

基于能力本位的高职营销专业课程体系构建

欧阳淼娃

江西环境工程职业学院，江西赣州，341000

【摘要】：随着我国国民经济高速发展，越来越重视市场营销的发展。因此，要重视高职院校营销专业的改革与发展。高职营销专业职业能力主要包含专业能力和专业拓展能力，同时，还包含社会人应具备的职业通用能力。在高职院校中，培养职业能力的途径就是课程教学。所以基于高职院校营销专业职业能力构成的基础上，应建议一个与之相匹配的课程体系。

【关键词】：能力本位；高职营销专业；课程体系

引言

能力本位教育是一种现代职业教育理念，其主要将能力的培养作为基础，采用模块化课程分析能力观从而确定能力标准，随后将能力标准转换为课程。应从就业岗位的需求出发，从而确定能力目标，而具备的能力则是需要按照岗位群的需求进行确定，且将培养目标加以明确，根据从事行业所需要的能力确定课程，组织教学，促使学习者获得预期的职业能力。高职营销专业服务于企业，其覆盖面较广，根据营销专业较强的实践性，来自于能力本位理念，培养学生的职业能力，不断的优化专业课程结构，构建高职营销专业课程体系，提升职业能力人才的有效培养^[1]。

一、高职营销专业职业能力构成分析

制定营销专业职业能力时，应将其与工作情景联系起来。认为能力是个体在工作中表现的知识、技能和态度的一种整合，其辩证的看待每一个个体在工作中的表现^[2]。在整合能力观的引领下，对营销专业职业能力进行了深入研究，将其分为两种，一个是社会人都应该具备的职业通用能力，还有一个就是职业能力。前者是从社会需要角度出发，进行深层次的思考，进而确定的一种能力，符合各层次人们所需要的，但是在不同组织中，人员应具备的通用能力也是不一样的，企业营销人员应具备的通用能力为：沟通能力、团队合作能力、信息处理能力、创新能力以及表达能力等。后者按照营销部门职责进行设置，其包含专业基本能力和专业拓展能力，其中专业基本能力是在完成任务时应具备的一种能力，营销人员不具备这个能力，其也难以胜任工作。主要包含市场开发能力、销售管理能

力、公关策划能力等。专业拓展能力使得营销人员在未来职业生涯中，发展到该领域更高层次的一种能力。

二、基于能力本位的高职营销专业课程体系构建

（一）职业通用能力与课程体系构建

在高职院校中，可以利用毛泽东思想、邓小平理论、办公软件、外语、经济学等基础课程培养学生的职业通用能力。学生的沟通交流能力可以依据校园活动实现培养；学生的心理承受能力可以通过心理课程的设计、心理咨询、思想品德课程建设加以培养；因此鼓励学生积极的参与社会实践活动，全力的培养学生合作能力和沟通能力，实现学生职业通用能力的有效培养^[3]。

（二）专业能力与课程体系构建

在高职院校中，学生的专业能力在未来的工作中，其涉及专业的知识，同时也可以设定相应的课程完成专业能力的培养。在未来工作中，需要注重学生推销能力的培养，促使学生掌握商业谈判技巧，进而完成推销任务。营销人员在推销产品的过程中，要掌握消费者的心理，进而利用相应的推销技巧实现商品的推销。因此，学生推销能力的培养要通过推销理论与技巧、商务谈判、营销心理学等课程的学习实现培养^[4]。

（三）高职营销专业课程体系构建中的注意事项

1、不一致性

营销人员的职业能力培养和高职营销专业课程之间的关系不是一一对应的。在某项能力培养中设置一门课程，这并不表示这门课程是其他能力不需要的，而是这门课程是该项能力培养中必需的。而且在高校课程中所界定的能力都会设置与之相匹配的课程，可以通过学生在完成某项技能训练时，将此项能力进行锻炼。

2、明确能力考核内容

从整合能力观来看，知识与技能的整合形成能力，而在能力的发展中学生的态度发挥着重要作用。因此在针对学生能力考核中，要充分的考虑上述三点，即知识、技能以及态度等方面的考核。营销人员的能力考核，其不仅仅要注重结果，还要注重过程，所以考核方式应该是多元化的，利用不同的考核方式，对营销人员的能力进行全面的评价。针对知识的考核，采用笔试的方式进行，对营销人员的理论进行评价；针对技能的考核，采用实际操作的方式进行，对营销人员技能

进行评价;针对态度的考核,应针对学生在理论学习和技能实践中综合表现进行评价。营销人员能力的考核需要将上述三方面的结果综合,由此确定营销人员的能力是否达标。高职营销专业学生专业能力考核,应注重学生完成任务的结果,以此作为学生专业能力评估标准;职业通用能力的考核,应注重学生完成任务过程中的表现,作为学生职业通用能力评估标准^[5]。

3、高职营销专业课程内容设置

课程的设置应包含实践和理论两个部分。理论课程设置中,要科学的整合课程体系,结合技能。营销人员技能培养中需要理论指导,教师在课程教学中,重点突出该理论。教师在确定课程理论教学后,教师要将课程间、课程内的理论知识充分的结合,避免出现脱节现象。在课程教学中,要注重实践与理论的结合,将传统营销专业课程体系更新,将理论课程体系和技能课程体系充分融合,保证了营销专业课程体系的万振兴,同时也能够实现学生营销职业能力的有效提升。

结束语

综上所述,要充分的认识能力本位的概念,并且以此作为基础,对高职营销专业课程体系进行优化,从而提升营销综合能力较强的学生,促使其在社会上更好的发展,实现自我价值。所以,本文对能力本位的高职营销专业课程体系进行详细分析,了解高职营销专业课程与营销人员具备能力之间的关系,进而有效培养。

参考文献

- [1]边伟.基于能力本位的高职院校汽车营销与服务专业课程体系改革探索[J].汽车维护与修理,2017(4):71-74.
- [2]高敬.基于能力本位的高职金融营销课程建设与改革探索[J].中国轻工教育,2018,103(05):81-84.
- [3]王尚,温福军,兰晓婕.基于职业能力培养的高职汽车技术服务与营销专业课程体系改革[J].广东交通职业技术学院学报,2017,16(4):86-91.
- [4]陈文.基于“能力本位”的高职《旅游市场营销》课程教学改革——以重庆旅游职业学院为例[J].旅游纵览(下半月),2018,No.269(4):223-224.
- [5]严义章,熊其兴,杨顺芳,等.基于中高职衔接的汽车营销与服务专业课程体系构建研究[J].武汉职业技术学院学报,2017,16(2):32-35.