

基于学生职业能力培养的高校市场营销教学改革研究

张逸文

南京师范大学泰州学院, 中国·江苏 泰州 225300

【摘要】高校教育的目的是传授给学生基本的理论知识, 还要增强学生的职业能力, 为日后踏入社会奠定丰富的实践基础, 培养出高素质、复合型市场营销人才。为此, 教师不仅是单纯的纸面教学, 还要将教材中的知识和实际教学活动进行有效整合, 促进大学生职业能力的发展。基于此, 文章从教学理念、方式、评价模式和师资队伍四个方面提出了一些有效的教学改革策略, 以供参考。

【关键词】职业能力; 高校; 市场营销; 教学改革

随着人们对市场营销知识的认知愈加深入, 这门学科也得到了广泛地发展和普及, 所以对大学生职业能力的培养也显得更为重要。市场营销作为管理学的一门课程, 其目的是让大学生的专业能力更为优秀, 这就要求教师及时更新理念, 始终将学生作为核心, 开展多元化的教学改革活动, 确保教学内容更为贴近学生的日常生活, 在掌握专业技能的时候, 也能促进学生各方面综合能力的发展。

1 更新高校市场营销教学理念

为培养学生的职业能力, 教师将“双创”教育理念渗透于市场营销课程中, 既能强化学生的营销实践能力, 还能主动投入到创业活动中。为培养应用型人才, 课程建设不仅能强化学生的创新精神, 还要结合具体的教学内容对学生进行针对性训练, 明确在创新创业过程中所需要应用的营销技能。一方面, 教师树立正确的营销观念, 选择具有代表性的案例, 引导学生从案例成功或者是失败的原因、背景等方面进行综合性探索, 帮助学生形成最基础的知识认知, 树立正确的学习理念, 为日后职业成长奠定坚实的基础。另一方面, 教师结合教材开展课堂教学, 除了常规性的教学案例外, 还要适当补充一些课外的知识, 邀请学生自主选择案例中的角色, 通过情境再现的形式, 及时利用理论知识解决一些实践类的问题。当然, 教师要鼓励学生及时发表观点, 促进学生创新思维的形成, 强化他们的综合实践能力。

2 创新高校市场营销教学方式

高校市场营销中为培养学生的职业能力, 需要教师在实践中探索和创新教学方式, 确保教学工作的完整性, 高校性。为此, 教师要跟上时代的发展和变化, 借助互联网技术, 设置对应的操作任务, 激发学生的探索精神。而在教学过程中, 教师利用微信、微博进行社交, 实现师生的双向沟通。同时, 还可以采用校企合作的形式, 教育部门加强对校企合作的资金支持, 用于研发高质量的产品。或者是构建专业的运行部门, 定期探讨市场营销专业建设、内容更新、人才发展的相关问题, 打造完善的信息交流平台, 实现人才和企业的有效对接。例如某高校为培养学生的职业能力, 在课程教学中根据实际的教学内容, 采用“请进来”的方式邀请各个行业的精英人才到校内开始授课。授课过程中, 以当地的大型超市为例, 为学生讲解超市选址、卖场布局、商品结构等知识, 通过理论和企业实践的结合, 同学们对超市的经营与管理有了更加深刻的理解。同时, 课程中学生就自己关心的问题进行交流 and 讨论, 让每位学生认识到校内的理论知识来自于教师, 而校外的授课则强化了学生的实践能力。由此可见, 通过校企合作的形式, 请进来, 促成长, 市场营销专业践行着教育教学理念, 明确前行的方向, 让大学生的职业能力上升到一个新的层面。

3 构建完善的考核评价模式

高校市场营销教学改革中, 课堂教学的内容应该结合学生的实际情况进行优化分析, 确保学生的职业能力有所提升。但是

在发展的过程中, 教师也应该构建完善的考核评价体系, 以目标导向为原则, 训练学生基础知识、人际关系和应变能力的发展。教学评价体系往往包含了广义和狭义两个层面, 重点还是在于后者, 将实践教学的目标进行高度重合, 从实践教学的目标为出发点, 完善评价指标。一方面, 将校内教师和企业指导教师的评价进行有效结合。从职业能力的培养角度分析, 分析学生对专业知识的掌握能力, 考核学生基础能力在实践的过程中是否得到了一定的提升。企业指导教师则是从实战经验的层面分析, 全面考察学生对知识的掌握情况, 或者是综合市场营销专业学生的实习情况, 评价他们是否达到既定标准。另一方面, 采用教师+学生的评价方式。学生评价则是从自己体会、感悟等方面分析, 客观评价实践教学的效果, 更能反映出教学改革的效果。

4 构建高水平的师资队伍

学生职业能力的发展问题和师资队伍的构建有着紧密联系, 新时期背景下, 高校教师不仅需要掌握专业的理论知识, 还应该有着极强的教育能力, 始终将学生的发展放在首要位置, 做好自己的本职工作, 积极探索高校教育新途径。第一, 学校从制度层面赋予教师主动权, 无论是在人才培养, 或者是专业建设中, 每位专业教师拥有一定的话语权, 将市场营销专业纳入到学校发展中, 为学生职业能力的成长提供有效平台。第二, 形成完善的专业对话平台。其中包含了专业教师之间的对话, 形成良好的交流氛围, 例如主题探索、合作探究, 促进不同学科教师之间的自由交流, 达到取长补短的目的。当教师在参与这些活动的时候, 也能促进他们反思能力的形成, 打造一支高水平的市场营销师资队伍。除此之外, 学校组织一系列的专业培训活动, 让教师在培训中学习、思考和谈论, 达到强化培训的目的, 促进教师的可持续发展。

5 结束语

基于学生职业能力发展的重要性, 在高校市场营销教学改革工作, 需要从教学理念、方式、评价体系和师资队伍等方面分析, 充分利用一切教学资源, 优化市场营销教学模式, 实现岗位和能力的深度结合, 培养专业的市场营销人才, 符合社会用人的基本需求。

参考文献:

- [1] 欧燕群, 黎贻肆, 聂绍芳, 等. 基于职业能力培养的《市场营销学》课程改革研究[J]. 教育现代化, 2018, v. 5(24): 78-79+88.
- [2] 庄薇薇. 市场营销专业教学改革研究——基于职业院校技能大赛市场营销赛项分析[J]. 长江丛刊, 2019, 000(034): P. 106-107.
- [3] 肖卓霖, 刘建珍, 黄立阁. 基于创新创业能力培养的市场营销专业教学改革研究[J]. 传播力研究, 2019, 3(08): 173.

作者简介:

张逸文(1986.07-), 女, 汉族, 籍贯: 江苏泰州, 职称: 讲师, 学历: 硕士研究生, 研究方向: 市场营销。