

基于校企合作的市场营销人才培养模式

孙 磊

江苏财经职业技术学院, 中国·江苏 223003

【摘要】改革开放以来高职院校一直在不断创新,尤其是在高校市场营销专业教育方面。该论文从传统市场营销专业教育中存在的问题进行分析,针对校企合作人才的教育模式进行项目教学和考核方式进行深入研究探讨,进而为国家培养更加优秀的市场营销的人才。

【关键词】市场营销 校企合作 人才培养

市场营销专业性非常强,尤其是在实践性方面更是非常的突出。在市场营销方面的人才想要与企业进行无缝对接,这就需要培养岗位的高职院校与企业有良好的合作关系。因此从职业化的角度分析高校专业教育的问题,已经成为国家市场经济发展的大势所趋。因此高职院校也将学生们的职业能力培养纳入到课程当中,利用校企结合的教育模式对高职院校市场营销专业学生来进行专业性的培养,提高培养学生们的专业性能力。

1 传统市场营销人才培养存在的问题

首先,学生缺乏实践经验以及实践机会;许多高职院校对教师的选择,多是根据学历和学术研究成果方面进行考核。许多教师学历和学术非常高,但是他们缺乏企业营销的实战性,这也导致许多教师对实战知识的讲解非常少,因此学生在培养实践能力时,教师并不能够把理论知识与实践知识结合起来。从学生层面进行实践分析,目前许多企业都希望自己招聘的人才,具有实践能力强的市场营销专业的学生。尤其是中小型企业并不情愿招聘应届生,由于应届生的实践经验少,学生实践能力不足,导致企业出现亏损的情况时有发生。从学校场面分析,学校在组织学员进行实践的理念相对薄弱,学校对学生们的实践能力培养水平有限。在教学过程当中大部分教师并不会重视实践环节,学生自主实践的机会更是非常少。传统的市场营销人才培养方式已经不能够满足于企业的需求,因此许多学生在进入工作岗位时容易出现因专业性不强,企业对其工作的满意度降低。

其次,教学改革的深入不足,学生缺乏创造的机会;在传统教学当中,教学还是以书面考核的成绩为主,而在这样的教学考核之下,导致许多学生对理论知识非常强,理论结合实际的创造力欠缺。许多学生对专业缺乏理性观察,这些问题都是需要高职院校注意的,想要培养出更加优秀的市场营销专业人才,在考核机制和教学方面要进行创新。进而培养出符合社会对专业性人才的需求。

最后,传统的教学模式对专业性人才水平培养欠缺;传统教学体系养专业性人才发展受导致约,导致专业型人才在离开院校以后出现不认可自己的专业性。许多学生在毕业之后,都会选择与自己专业不相符的行业,这都是对自己的专业性不认可的表现。在当今社会下,高职院校的课堂,教育和教学理念要进行深入改革,学校与企业合作共同建立符合当今社会发展的教育体系。

2 市场营销人才校企合作培养模式的建设探讨

第一、企业项目走进课堂;教学模式的改革是持久性的,高职院校要结合实际根据企业岗位的需求对课程进行安排。高职院校老师在课堂上让学生们根据自己的喜好模拟岗位,让学生们从工作岗位的角度进行思考问题,让课堂教学更加具有可操作性和实践性。例如:市场策划的学习在品牌策划的管理、品

牌广告策划的专业课程进行讲课。只有让企业项目真正的切入到实际教学当中,才能够让学生们更加了解自己所学的专业性。高职院校和公司进行合作教学,让学生们通过真实的案例进行策划和设计方案。让公司对学生们给出的方案进行点评,最后让高职教师对学生们进行总结。通过企业的项目流程开展工作,让学生们依据教学目标进行实践,这样才能够让学生们通过实习进行无缝对接。

职业院校的教学模式要同企业进行相互合作,用企业作为模板,按照团队协作的角度让学生们进行分组。尤其是在企业营销方面进行深入研究,让学生们对现有市场进行调研,对现有的消费者消费趋势进行调查,让学生们判断企业的营销模式是否合理,消费者对企业的广告营销是否赞同等等。让学生们在实际调研当中发现问题,并以小组讨论的方式进行问题汇总,根据相应的问题作出全新的营销方案和广告模式。通过这样的实践方式让企业认可学生们的工作能力,进而提高学生们的实践能力。

第二、考核模式大改革,高职院校在市场营销专业考核时,应该建立在企业项目之上,高职教师的教学方向都是与市场经济环境相匹配的。高职院校的学生可以通过教学小组的方式,以项目小组为分组。让学生们通过各个实际项目小组,从拿到企业方案的第一天开始,在一定期限内作出营销方案。在这一过程当中职业院校的教师应该充当辅助者,通过小组形式让学生们懂得协作精神的意义。让学生们在设计营销方案过程当中,通过团队意识快速高效的完成项目,老师根据学生们的项目合理性来进行打分。在平时教学当中,老师还可以依据学生们的课堂表现来进行综合考评。创新的教学模式下,考核项目更偏重于学生们专业能力。在考核过程当中,教师还可以参考企业意见进行评分,这样更能够调动学生们的实现工作能力。同时还能够动员学生相互评价,以最终的成绩判定学生成绩。

3 总结

随着经济的发展市场营销需要更多高素质的专业人才,校企合作也能够大大的提高学生的工作能力。同时这一教学方式还能够培养出更多的综合性人才,让学生们在学校就能够参与到企业管理当中,在实践工作当中培养出高标准的市场营销专业人才。

参考文献:

[1] 杨禹军, 师东菊, 安祥林, 等. 基于校企合作的普通高校创新创业人才培养模式的探索与实践——以牡丹江医学院市场营销专业为例[J]. 职业教育(中旬刊), 2018, 17(10): 32—35.

[2] 付非. 医药院校市场营销专业校企合作人才培养模式探索[J]. 中国高等医学教育, 2018(3): 44—45.