

高校市场营销专业应用型创新人才培养模式探析

卢珍宏

(湖北职业技术学院 湖北孝感 432100)

【摘要】 本文研究的主要目的是为了明确市场营销专业应用型创新人才培养的重要性,通过提出一些针对性的建议来推动培养方式的更新,进而推动人才的培养。应用型本科教育能够为社会提供立足一线岗位的应用型本科人才,市场营销专业应用型创新创业人才培养具有重要的现实意义。但因为现实条件的限制,该培养模式还存在一些不足之处,基于此,本文提出了几个策略:改善课程体系、重视“双师”队伍建设、改善评价机制以及注重实践教学。通过对人才培养模式展开以上几点改革,能够提高人才培养的效率和质量,对我国社会发展具有重要意义。

【关键词】 市场营销;应用型;创新人才

DOI: 10.18686/jyfzyj.v3i7.47373

新时代下,应用型本科逐渐增多,为了满足社会发展的需求,应用型本科院校需要不断发展和进步,不能再完全使用传统的人才培养模式,而是要在大众型、应用型领域谋求新的发展前景和空间,为大学生创造更好的成才条件。目前,市场对能够胜任一线岗位的应用型本科人才需求巨大,但每年毕业的应用型人才数量少,人力资源相当紧缺,无法满足市场的需求。因此,应用型本科人才的紧缺成为现实问题,也成为应用型本科院校迫切需要解决的问题。

1、市场营销的概念

市场营销是指个人或集体通过交易其创造的产品或价值,以获得所需之物,实现双赢或多赢的过程。市场营销与传统意义上的推销、销售不同,它的范围更广泛,包括市场调研、产品开发及定价、后期促销、客户服务在内,是有着正常程序的一系列经营活动。而推销和销售仅是其中的一个部分或一个环节,是市场营销所具备的普通职能之一。换种说法说,市场营销是贯穿了企业活动全过程的一整套科学体系,拥有独特的营销模式^[1]。

2、目前人才培养模式存在的问题

2.1 过分强调理论,忽略实践

市场营销人才需要通过实践来提升自身能力,但因为现实条件的不允许,人才培养方案无法落实,只能以教材上的理论知识为主。在教学中,教师还是以理论知识为重点进行教授,学生只能听讲,在脑中模拟实践,学校也没有足够的课时安排给实践技能训练。在进行某些实训的教学时,由于教学条件不充足,无法展现真实情境,最终导致理论知识与实践操作脱节,学生只掌握了相应的理论知识,却无法运用到实践训练当中去。

2.2 课程体系仍需要优化

在专业课程的设计上,有些课程忽视了市场需求,造成两者的脱节,且基础理论课在总体课程中占比大,难度高,核心课程的设置反而占比较小,选修课中应用类课程不多,实践教学学分也相对较低,课程多是注重学生理论知识,提升实践能力的课程学分少。这样的课程体系不利用学生实践应用能力的提升,与应用型高校“应用”的概念差之甚远,无法满足应用型本科人才对实践技能的要求。

2.3 教育理念落后

部分教师的教育理念陈旧落后,没有深刻了解对应用型本科的内涵,实践教学技能特别是实践技能教学的能力不强,本身就缺乏相应的实践经验,因此导致讲解和指导能力低下。还有部分教师因为个人原因,学习新知识的精力有限,难以迅速接纳新事物,而学校也没有提供应用型本科教学相关方面的培

训,导致教师缺乏最贴合应用型人才的教学理念,教学效果并不尽如人意^[2]。

2.4 缺乏实训场所

国家政策为院校提供相应的扶持或财政投入,但地方院校在这方面很难与部属院校得到相同的支持力度。因此,本就偏冷门的市场营销专业又面临着更多的问题,例如:校内缺乏实验实训场所,实验室仪器设备少,只有电脑等基本设施,现有实训室无法发挥实际效用,利用率极低;校外实训基地偏少,缺乏与实训企业的深度合作,实习实训也没有进行有效地管理,管理制度不完善,这些都不利于应用型本科人才的培养。

2.5 评价机制不完善

实践教学的评价机制是同时针对教师和学生的,评价的是教师的教学水平和学生的学习结果。然而目前来说,评价机制仍然以学生的理论学习成绩作为教师实践教学的评价根据,并没有更新理念,评价并不能直接有效地体现教师水平。评价学生实践能力也仅从毕业实习和毕业论文的完成情况来进行,四年的课程学习过程被忽视,整体评价不够全面客观^[3]。

3、应用型创新人才培养的重要性

3.1 体现了国家人才兴国的战略

生产力决定生产水平,生产水平影响着社会发展,而社会发展是以人为基础的,人是社会中最活跃的因素,能够促进社会的前进。中国拥有庞大的人口基数,可以作为人才的储备资源,只有把庞大的人力资源转换为人才资源,才能真正为中国梦的崛起提供必要的智力支持。新时代的竞争离不开科技,而科技的来源是人才,因此归根到底是人才的竞争。各大应用型院校是培养应用型人才的重要基地,因此要转变办学思维,改变传统的人才培养模式,顺应人才兴国的发展战略,培养相应的人才,为国家做贡献。

3.2 有利于形成院校特色

地方院校可以通过改善原有的教学模式,形成具有本校特色的人才培养方式。开展应用型人才的培养活动,有利于地方院校了解自身特点,根据自身条件确立合理的发展规划,培养符合地方经济发展的高素质人才,还有利于形成自己独有的特色与优势,更好地服务地方经济发展。

