

产教融合视角下的高职市场营销专业课程开发研究

孙磊

江苏财经职业技术学院, 中国·江苏 223003

【摘要】高职院校教育注重培养技能性人才, 现今许多高职院校选择运用产教融合的视角下进行教学, 这种教学可以培育更多的符合市场营销专业人才。高职院校一直针对市场营销专业进行改革, 市场营销专业实践性非常强, 高职院校一直坚持产教融合的最新理念进行教学。为此高职院校一直积极发动不同的资源进行共享教学, 尤其是政府部门的推动, 通过优惠的正常让企业参与高职院校的学习实践当中, 企业和学校融合起来, 共同培养符合社会的市场营销专业人才, 为国家培养人才做出相应的贡献。

【关键词】产教融合; 市场营销; 人才培养; 企业

《国家中长期教育改革和发展规划纲要》提出, 全国高校要追求创新, 高校与企业联合一起携手打造新型人才。

1 产教融合简介

2015年《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》更是提出, 全面建立校与校、校与企业、国际交流合作等不同的方式来培养新型人才机制, 各大学校也要积极的吸入优秀的社会资源和国际的优质的资源, 进行培育复合型的创新人才。企业想要真正的把集成融合起来其实是非常复杂的过程, 这一过程主要有这几方面: 1、人们观念的转变、师资队伍的结构调整、人才培养方法的制定、最新课改的课程的重构、教育教学的大纲革新等等。

2 当前市场营销专业教学现状

课程设计上重理论, 轻实践; 高职教育主要就是为国家培育出技能型的人才, 技能型人才在课程教学大纲中最主要的教学内容就是实践教学内容, 但是高职教师在教学时还是更加注重理论的教学, 这也导致职高教师轻实践的情况出现。因此高职教学内容单一, 传统的高职教育就是以高职教师讲授大纲知识为主, 但是高职院校的学生实践的机会非常少, 学生缺乏实践锻炼的机会。

校企合作力度不够, 未发挥企业的主体作用; 高校和企业的合作力度不明显, 虽然大部门企业会为学生们提供许多实习岗位, 但是企业并没有让学生真正的发挥作用。企业这个提供实习的机会, 学校在培养人才方面也是缺乏实践性, 教师在制定方案时经常出现方案目标与实际培养目标不一致。而且企业没有真正的参与到培育人才的工作, 造成两者的融合深度不够。大部分企业都是比较重视经济效益, 对于没有社会效益的事情并不是特别关注, 许多企业和学校不重视共同培育专业人才, 因此学校想要找到合适的企业与其进行对接是非常困难的。

企业和学校之间没有一个良好合作机制来支持两者的合作; 企业与学校合作机制并不完善企业想要深入的融合在一起, 培育专业性人才, 还需要企业和学校共同去探索培育专业人才的方法, 从而达到共同孕育专业性人才的最终目标实现互惠互利, 共赢的局面。

3 产教融合背景下重构市场营销专业教学模式

随着经济快速发展, 市场营销专业对学生们的实践性要求更强, 并且随着社会发展市场营销专业对学生们的创新性能力要求越来越严格, 因此市场营销专业的学生综合素养要紧跟时代的需求。

市场营销专业的教学在推陈出新客, 迫切需要企业参与进来, 只有学校和企业深度结合, 才能够愿意出市场营销专业的专业人才。

首先, 政府要通过宏观政策推进学校和企业的有效融合, 通过试点的建设方式; 学校根据政策来进行试点教学, 通过这种方式来重新构建案例, 学校通过成功的试点成功案例进行宣传, 进而推进社会各界人士对产教融合理念的认可度。只有让人们真正的了解产教融合的教育方法的重要性, 让更多的学生和家了解

产教融合的知识并支持此方法。政府部门可以通过宏观政策制定政策, 明确学校和企业应该承担的相应职责, 并且保留各自拥有的权利。

其次学校和企业要依据职责所在各自发挥其职责, 共同努力共育专业的复合型人才; 学校和企业还通过不同的方式来研制一套人才培养方案, 随后通过课改的要求, 共同培育出符合最新的市场需求的专业型人才。学校在安排学校专业老师写教学方案时, 学校需要与合作企业的负责人就行沟通, 共同的商讨符合学生的教学方案。根据企业管理的最新需要的专业型人才进行专业的技能培养和知识储备。学校结合学校资源和企业的发展需求, 最终敲定可行的专业行培养方案。培养复合型教师方案, 让校企教师实行双向流动机制, 随后学校安排复合型教师进行专业授课。

最后学校重构市场营销专业的教学模式; 只有选择校企共同创建课程体系, 才能够让企业在课堂当中发挥其该有的作用, 企业也要按照最新的企业发展的运营方式给学生们提出最新的意见, 学校在开设市场营销专业课程时, 要注重课程的时效性, 并且高职院校在教育市场营销的学生们时, 也要根据岗位核心职责的内容和专业的工作能力进行把控, 把这些融入到教学当中才能够让单一的教学模式逐渐变为复杂的学习环境, 进而让学生们获得最专业的市场营销知识, 从而构成搞为导向的教学课程体系。

学校是产教融合的主体之一, 因此学校的任务非常繁重, 学校一定要促进专业化教学, 并且同产业之间进行良好的互动。创新型人才的培养机制是需要校企一同努力的, 在课堂的设置当中, 教师一定要多培养学生的创新思维能力, 提高学生们的创业能力。学校一定要发挥创新的驱动力, 进而实现产教融合培养专业性人才。

学生根据课程来安排创立公司或者假定自己是市场营销部门的工作人员, 每一团队有五到六人组成。在上课之前老师根据课程安排来布置任务, 让学生们以小组的方式来获取新知识。通过小组的方式让学生们自主去学习, 在教学过程当中, 要求学生们对结果用不同的方式进行汇报。例如, 学生们在制作PPT时教师可以根据小组汇报情况来判断小组成员知识掌握的情况, 针对相同的问题进行讲解。而在这一过程学校教师也要安排企业教师进行点评, 让学生们了解到自己的不足, 最后的考核更是提倡无纸化考试, 按照学生们平时完成的任务情况进行打分, 最后形成期末成绩。

4 总结

综上所述, 在产教融合的大背景下, 学校、企业和政府要多方协同, 才能够让市场营销专业的发展够快。探索新的教学模式, 通过资源共享校, 企业、学校等部门来通过实操性的课程孕育复合型人才。最后实现企业学校学生和社会共赢的局面。

参考文献:

- [1] 游明伦. 新时代高职产教融合人才培养模式的变革与创新[J]. 铜仁学院报. 2018-03-15.
- [2] 张跃志. 产教融合创新发展校企合作共育英才[J]. 中国教育报. 2018-03-29.