

高职会展策划与管理专业教学存在的问题及对策

王 琪

黑龙江职业学院, 中国·辽宁 黑龙江 150080

【摘要】随着我国会展行业的空前繁荣,对会展专业人才的需求也与日俱增。高职作为输送会展人才的主要群体之一,在人才培养上承受着一定的压力,与此同时,会展策划与管理作为一个新兴专业,很多高职院校的教学不够完善,存在诸多问题。基于此,本文针对国内会展行业发展现状,结合当前高职院校会展策划与管理专业教学中所出现的主要问题,探究高职院校会展策划与管理专业的教学对策。

【关键词】高职; 会展策划与管理专业教学; 问题; 对策

Problems and Countermeasures in Teaching of Exhibition Planning and Management in Higher Vocational Colleges

Wang Qi

Heilongjiang Vocational College, Heilongjiang Liaoning 150080, China

[Abstract] With the unprecedented prosperity of China's exhibition industry, the demand for exhibition professionals is increasing. Higher vocational colleges, as one of the main groups to transport exhibition talents, are under certain pressure in talent training. At the same time, as a new major, exhibition planning and management, many higher vocational colleges are not perfect in teaching, there are many problems. Based on this, this paper aims at the development status of the domestic exhibition industry, combined with the main problems in the teaching of exhibition planning and management in higher vocational colleges, and explores the teaching countermeasures of exhibition planning and management in higher vocational colleges.

[Key words] Higher vocational; Teaching of exhibition planning and management; Problem; countermeasures

引言

伴随着我国经济的快速发展,会展行业进入了空前的繁荣期,大大小小的会展在中华大地上频频上演,而在这个背后是无数会展人默默忙碌的身影。会展行业的迅速发展,不仅为地区经济注入了新的活力,带来了地区经济的繁荣,更打开了会展人才的缺口。会展行业需要更多的会展人才,这就给高职会展策划与管理专业带来了一定压力。会展策划与管理专业作为一个新兴专业,随着会展行业的发展而获得了一定关注,然而这个专业在教学过程中仍然存在着诸多问题亟待解决。

1 会展行业及相关专业解析

会展从广义的角度解释就是会议、展览、大型活动等集体性活动的简称,狭义的解释则为我们生活中出现的各类展会活动,大到金砖会议、中国国际投资贸易洽谈会、G20峰会,小到车展、演唱会、文化展会,都可以称为会展,其性质主要分为商业性和非商业性。我国高职院校设立会展专业的时间较晚,国内第一届开办会展类专业是2004年,近年来随着会展行业的发展,会展人才的紧缺,各大本科、专科院校都相继设立了会展专业,本科设有会展经济与管理专业,授予管理学学士学位,专科设有会展策划与管理专业。

会展专业其实是一门涵盖门类广、综合性较高的学科,它是一门结合了旅游、市场、传媒的交叉学科,比起理论,会展专业更注重实操。进入这个领域的学生有机会亲身参与大型国际展会、赛事的组织工作,领略多种多样的节日活动,与许多来自其他行业的精英近距离交流接触。一般专业展览公司起薪都是5、6千左右,奖金提成另算。在就业方向上,如果擅长人际交往的一般可以从销售、市场营销开始起步,而如果擅长文字工作的则可以

从文案做起、会展策划、活动运营等岗位起步,随着个人能力的逐步提高,对会展活动的深入了解,个人能力较强、发展较好的会成为项目经理。目前社会上从事专业会展策划的专业公司也有很多,该专业毕业的学生对口性也相对较强。

2 我国会展行业发展现状

2.1 发展前景广阔

中国人口众多,消费群体庞大,在如此大的体量之下,对产品的需求量就较大,在这种情况下,商家要想进入中国市场就要通过会展这一方式与国内的消费者进行初次会面,通过会展吸引企业与之合作,进行商品引进。除此之外,随着中国与世界的联系越来越紧密,世界也愈发想要深入了解中国,而通过举办会展,能够向世界传递中国声音,讲好中国故事,展现中国魅力,例如中国在2010年举办的上海世博会,便很好地地将中国展示给了世界。但是近两年受疫情影响,自2020年来,中国举行大型线下会展的频率有所下降,一旦疫情结束,未来中国会展行业将会迎来一个高速发展时期。即便新冠疫情不结束,会展行业仍有可持续发展的空间,未来如果受到疫情的持续冲击,在线下会展举办持续受阻的情况下,会展行业可能会进行转型,依靠VR技术、计算机技术和5G,向线上数字会展的方向进行转变,这样一来会展行业便有了新的发展机遇。