3.3 帮助学生参与市场竞争

地方应用型本科院校的目标基本上都是培养应用型人才,学生经过四年的学习和培养,在掌握了扎实的理论知识的同时,也获得了实践性的操作技能,通过运用理论知识和经验可以使学生可以直接参与到生产过程中,能够满足企业和市场对人才的需求。在市场竞争中,比起缺少实践经验的学生来说,应用型学生更具有优势。

3.4 一定程度上满足地方对人才的需求

高等院校的职能主要是教育教学、科学研究以及服务社会,应用型本科教育拥有自身独特的优势,能够推动和促进地方经济的发展,通过对自身教育模式的改革能够使地方本科院校更加明确职能所在,充分发挥服务地方的作用,为地方经济发展提供人才支撑和技术支持,满足地方对人才的需求^[4]。

4、培养应用型创新人才的策略

4.1 改善课程体系

市场营销专业应用型本科人才培养计划的制定,应当遵循相应的目标,以社会和市场的实际需求为基础来制定学生需要达到的能力标准,设置合理的课程模块,选择贴近实际情况的教学内容,考虑好各专业的情况进行课程体系的设计,并要协调好公共课程与专业课程、应用课程与实践教学、选修课程与必修课程等比例关系。若要完善课程体系,可以针对具体的问题征求相关专家的意见和建议,或在毕业学生范围内发起关于课程建议的调查,倾听学生的想法和建议,优化课程设置,加强课程体系的建设。

4.2 重视“双师”的队伍建设

市场营销专业的教师大多都没有企业实践经历,只是单纯的学科型教师,在教学过程中侧重理论知识,忽略实践的重要性。学科型教师很难转变传统观念中重视理论知识的想法,因此教师应该顺应应用型本科教育的教育理念,采取多样化教学方法,提高自身的实践操作能力,更加有效地指导学生进行实践活动。应用型院校应注重“双师型”的教师队伍建设,引进相应的人才,调节教师队伍结构,根据相关课程的需求邀请专业的企业人员来校,对教师进行专业化的培训,指导教师开展实践性教学。以我国陕西省的PH学院为例,PH学院为了提高教师的教学水平成立了青年教师能力提升计划工作领导小组,并实行青年教师导师制,通过举办“教学名师风采讲堂”等活动选拔优秀教师,并且设立教师基金会,资助教师开展工作,还定期组织安排教师到企业中去实践学习,积累实践经验,提升自身能力。

4.3 改善评价机制

应用型专业院校要合理制定评价机制,对教师的教學能力进行多方面的综合性评估,以提高教师在专业自主发展方面的

积极性,鼓励教师重视实践经验和理论知识的结合。院校要针对人才培养目标,通过采用多元化主题的方式,从多角度评估教师的教学水平,同时倾听学生及专家的想法,采用有建设性的建议,以此促进教师的全面发展,满足应用型本科的教学要求。例如PH学院,完善了以实践能力和理论教学能力相结合为基础的评价机制,设立专项考察小组,根据指导文件的要求对教师的综合能力进行评估,在一定程度上提高了教师自主学习的积极性,提高了教师的教学能力。

4.4 注重实践教学

在低年级学生的应用型教学中,可以先通过传统方式开展理论性教学,在学生基本掌握后,再指导学生进行实践训练,最后将理论学习和实践经验相结合,巩固所学内容;而高年级教学可反其道而行之,通过实践引出理论,再回归到实践中去。这两种培养方式既有适用的年级之分,又有不同的培养侧重点,学生不仅具有扎实的理论功底,还掌握了较强的实践技能。

要提高实践教学的比重,首先要有针对性地增加每门专业课的实践教学实践,根据课程性质安排相应的实践教学,尤其要重视学生的实习时间,这是学生实践经验的直接来源;其次,还应提高实操能力考试比重,学生不仅仅要注重理论,还要重视实践操作,以此激发学生对实践的兴趣,提高学习热情;最后,院校要充分认识到实训教学基地的重要性,针对实践设备不足的问题,要加强建设实践教学基地,通过多种方式落实建设经费,对实验室和实践基地进行合理规划和安排^[5]。

5、结论

通过文章的分析 and 研究得知,如何正确培养高校市场营销专业应用型创新人才是当代教育面临的问题之一,应用型人才能够满足社会和市场的需要,促进社会的发展。本文中提出的几点建议,围绕着应用型人才的培养模式展开,通过改善课程体系、建设“双师型”师资队伍、改善相关的评价机制以及注重实践教学,能够在一定程度上改善培养模式,解决之前存在的问题,弥补不足之处。在我国教育事业不断发展下,社会和市场对人才的需求会越来越大,这对应用型院校提出了新的挑战,因此,相关院校要不断完善自身,改良原有的教学模式,注重学生和教师实践能力的培养,为我国社会主义事业的推进培养相关人才,推动社会进步。

参考文献

- [1] 雷婧. 高校市场营销专业应用型创新人才培养模式研究[J]. 企业科技与发展, 2018,4(02):116-117.
- [2] 刘芳. 应用型本科高校市场营销专业人才培养模式研究[J]. 环渤海经济瞭望, 2018,9(09):130.
- [3] 娄琦琳. 应用型本科高校市场营销专业创新创业人才培养模式研究[J]. 知识经济, 2018,6(19):108-109.
- [4] 陶鑫. 浅谈应用型高校技术技能型人才培养——以本校市场营销专业“ASK”人才培养模式改革为例[J]. 吉林工程技术师范学院学报, 2019,35(10):13-15.
- [5] 王培培. 市场营销专业应用型创新创业人才培养模式研究[J]. 产业创新研究, 2020,12(19):148-149.