识目标、能力目标以及素质培养目标。

其次,在此基础上,依据学生的知识、能力和素质目标构建标准量化指标体系,使目标的判定能够有一个明确的参考标准。

(二)专业课程标准

专业课程标准的构建对于专业课内容的诊改优化具有积极意义。在构建专业课程标准时,首先要指定课程建设目标链,主要分为国家级、省级、校级三个层面的建设目标,为市场营销专业课程的诊改提供逻辑起点。

之后,才能依据目标链来展开标准链的建设。在课程标准链建设中,必须要结合学校的专业教学实际,设立保证能够达到的有效标准,形成与学校市场营销专业课程对口的标准链,实现目标链的有效落实。

四、市场营销专业诊改主要问题

(一)专业定位与地方经济需求存在差异

职业院校的育人目标主要是培养社会应用人才,广西农业职业技术学院作为广西地区的本土高等职业学校,应该以广西地区的经济结构为参考,依据地方的经济需求来展开进行专业定位,这样会更有利于学生毕业后找到对口工作,也能够进一步促进地方经济的发展。

但是,就目前广西农业职业技术学院市场营销专业的定位来看,其与地方经济需求还有一定差距。

对于广西地区经济来说,其对于市场营销人才的岗位需求主要包括市场调研、营销策划、销售管理等营销业务及管理工作,对于人才解决实际营销问题的能力要求较高,也就是需要人才具备一定的实践能力。

但是目前广西农业职业技术学院的人才培养主要以理论知识的教学为主,实训教学为辅,且专业课程的设置也存在一定的缺陷,教学内容多是一些基础知识,缺乏更加深入的专业知识教学,导致学校所培养的人才与地方经济发展不符,对学生的职业发展

产生了一定影响。

（二）教师双师型素质有待提高

目前，广西农业职业技术学院教师的聘用标准主要是对教师的学历、资格证等方面进行考量，其市场营销专业的课程教师在步入教育领域前接受的教育也是以理论知识为主的，很多教师并没有步入过职场。

对于专业领域的实践能力与学生并无根本差别，实践教师本身的实践经验便不足，又如何对学生的实践操作提出有效指导呢？教师专业实践经验不足、素质不高，直接导致其在教学中难以给到学生专业的实践指导，也不能以自身经验帮助学生避免实际问题，只能靠学生在实践中进行不断地试错和探索，给学生实践水平的提升带来了很大的阻碍，严重影响学生的就业竞争力提升。

（三）校企共建实习实训基地力度不足

当前，校企合作已经成为我国职业教育的主要改革趋势，企业与学校的共育模式为职业院校的人才培养提供了有效的实习实训保障，对人才的技能培养具有重要意义。

从目前广西农业职业技术学院的校企合作实效来看，其校企合作的深度还不足，对于实训基地建设力度不够。尤其是对于市场营销专业来说，学院更多的关注点在于学生的理论知识和模拟实战教学，而一定程度上忽视了真实项目实训教学，校企共建实习实训基地力度还不够，校企联合人才培养的力度尚有所欠缺。

（四）课程建设与教学改革相对滞后

目前广西农业职业技术学院对于市场营销专业的认知仍停留在理论性知识上，教学也是以理论教学为主，对于学生的理论应用实践的关注不够。

在该专业的教学活动中，仅存的实践教学就是参加“全国市场营销技能大赛”，以及定期的社会调查以及模拟演练等。但是，对于“全国营销技能大赛”而言，其一年只举办一次，学生参与的机会很少，而且该比赛对学生的水平能力要求比较高，很多学生也并没有参与热情，实践锻炼的覆盖面较小。

此外，教师组织的社会调查和模拟演练实践活动相比较理论课程来说也相对不足。实践活动的缺乏导致学生在学习中越来越不重视营销知识的实践应用，在学习中多以理论学习为主，甚至一些学生完全依靠死记硬背理论知识来应对考试，参与实践活动的热情也不高，学生的就业创业能力难以得到有效提升。

