

# 基于“双创”教育的市场营销专业教学改革探析

段冰

(青海高等职业技术学院, 青海 海东 810799)

**摘要:**近年来,随着《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》《职业技能提升行动方案(2019—2021年)》等文件的出台,使得企业新型学徒制、现代学徒制、终身职业技能培训等创新理念不断融入职业院校教学改革步伐当中,“双创”人才培养模式探索逐渐成为高职院校、社会关注的重点。在此背景下,高职院校市场营销专业教师需立足时代发展前沿,把握职业教育的核心内涵,从课程建设、教学结构、师资队伍、校企合作四个方面入手,不断转变传统教学模式,注重培养学生创新、创业能力,从而促进学生就业竞争力的全方位提升。基于此,本文将从以下几个方面进行阐述,希望能为相关专业教育工作者后续研究提供有价值的借鉴。

**关键词:**双创;教育模式;市场营销;教学改革;策略研究

随着当前职业教育制度的不断完善,教育部门、经济市场对高职教师教学工作提出了更高的要求。“创新、创业”作为当今职业教育的主流,势必要为学生今后就业发展指明方向。

随着李克强总理对于“大众创业、万众创新”理念的提出,越来越多的高职院校加入到创新创业人才培养阵营中,由此更加需要适应市场需求,不断加快教育改革的进程。

为此,当今教育背景下,高职院校市场营销专业改革也要追赶“双创”教育潮流,立足学生发展实际,开展以立德树人、服务发展为宗旨、人才培养为导向、校企合作为总抓手的教学模式,弥补传统教学存在的短板,提高教师教学工作针对性与全面性的同时,为社会发展提供更多的高素质复合型人才。

## 一、高职院校市场营销专业“双创”教学模式现状

### (一)“双创”人才培养机制尚未完善

目前虽然国家在双创教育中给予的强力的支持,但并未形成完善的教育建设规范与人才培养机制,这就导致各个职业院校都在按照自身的思路与特点摸索发展。

而高职院校由于自身原因,使得培养机制建设过程中存在些许问题,这对于市场营销教学中渗透双创教育有着直接的影响:一方面缺乏专业课程体系的规划,学生专业知识扩展学习未能得到有效的保障与规划;另一方面部分教师未权衡理论与实践教学比例,将重心放到了理论知识的输入上,忽略学生专业能力、营销实践能力的提升,从而阻碍了专业化教育与社会、市场需求的无缝对接。

### (二)课堂教学模式单一、学生知识输出能力有限

当前职业院校市场营销专业随着时代发展内容不断更新,与

时俱进。从教学目标来看,其不仅要求扎实基础知识,还要了解当今市场发展趋势,消费理念、市场营销环境等知识,并利用理论指导实践,对目前消费者实际需求进行剖析,市场营销理念进行规划,从而有效对接岗位发展要求。

但从目前学生实际就业状况分析,受传统应试教育理念的影响,同学对于校园知识学习完成毕业之后,在就业环境中很难进行融合实践,知识输出能力有限,部分教师在开展教学工作时过于注重课程标准的要求,对当今社会人才需求、学生专业能力的提升等方面未能及时关注。

枯燥乏味的教学模式在一定程度上影响了学生学习积极性,加之市场营销专业在改革过程中未能与大数据、新媒体时代迅速发展的“双创”人才要求相契合,使得市场营销专业课堂上的理论教学存在一定滞后性。

## 二、“双创”教育背景下市场营销专业教学改革路径分析

### (一)加强培训引导,构建“双师型”教师队伍

营销专业师资力量的强弱决定了教学效果是否有效融合当前经济发展的需要。对此,要想加强高职院校市场营销专业人才培养模式系统化、时代化,高职院校应从教师专业能力、职业素养有效提升角度出发,加强关创新创业思维模式学习相关培训,打造新时期职业院校“双师型”教师队伍建设。

首先,高职院校可以对现阶段专业教师职业素养、专业能力进行分析,与相关企业共同开展多种形式的培训活动,例如:联片教研、专家讲座、市场营销战略“双线”培训等,拓宽专业授课知识视野,促进其职业能力与社会需求的有效对接。

其次,高职院校应制定多元化的激励政策,鼓励专业教师积极参加互联网+、营销技能大赛、参与经济类职业资格证书考试,为专业教师提供学习了解创新创业最新资讯、理论的平台,并针对学习能力强、主观能动性强的教师给予更多的学习交流机会,并在职称评定、评优评先等环节中给予一定倾斜,以此激发教师的学习积极性,促进其职业发展观念的培育。

另外,高职院校还可以将教师定期、分批次派到省市相关企业、兄弟院校进行顶岗学习、交流探讨。在此过程中,企业要扮演教师能力提升的“引导者”。一方面要针对当前的岗位职业能力需求建立分析报告,分析当今职业教育与社会发展存在的差异,以明确当前协同育人的基本目标和市场营销专业教学的具体方向,提高课程建设成效;另一方面则要以校企协同为基本形态,建立“二元协同、三段融通”的培训体系,使教师掌握良好的分析能力、问题解决能力,并将其渗透到后续的教育教学工作中,形成动态

