

# 数字经济背景下高职院校市场营销专业与岗课赛证的课程体系构建 – 以 ITMC 中教畅享软件为例

方思若

广州华商职业学院 广东广州 511300

**摘要：**目前在数字经济迅速发展下，中国现代企业对市场营销人才的需求量大，但高职院校市场营销专业所培养出的市场营销专业人才还不能很好的满足社会现代企业的需要，导致高职院校市场营销专业的毕业生专业对口就业率较低。面对社会对市场营销专业人才的大量需求，将是高职院校市场营销专业所面对的重要的市场机遇，而面对这样的机遇，高职院校就更应该积极开发和探索有利于市场营销专业技术技能型专业人才的培养方案，开发和改革对接职业工作岗位的课程体系，研究与企业岗位实际需求相适应的课程设置。因此市场营销专业在全面推行“1+X”证书制度下，实行与“岗课赛证”相结合的人才培养方案。即以岗位为导向、以课程为基础、以职业技能证书为技能考核方式、以技能竞赛为提升方式的人才培养模式。

**关键词：**1+X 证书；市场营销；课程体系；岗课赛证

## The Construction of the Curriculum System of Marketing Major and Post Course Certificate in Higher Vocational Colleges under the Background of Digital Economy -- Taking the Software of ITMC as an Example

Siruo Fang

Guangzhou Huashang Vocational College, Guangzhou, Guangdong, 511300

**Abstract:** At present, with the rapid development of digital economy, Chinese modern enterprises are in great demand for marketing talents, but the marketing professionals trained by the marketing major of higher vocational colleges can not meet the needs of modern enterprises, resulting in a low employment rate of graduates majoring in marketing of higher vocational colleges. In the face of a large demand for marketing professional talents, will be marketing major in higher vocational colleges faces important market opportunity, and in the face of such opportunities, higher vocational colleges should actively develop and explore more conducive to marketing professional skilled professional personnel training scheme, development and reform the course system of professional jobs, docking Study the curriculum that is suitable for the actual needs of the enterprise post. Therefore, under the comprehensive implementation of the “1+X” certificate system, the marketing major implements the talent training program combined with the “post course competition certificate”. That is, the talent training model is post oriented, curriculum based, vocational skill certificate as the way of skill assessment, and skill competition as the way of promotion.

**Keywords:** 1+X certificate; Marketing; Curriculum system; Post class certificate

### 引言

由于高职院校岗课赛证的推行，大多数的高职院校已经将岗定位在技能学习上，课程设置内容要企业岗位需求一致，对接职业标准和工作过程，校企合作共同开发，体现岗位技能、通用技术等。而课是技能学习的基

础，要通过课程改革，推动课堂反转，赛是技能的标杆。通过参加国赛、省赛等比赛机制，提升课程的教学水平。证是技能学习的行业标准。通过多样的 1+X 考证，拓宽学生的就业机会。本文以高职院校市场营销专业技能大赛的省赛为例，对现在市场营销专业课程体系的构建。在岗课赛证下引入中教畅享的 ITMC 市场营销综合实训

与竞赛系统及数字营销岗课赛证融通系统。

### 一、ITMC 实训与竞赛系统及数字营销岗课赛证融通系统介绍和作用

#### 1.ITMC 实训与竞赛系统概述

ITMC 实训与竞赛系统具有实践性和趣味性特征,在实际教学中,该系统能够将专业知识与企业实践有效结合,具有很大的教学推广价值 [1]。该系统也具有精细化特征,涉及内容较多,无论是市场产品价格,还是市场销售量数据等都较为齐全。所以,在实际教学过程中,教师可以根据市场营销专业课程安排,将班级学生进行小组分配,让每个小组分别模拟市场中的一个企业,将 P1 产品销售作为主营业务。学生在企业营销实训过程中,虽然企业资金充裕,并且银行信誉也较好,但产品类型缺乏新颖,只能在本地市场中进行销售,面对新时代的市场竞争力,该企业的销售业绩持续下降。在商业营销大环境下,各小组成员需要根据所学知识,分析目前市场发展情况,针对性提出应对措施,有效提高该企业利润。

#### 2. 数字营销岗课赛证融通系统

系统提供展现类、互动类、营销类、沉淀类、交易类、分销类、客服类等多种工具和手段。学生利用系统提供的工具和手段,按照给定的背景资料、应用场景,完成微店品牌的策划、微店的装修、营销互动管理、分销管理、智能客服设置、粉丝管理以及移动营销的行业应用等实训任务。此系统与 1+X 数字营销技术应用(中级)相类似。

#### 3.ITMC 实训与竞赛系统与数字营销岗课赛证融通系统作用

ITMC 实训与竞赛系统与数字营销岗课赛证融通系统,主要依据高职院校本场营销专业背景及人才培养目标,为学生构建市场营销虚拟实训平台,达到一个很好的仿真效果,提高学生的市场实践能力。在使用该系统过程中,还需要帮助学生改变固化思想,多引导学生根据企业背景,熟练掌握企业运作情况,充分调动学生的实训参与性,从中了解市场营销工作的重要性 [2]。此外,通过学生们的不断模拟实践,累积实训经验,教师还需要带领学生从实训中寻找存在的不足,并以此找到解决的方法,进而提高学生的综合实践能力。