2.2 提倡绿色会展

习近平总书记在2021年《生物多样性公约》第十五次缔约方大会领导人峰会上提出碳达峰碳中和的目标,之后国内的各行各业纷纷开始推进节能减排的进程,会展行业也开启了绿色会展的发展方向。传统的会展要耗费大量的电力、水资源,并产生大量的废品,绿色会展提倡绿色、节能、环保,在保证会展质

量的基础上最大程度保护环境,减少污染。会展只有在做到绿色、环保、与环境相适应的基础上,才能做到可持续发展。

2.3 会展人才欠缺

目前,中国会展专业人才较为欠缺,资深会展人才更是少之又少,很多会展由于缺乏专业人才进行策划而导致夭折的现象屡见不鲜。之所以会展人才较少,主要是由于报考会展专业的学生较少、进而导致高职院校向会展专业输入的人才不足。而学生不报考会展专业的个体原因是复杂的,但不外乎集中在以下几个方面:

首先,会展策划与管理作为一个新兴专业,在高考结束后,学生对这一专业的了解程度不足,学生无法通过自己掌握的信息及经验给这一专业进行画像,进而无法衡量自身是否与该专业相匹配,从而导致学生不敢匆忙报考该专业。

其次,会展策划与管理专业受到一些老牌专业的冲击,比如计算机、金融、法学、会计、工商管理等等,这些专业无论是在学生眼中还是在家长眼中,都是一些高大上、毕业好找工作、比较吃香的专业,这些老牌专业尤其受到学生父母的青睐。不可否认,很多学生在高考结束后报考专业时,很大程度上其报考的专业受到父母的影响很大,因此,老牌专业本身的影响力加上父母的建议,导致很多学生往往选择不报考会展策划与管理专业。

再次,和诸多新兴专业相比,会展策划与管理也并不显眼。近年来,随着各种新兴技术的应用发展,诞生了很多新兴专业,其中比较热门的就有大数据管理与应用、人工智能、工业机器人技术、电竞等等,和这些专业相比,会展策划与管理单单是从名字上来看就黯然失色很多,再结合就业前景进行对比的话,很多学生就不会再选择报考会展专业。

最后,受男女生专业选择观念的影响,一般来说,男生在报考专业时往往倾向于选择理科专业,而女生在报考专业时往往会选择文科专业。而在进行文科专业选择时,女生往往又由于自身的社会因素影响,更倾向于选择毕业后就业相对稳定一点的专业,比如金融、会计、师范类专业,而会展策划与管理专业就业时往往要随着会展的举办而东奔西跑,相对来说稳定性稍显不足。更何况,现在的新冠疫情远远没有出现要消退的迹象,经济低迷,就业困难,人们在网络上抒发自己的焦虑,这在无形中也导致更多的学生倾向于选择有稳定就业前景的专业,甚至更倾向于考编。

3 高职会展策划与管理专业教学过程中存在的问题

3.1 教师及学生对会展专业核心竞争力了解不足

会展策划与管理相比与其他专业,其核心竞争力在于对会展活动的策划、文案、物资及相关人员调动等方面的全过程管理,对一个人的大局观有较高的要求。而由于会展策划与管理是一门新兴专业,很多学生在进行报考时由于对该专业缺乏一定的了解,在深入进行学习之后,发现自己的职业规划与兴趣与之不匹配,逐渐丧失学习兴趣,对该专业的一些核心技能掌握得不够全面、牢固,对会展专业的核心竞争力掌握不足。部分高职教师在教学的过程中也不注重会展学生核心竞争力的培养,只是通过书本向学生灌输理论知识,并没有进行多余的知识扩展,对于学生个人能力方面缺乏一定的指导和培养。

3.2 教学基于理论的比值过大, 实践应用较少

理论和实践的差距是千言万语都无法说清楚的,一切可行的理论在实践时都会面临一定的困难。而会展专业是一项更注重实

践操作的学科,从目前高职院校会展专业所设置的教学科目来看,其核心科目有会展基础、会展营销、会展接待与服务、会展文案、会展融资、跨文化沟通与谈判技巧、会展危机管理等,校内实训课程有会展营销、会展文案、会展接待与服务等,从中可以看出,高职院校会展策划与管理专业,教学基于理论的比值较大,实践应用相对较少。