化的教学调整机制,进一步提高学生实践能力与知识综合运用能力。

### (二) 校企深度合作融合,完善实训基地建设

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,需要高职院校不断加强与校外企业对接,切实完善实训基地建设,促进职业教育与社会发展有效对接,为学生创新、创业意识的培育铺路。

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机制,并针对行业发展趋势、学生就业意愿,为其提供合适的工作项目实训、顶岗实习机会。不仅可以树立企业良好形象、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,实现“订单培养”模式,有效提升市场核心竞争力。

同时,能够保障市场营销专业学生在多元化的实训基地进行学习,能够全面了解市场营销知识如何在真实市场运用,借以提升合作能力、沟通能力、专业实践能力等在内的综合能力,有效促进自身“双创”意识的培育。

### (三) 立足专业特色,渗透创新、创业教育理念

为有效培养更多的“双创”人才,专业教师在开展教学工作同时要立足专业特色,对原有的教学体系进行优化,加强双创教育理念渗透力度,促进学生专业能力的有效提升。

市场营销专业教师可在专业内开展校园创业项目大赛、电子商务平台营销项目、新媒体市场营销等实训项目,并制定多种形式的激励政策鼓励学生参加,并邀请合作企业人员参与交流,对学生提交的项目规划书进行评价、打分,并对优秀项目给予一定资金支持,鼓励学生自主创业的同时,促进其专业能力的提升。

不仅如此,教师还可以联系实际生活,如购物时电商平台该如何选择?购买时如何获得最大优惠?让其利用市场营销思维解决实际问题,引导学生思考,并针对现存的问题制定相应的解决方案,以此提升其营销思维和创新思维,为今后就业奠定扎实基础。

### (四) 优化考评机制,提高育人成效

高职院校专业教师应当围绕“双创”教育理念,对课堂教学考评机制加以优化。

首先,教师要摒除传统的成绩评价,依托“学分银行”的优势,提升学生课堂参与度,借助多媒体引导之力,向学生展示生活中常见的品牌,使其从不同的视角感受品牌所蕴含的文化和价值。

其次,教师可以让学生以小组为单位,成立“销售公司”,通过对营销环境、自身的优劣、市场的需求等方面因素进行分析,制定相应营销方案,根据学生实际学习情况,教师可以设置额外加分项,保障教学过程中小组内人员分工明确、工作衔接顺畅、组内学习活动氛围融洽,

最后,知识学习完成,每组组长要对研究方法、结论、遇到的问题以及所采用的方案上台总结,教师可对小组活动实际情况

进行评价,并在原有师评的基础上,增加自评、互评以及组评等多种形式,然后进行分值加权,评定各组的综合分数。

通过这种个性化的考评方式,给予学生别样的学习体验,激发其学习热情,提升创新意识,促进专业知识的内化与跃迁。

### (五) 深度开发信息化教学资源,提高学生实践能力

高职市场营销专业教师在开发信息化教学资源时,要立足现阶段学生学情,结合社会、企业人才需求,提供相应的课程内容与资源服务,以实现专业教学与企业需求的有效衔接。

教师要通过教学内容、课程标准的深度剖析,将信息化教学资源开发过程有效划分,并将“立德树人、提升能力”的核心内涵贯穿于整个教学环节中,保证学生学习积极性的同时,培养其“双创”意识。

首先,教师要以培养学生核心技能为目的,深入企业学习实践,院系可聘请专业人员到校与教师共同搭建“名师工作室”,针对目前社会人才需求、企业岗位职责共同制定理论、实践教学方案。

其次,教学过程要以学生专业能力、专业素养提升为主搭建学习平台。结合现代市场营销专业发展趋势,引导学生掌握专业技能的同时,明确当今市场发展趋势。

同时,教师可借助互联网技术搭建“双线”课堂,实训室进行企业管理沙盘模拟演练,拓宽学生专业视野的同时,使其具备独立学习、团队配合、沟通交流等能力。

不仅如此,院系和企业不断构建相应的信息化课程框架,以知识点教学视频为基本内容,以信息化教学资源平台为拓展,通过多种类型的学分引导,加速学生专业能力的提升。

## 三、结语

创新创业教育为当代高职教育之羽翼,为职业院校学生创造了更多就业、创业的机会。在当前新兴经济发展时代,营销专业教师要顺应时代发展需求,把握职业教育的核心内涵,以“双创”教育理念为核心,制定多种形式的人才培养方案,调整传统教学架构,强化学生专业能力与职业素养。更加注重教学评价的渗透,依托信息技术搭建新颖有效的评价体系,凸显全程育人、全方位育人教学理念,切实提高市场营销专业教育工作的针对性与全面性,培养学生良好的“创新、创业”能力素养,促进其高水平、高效能就业,从而有效服务当地社会经济的持续、健康发展。

## 参考文献:

- [1] 黄丽君. 新经济环境下双创教育和市场营销专业教育协同发展探析 [J]. 农村经济与科技, 2021, 32 (03): 299-301.
- [2] 林娇娇. 创新创业视角下市场营销教学革新探索 [J]. 创新创业理论与实践, 2020, 3 (21): 30-32.
- [3] 钟思. 市场营销专业教育与“双创”教育融合之路探讨 [J]. 营销界, 2020 (29): 42-43.