五、市场营销专业诊改提升措施

（一）优化人才培养方案，以需求为导向

人才培养方案在教学实践中起着重要的导向作用，针对目前高职院校市场营销专业教学中存在的问题，高职院校应该立足学生的能力需求，对专业人才培养方案进行进一步的重视和改进，明确市场营销专业的人才培养方案。

就当前市场对于营销人才的需求来看，其中小微企业对于这方面的人才需求更为广泛，其对人才的岗位需求多为市场策划、产品销售、文案创作等工作，对其能力需求以营销方案制作、市场调研、分析与预测等为主。

对此，市场营销专业应该立足提升学生的营销策划能力、培养学生的市场调研实践能力、增强学生的市场预测能力等方面进行人才培养方案设计。

立足学生的就业能力优化人才培养方案，能够为课程教学提供正确的教学导向，有利于针对性提升学生的就业能力。

（二）构建“双师型”教师队伍

师资水平是教学质量的基本保障，优秀的师资队伍是保证教学顺利展开的根本要求。目前来看，高职院校很多教师都是从师范学校毕业后直接参加工作的，比较缺乏市场营销专业课知识以及实践能力。

鉴于此，职业院校应该加强对市场营销专业课程教师的培训与考核，借产教融合的背景优势，加速构建“双师型”的教师队伍。

在产教融合的背景下，可以让学校已有教师深入到一些与学校深度合作的企业中进行挂职学习，让教师们参与到真实的项目工作中，增强教师的实践能力，有了实践经验的基础，其教学水平能够得到极大提升，尤其是在实训课程教学中，教师们的实践经验可以为学生提供更为专业的指导。

此外，学校还可以引进合作企业中优秀的市场营销工作人员担任代岗兼职实训教师，使其参与到市场营销专业课程和实训课程的教学当中，不仅能够给予学生更加专业的实践经验指导，还能培养其教学能力，增强其带教能力，在未来学生实习的带教过程中，有效提升指导效果，对于企业人才的培养具有重要意义。

（三）加大力度共建校企深度融合实训基地

随着校企合作的不断深化，学校在构建市场营销实训基地时，应该注重校企合作的背景，加强双方的合作共建，促进协同育人。

学校需要根据企业的人才需求，在校内开辟出合适的场地，建设相应的教室并配制合适的实践训练方案，加强针对性的实训项目练习，通过理实一体化的教学体系，促进学生的专业知识理解，提升学生的市场营销应用水平。

校外实训基地应该由学校倡导，由企业联合共建，学生可以通过校外实训基地真实地参与企业中的市场营销项目，展开现场实习工作。

在校外实训基地的实习过程中，主要分为几个阶段，即识别消费者的需求、产品定价、促销策略等阶段，通过在校外实训基地的实际实习工作，让学生深入到市场营销行业之中，了解行业特点以及相关工作流程，熟练市场营销的应用和分析，同时总结出适合自身的市场营销应用经验，进一步提升其实践能力，打磨工匠精神，为未来的就业创业做好积累。

六、结语

当前职业教育改革正在如火如荼地开展，我们也应该跟上时代教育的发展步伐，积极推进本学院的教学诊改，加快人才的产出。市场营销专业是本学院的热门专业之一，面对专业教学中的短板，我们必须要积极加强自身教学问题的诊断，并针对性探索改革措施，进一步优化本学院的人才培养模式，促进高素质应用人才的产出更好的迎合市场的需求。

参考文献：

- [1] 李艳艳, LIYanyan. 高职市场营销专业校企协同育人的探索与实践——以福州职业技术学院为例 [J]. 黎明职业大学学报, 2016 (2): 49-53.
 - [2] 刘培艳. 互联网背景下高职院校商业类专业特色建设研究与实践——以市场营销专业为例 [J]. 现代商贸工业, 2019, 40 (35): 205-207.
 - [3] 李柱凯, 林晓军, 张琴, 等. 强化诊断与改进以促进优质高职院校建设 [J]. 职业教育: 汉斯, 2017, 006 (004): 95-99.
- 基金项目: 广西农业职业技术学院2018年教育教学研究课题,《市场营销专业质量保证诊断与改进的研究与实践》,项目编号: YJJ1820, 桂农职院研 [2018]5 号。