### 二、市场营销课程构建思路

#### 1. 探索新颖的实训课程教学方法,加强教师实训水平

在该专业实际教学中,教师要转变传统教学方式,不断创新教学模式,以学生为教学主体,针对性提出教学方案,如由 CEO 主导,让学生之间分工协作,按照规定时间内完成实训任务 [3]。而教师在此扮演的角色就是积极调动学生的学习积极性,起到一个引领的作用。在营销实训中,教师要多观察学生的个性差异,调动学生的学习积极性,激发学生的个人潜力,进而提高学生的团队合作精神。在实训小组分配中,教师需要根据学

生的实际学习情况,针对性地组织他们形成合作团队,让学生在每次实践中积累经验。在以上这种教学中,不仅可以很好地拓展学生的逻辑思维,还可以培养学生的动手操作能力,帮助学生养成良好的团队合作精神。

#### 2. 以竞赛为主的考核体系

对于“市场营销实训”课程而言,该营销体系涉及的内容较多,其中还包含很多理论知识,在实训过程中,需要学生具备加强的动手操作能力,因为该课程不同于其他学科,该系统具有对抗性特点,对此,高职院校就设计了一套全新的以竞赛为主的考核体系。

##### 2.1 看板教学。

对于看板教学来说,教师在教学中是通过借助看板概念,将每次实训竞赛,将各个班级、各小组的成绩贴在教室内,与此同时,在每次竞赛完成后,每个小组之间还需要进行实践总结,并将反思结果贴在自己的小组内。这种方式是为了让学生不断总结实训经验,从实训中寻找自己的不足,进而建立目标管理思维模式。

##### 2.2 灵活多变的分组方式。

在市场营销专业实训中,学生的分组并不是一成不变的,教师每次都需要采取不同的方式进行分组,让学生与不同的组员进行合作,在不同程度上提升学生的实践和交流能力,组与组之间进行交流,同学之间进行交流,使得整个班级既是竞争对手,也是合作伙伴,提高学生的团队合作精神。

2.3 教师需要为学生建立实训交流群,加深同学、师生之间的学习沟通,实时反馈,及时调整。

### 三、ITMC 市场营销综合实训与竞赛系统实训应用

#### 1. 创建团队激发学生的学习主动性

在 ITMC 实训与竞赛系统实训教学中,教师需要对班级学生进行分组,让 3-4 名学生分成一组,组成小组后进行角色扮演,组内学生分别扮演“CEO、COO、CFO、CMO”等职务,学生在 CEO 的带领下各司其职,大家共同完成实训模拟运营任务。在营销实训过程中,需要同学运筹帷幄、亲身体验各角色带来的实战感,形成一种情景互动式教学,激发学生的课堂参与性,彻底转变传统模式教学,让教学以学生为主体,调动学生的积极性,培养学生善于分析问题、解决问题的能力 [4]。

#### 2. 创新市场营销实训课程教学思路

对于 ITMC 实训与竞赛系统而言,该系统已经市场应用多年,这是一款较为成熟的软件,具有较丰富的市场营销专业知识,比如市场分析与预测、产品研发生产、价格策略等,对提升学生的专业知识及动手操作能力有着重要作用,这款软件受广大师生的一致认可。通过实际教学引入 ITMC 实训与竞赛系统,逐渐打破以教师为主体的教学模式,重视以学生参与性及职业体验教学,增强该课程实训效果。具体实践如下,该系统在特定背景下,让学生小组之间进行安排,在组内负责人的带领下,大家各司其职,在规定时间内完成营销任务 [5]。在此,

教师在实训过程中,只需复杂统筹和协调即可,根据学生的个性差异,合理为小组分配任务,并对小组负责人和组员责任进行科学划分,有效提高大家的实训效率。这种实训方式,不仅可以充分调动学生的参与性,还可以帮助学生拓展逻辑思维,激发学生的市场营销潜力,让“要我学”观念变为“我要学”。这种新型的实训课程教学,不仅可以提高高校学生的专业技能,在一定程度上还可以提高他们的团队协作精神,为未来高等教育事业的发展奠定基础。