甚至有部分高职院校由于资金不足,导致实训课程缩水,无法为在校的会展专业学生提供参观大型会展的机会,让学生了解会展工作人员在会展上所做的工作,学生只能通过书本、视频等了解一些大型会展,但是这种了解也仅仅是表面了解,无法涉及一个会展成功举办的核心要素,学生在了解的过程中也仅仅是走马观花,知道一个成功举行的会展是什么样子,仅此而已,而在这背后,会展专业人士所做的工作学生一概不知,也就无法通过会展实际工作情况指导他们该如何更好的掌握会展专业的相关知识,提高会展专业核心竞争力也就无从谈起。

3.3 教学落后于国内会展行业发展实际

高职院校会展策划与管理专业的教学呢内容,往往是落后于国内会展行业的发展实际,会展行业起步于欧美,欧美国家对会展行业的进行了深入地总结和研究,很多高职教材的编撰也是基于欧美大学的一些教材和理论知识进行。但是教师在拿到教材进行授课时,往往没有联系国内会展行业发展实际,没有做好会展专业的本土化教学,从而使会展专业教学与国内会展行业发展存在一定差距,没有放眼国际来进行教学,进而导致会展策划与管理专业存在教育和就业脱节的现象。

从严格意义上来说,大学课程教授的基本内容都是滞后于行业发展实际的,大学课程所教授的基本内容都是行业发展过程中已经形成的一套相对完善的知识体系,而对于最新的行业发展过程中可能涉及的问题,很少能够在大学课程里有所体现,无法与目前瞬息万变的时代相接轨,所学的信息不具有先进性。因此要想在课程教授过程中涉及并尝试解决最新的行业发展过程中出现的问题,这对授课教师的前瞻意识、对院校的研究能力等都是一个特别大的考验和挑战。

3.4 课程学习成果评价体系单一

会展策划与管理专业作为一门实践性很强的课程,意味着相对对单一的课程学习成果评价体系不能很好地评判学生的学习情况。然而在高职院校会展策划与管理专业的教学中,很多院校依然采用单纯的理论考试的方式,通过分数来评价一名学生的学习成果,即便是对于一些实训课,很多教师虽然采取了理论加实践双重评价体系,但是在该体系中,实践部分的评价体系依然存在不足,缺乏对学生专业核心能力的考察。

4 高职会展策划与管理专业的教学策略

4.1 深入了解专业, 做好职业规划工作

对于刚接触会展策划与管理专业的学生来说,深入了解该专业非常必要,对此,对于刚进入高职学习的大一新生来说,在开启正式的专业教学之前应当让教师向学生深入讲解一下会展策划与管理专业的历史、发展、前景,由于高职院校学生更注重就业,教师可以向学生讲述关于会展策划与管理专业的就业前景,具体所做的工作有哪些,未来的职位晋升如何。甚至有些高职院校有会展策划与管理专业的优秀毕业生,如果在毕业后从事相关的会展工作,可以邀请这些毕业生来到学校,由这些毕业生向学生

分享自己的工作经历, 与学生进行有效的沟通和深入的交流, 让学生更加了解这个专业。同时, 教师也要了解每个学生的个体职业规划是怎样的, 教师可以在学生对会展策划与管理专业进行了解之后, 让每个学生通过写文章、做计划的方式, 谈一谈自己的职业规划, 然后上交给教师, 教师再根据学生个体的职业规划, 及时进行教学方面的布置与调整。

4.2 建立多元化学习成果评价体系

在以往的教师评价体系中, 会展专业学生的学习成果评价往往是由考试成绩这一单一的评价体系构成, 考试成绩的构成由平时成绩和笔试成绩构成, 一般而言考查课平时成绩占40%, 考试占60%, 考试课平时成绩占30%, 考试占70%。从分数构成上看, 会展专业的学习成果评价体系主要还是通过考试结果进行评定, 因此这种评价体系与会展专业实践性较强这一性质不能很好地相适应。对于会展策划与管理这一类实践性较强的学科, 应当建立多元化的学习成果评价体系, 在评价体系中应当由教师评价体系、学生评价体系、社会从业人员评价体系三种评价体系构成。

在教师评价体系中, 教师应当从学生的理论掌握情况、个人课堂表现及考试成绩三部分对学生的学习成果进行综合评定。教师评价体系主要考查学生会展理论知识掌握情况, 为后期实践打下基础。在学生评价体系中, 学生之间要进行相互评价, 主要是针对一些需要合作完成的项目。在合作完成项目中, 学生要对教师布置的项目任务进行统筹分工, 在项目完成后, 学生之间要对小组其他成员从合作态度、合作表现、合作成果三个方面进行客观评价。这一评价体系主要考查学生与人交流能力、团结协作能力。在社会人员评价体系中, 主要是针对学生的实训项目和实习项目进行评价, 在实训项目中, 由实训教师作为主要评价人, 在实习项目中, 由实习教师作为主要评价人。实训教师和实习教师要从学生的专业技能掌握情况、专业技能熟练度及工作中任务完成情况进行综合评价。通过这三种不同的评价体系, 让会展策划与管理专业的学生从理论过渡到实践, 重视实践运用, 以便毕业后更好地适应工作。