### 3. 丰富市场营销教学方法和手段

高职院校在引入该系统前,市场营销专业教学一直采用的是课堂讲授法、案例分析法、多媒体演示法等,但在这个发展迅速的新时代下,学生的自主学习意识逐渐增强,对新理念的接受也较快,对于枯燥无味的理论教学会逐渐失去学习兴趣,并且整体学习效果也不理想。首先,在教学过程中,教师需要根据市场人才培养需求,以营销竞赛的方式开展教学,调动学生的实训参与性,创新教学内容,让学生不再接触单一的理论知识,而是真实的营销实践教学,教师需要在一旁示范和指导学生进行实训操作,给予学生一些实训上的建议;其次,学生在实际营销实训中,经常会遇到操作困难和瓶颈,这就需要教师借助网络信息技术,通过班级QQ群、微信群等形式,为学生传输操作视频,让学生一步一步根据视频进行操作,这样不仅可以加深学生的记忆,还可以取得良好的学习效果。通过模拟实践教学法,不仅可以帮助学生整合学习知识,还可以帮助他们构建完整的知识体系,让单一的知识过渡到专业知识应用,为后期的市场营销学习奠定基础,全面提升学生的岗位适应能力;最后,合作学习法,ITMC实训与竞赛系统需要学生具有较强的团队协作精神,该系统注重组内成员的团体协作,需要全体小组成员都积极参与到所代表企业营销实际运作中,为企业经营贡献自己的一份力量,使得企业在运营中取得良好的成效,在虚拟市场中提升竞争力<sup>[6]</sup>。此外,还有反馈加深法。在市场营销专业实际教学中,当每个经营年度结束后,都需要学生及时将学习成果反馈于教师,这时教师就能够根据学生的反馈情况,为学生制定科学合理的教学计划,优化教学方式及营销手段等,使得该专业教学更加具有灵活性和针对性,全面推动学生的未来就业发展。

### 4. 建设符合实践要求的校内外实训基地

高职市场营销专业教学要求理论与实训实践紧密结合,理论课程与实践课程要达到1:1的比例,一方面要教授学生够用的理论知识,另一方面要指导学生进行大量的校内外实训实践方以提高专业技能。通过院校间教学经验交流可知,近年来生源的文化素质有下降的趋势,许多教学团队采取增加学生课内外实训的方式来提高学生动手能力以弥补不足。因此,建设符合大数据时代营销趋势发展的校内外实训基地势在必行。在校内实

训室的建设上,可以通过建立大数据营销沙盘模拟实训室、创意策划实训室、新零售实训超市、商务数据分析平台等来加强实训教学。在校外实训基地的建设上,通过与企业紧密合作建立大数据实训平台,使学生项岗参与企业大数据营销实际项目运作,以培养学生的大数据思维与应用能力。

### 5. 提高师资队伍素质能力,为课程建设提供教学保障

大数据时代市场营销专业课程建设的根本保障在于有一支高素质的专业教学团队。无论是课程体系的设置、教学内容的更新,还是教学方式的转变、教学实训实践的开展,都对专任教师的大数据思维、知识结构、实践经验和教学水平提出了更高的要求,所以加强师资队伍的建设势在必行<sup>[7]</sup>。一方面院校通过人才引进,将企业中有丰富大数据营销理论与实践经验的员工招聘到专业教学团队中以充实师资力量。另一方面要加大培养力度,通过进修、培训、委派到企业挂职锻炼等方式提高现有教师的学历层次、知识结构和实践经验,从而能够胜任课程教学需要,使课堂教学更贴近企业市场营销实际。

### 6. 积极改进市场营销专业教学方式

在大数据时代背景下,要充分运用信息化教学技术,改变传统单一模式教学,丰富教学人日欧诸个,调动学生的实训参与性,发挥学生的主体地位,让学生成为教学的参与者。通过“慕课”、“微课”、“云课堂”等教学方式的运用,教师把精选的大数据营销案例通过文字、图像、声音、视频等方式展现,以吸引学生兴趣和注意力,增加趣味性和互动性,提高教学质量。

## 四、结束语

综上所述,ITMC实训与竞赛系统是一项灵活多变的博弈软件,在高职院校市场营销专业中应用广泛,深受广大师生的喜爱,在实际教学中,教师可以根据该专业教学背景及人才培养要求,丰富教学内容,激发学生的学习积极性,帮助学生提升动手操作能力。此外,通过在教学中引入该系统,还可以帮助学生快速掌握市场营销相关知识及技巧,以此提高该专业的教学效果,推动高职院校市场营销专业的教学发展。

### 参考文献:

- [1] 仇国英. 数字经济形势下高职院校市场营销专业课程体系创新研究[J]. 人文之友, 2020(19):180.
- [2] 吴爱珍, 金杨华. 高职院校市场营销专业人才数字化能力培养研究[J]. 职业技术教育, 2021, 42(14):27-31.
- [3] 沈霞, 谢昌炜. 数字经济背景下高职商贸课程体系改革的逻辑转变——以市场营销专业群为例[J]. 南方职业教育学刊, 2021, 11(3):33-38.
- [4] 谭坤元. 新商科背景下高职市场营销专业创新人才培养模式研究[J]. 现代职业教育, 2022(25):31-33.
- [5] 严凤英, 林昌清. “互联网+”背景下高职院校数字营销专业人才培养问题及对策[J]. 互联网周刊,



2022(11):62-64.

[6] 高培培. 产教融合背景下高职院校数字营销专业校企共建产业班的实践探索 [J]. 现代经济信息, 2021

(3):193-194.

[7] 田淑波. 基于校企合作的高职数字营销人才培养之探索 [J]. 现代职业教育, 2019(36):90-91.