4.3 建立实训基地, 丰富实训内容

会展策划与管理专业对学生的实践能力要求较高, 因此在校期间, 学生要尽可能多的接触会展行业的平时工作, 了解和知晓会展行业平时的工作内容是怎样的, 工作流程是怎样的。因此高职院校应当建立自己的会展策划与管理专业实训基地, 在实训基地中, 将国内外各大优秀会展的模板放到实训基地中, 通过让学生亲身接触这些会展, 逐步了解会展的工作。比如, 高职院校可以将2010年上海世博会的展览搬进实训基地, 从世博会的策划到最后的落地, 通过文字、视频和实物的方式, 从头到尾全方位地呈现给学生, 让学生从理论到实践去体会一场会展是如何落地实施, 在体验完成后可以布置相关任务, 让学生分成小组, 每个小组分别代表世界上的一些主流国家, 如中国、德国、美国、日本、俄罗斯等等, 让他们以会展主办国的方式, 策划在自己国家如何成功举办一次会展, 并吸引别人来参观。会展的参观人员可以面向学生所在高职院校的所有学生,

最后由参观的学生进行综合评价打分, 从而进行成绩评定。

4.4 加强校企合作, 定向培养, 注重实践跟进

现在社会上有很多会展公司, 点意空间国际展览集团有限公司、汉诺威米兰展览服务(上海)有限公司、杭州泓翰文化创意有限公司等等, 这些公司每年要招收大量的会展策划与管理专业的学生。高职院校方面可以与这些企业开展一定的校企合作, 通过院校+企业双重的培养模式, 培养定向的会展专业人才, 然后将这些人才直接输送到合作公司进行就业, 这样一方面解决了在校期间会展策划与管理专业学生得不到较多实践机会的问题, 同时也为企业培养了契合度较高的员工, 也解决了学生的就业问题。比如, 高职院校可以与企业达成合作协议, 由高职院校的教师和企业员工组成教师团队, 建立定向培养班级, 让这个班级的学生平时在学校学习相关的理论知识, 而到实训课程开始、寒暑假或者实习阶段, 就进入合作企业完成相关项目的学习, 由企业教师对学生进行相关的教学和培训。

通过这样校企合作的定向培养方式, 不仅能够让学生将在校学习的理论知识运用于实际工作中, 同时学生在合作企业工作的过程中, 对会展也有了更深的理解, 能够真正接触到一线会展的工作, 这比从书本、图片、视频上了解到的会展更加真实、可靠。在毕业后, 这一批学生能够更好地适应工作, 对自己的职业生涯有更好的规划, 在一段时间的工作后, 也许能够成为会展专业人才, 从而推动中国会展行业的进一步发展。

5 结束语

综上所述, 会展策划与管理专业是一门综合性较高、注重实践的学科, 高职院校在教学过程中要注重学生专业核心能力的培养与考察, 建立多元化的评价体系, 让学生多多与实际中的会展行业接触, 进而加强会展专业学生的核心竞争力, 促进学生以后的就业。

参考文献:

- [1] 李慧坤. 高职会展策划与管理专业教学存在的问题及对策[J]. 江苏经贸职业技术学院学报, 2021(6): 3.
- [2] 姜峰. 会展策划与管理专业人才培养模式研究[J]. 赢未来, 2017, 000(024): P. 278-278.
- [3] 罗羿寒. 高职会展策划与管理专业学生创业能力的培养[J]. 成功: 中下, 2011(7): 2.
- [4] 高扬. 高职会展策划与管理专业工学结合培养模式研究与实践[J]. 天津职业院校联合学报, 2016(1): 5.
- [5] 徐建忠. 高职会展策划与管理专业开设辅修专业的教学研究[C]//2014.
- [6] 张丹, 王芳, 骆吉银. 高职院校会展策划与管理专业学生能力培养途径研究[J]. 中文科技期刊数据库(全文版)教育科学: 00163-00164.
- [7] 孙凌云. 基于高职教育下的会展策划与管理课程教学模式改革探讨[J]. 旅游纵览(下半月), 2013(05): 214-215.
- [8] 戴黎燕. 高职院校会展策划与管理专业课程体系建设的路径[J]. 营销界(理论与实践), 2020.