

# 基于“校企合作”下的职业本科市场营销专业教学改革

胡南

(海南科技职业大学 海南海口 571126)

**摘要:** 校企合作课程实践作为一种新的教育模式出现在人们视野中,这种新的教育方式旨在培养有实践能力、有专业技术、符合现代社会职业发展需要的新型人才。当前我国职业本科专业的教育模式存在一定的问题,缺乏一定的营销意识,而且定位不准确。因此,我国职业本科逐渐采取了校企合作模式,并转变当前市场营销专业的教学模式。本文主要从该专业教学模式改革的重要性出发,细致深入地探讨了教学过程中面临的主要困境,并针对教学改革提出了具体的对策。

**关键词:** 校企合作; 职业本科; 市场营销; 教学改革

近年来,随着我国社会经济持续、快速发展,社会对高职市场营销专业人才提出了一系列新要求,尤其是对于营销实践方面提出了相对较高的要求。但是,现阶段,职业本科专业在教学过程中面临着诸多难题,学生在职业技能培养根本没有充分兼顾到市场需求,无法有效满足公司营销工作的需求<sup>[1]</sup>。所以,结合职业本科专业教学过程中面临的困境,从校企合作的层面出发细致深入地探讨如何创新高职市场营销专业教学模式,具有很强的现实性、紧迫性和必要性。

## 1 高职市场营销专业教学模式创新的意义

### 1.1 提升学生社会实践能力

近年来,中国与其他国家的贸易往来越来越频繁,整个社会都非常注重培养市场营销方面的优秀人才,在这种形势下,该专业已经发展成高等教育学府的一个炙手可热的专业<sup>[2]</sup>。学生规模与日俱增,使得高职院校传统培养模式已经无法有效满足当前的需求,因此高职院校应当从长期的角度出发,尝试着采取新型的培养模式。我们知道,实践性是市场营销专业课程的基本特点之一,相关工作岗位要求学生必须具备一定的实践能力,因此,他们一方面应当拥有充分的知识储备,另一方面,还应当具有足够的营销技巧。为提高他们的实践能力,职业本科学校在经营运作过程中尝试着实行校企合作模式,投入资源进行实践基地建设,为他们创造大量实训机会<sup>[3]</sup>,使他们可以与市场中的用户打交道,在实践中切身体会到营销的乐趣,从而提高他们的营销能力。

### 1.2 帮助专业学生完成岗位过渡

传统方法基本上是课堂教学占据主导地位,由于受到空间以及时间等方面的制约,学生没有太多机会用户沟通互动,对市场整体情况不是很了解。正是由于这方面的原因,使得他们在踏上社会之后,经过很长时间仍然无法满足岗位要求,无论是工作效率还是质量均不能满足公司的最低要求。而从校企合作的层面出发变革原有的教育方式,可以为学生提供上岗锻炼的机会<sup>[4]</sup>,使他们充分认清校内与外界环境条件之间的差异,并且使他们真正领会到市场营销岗位对于工作人员的理论以及技能的要求,有助于提高他们的学习效率。不仅如此,该模式还可以使他们知道各个公司之间在文化以及工作环境等方面的区别,使他们初步掌握公司规制以及管

控措施等,为他们做好职业规划提供依据。

## 2 职业本科市场营销教学中存在的问题

### 2.1 教学过程与公司具体工作相脱离

市场营销的传统教学模式基本是以教师为中心,注重基本理论的灌输。该模式的形成具有自身的历史背景,并且还体现了我国从计划经济向市场经济的过渡,然而,伴随对外开放的日益推进、经济体制改革的推进、信息化的日益发展,传统模式已无法满足当前社会的需求,从前的那些教案、理论逐渐与当前的公司营销理念脱节,但是,一些院校在经营运作过程中仍然采用传统的教学模式,最终导致学生在学习过程中感觉教材理论与实践之间存在着很大的距离<sup>[5]</sup>。课堂传授的知识内容与现阶段公司的业务缺乏密切的联系,最终导致理论和实践相脱离。

### 2.2 学生的知识迁移运用能力有待于提高

职业本科教学的主要目标是毕业生就业,把教材中学习到内容转变成技能。但是,长期以来,市场营销专业在教学过程中一味地向学生灌输知识,并不注重培养他们的知识迁移能力、以及应用能力。再就是课本更新速度比较慢,使用的教案比较老套,他们不能把自己学习到的内容迁移到现实之中。由此必然会对职业本科的人才培养产生负面作用,无法使学生在学习市场营销课程过程中实现学生身份和职业身份的衔接,无法将技能锻炼融入到教学全程之中,无法聚焦公司经营运作过程中面临的问题,无法通过自己学习的理论内容来处理现实中的问题<sup>[6]</sup>。

### 2.3 教学考核评价体系单一

近年来,网络经济获得迅速发展,在这种形势下,市场营销教学需要重视对知识运用的考核,单一的考核体系根本无法准确考核他们这方面能力。比如,他们在学习过程中知道了市场细分的定义,利用过去的考核方法,他们只是掌握了其学术定义,只是能够利用已有的案例总结出其构成要点,然而却无法把它用来处理公司在产品市场细分过程中遇到的主要问题,该模式根本无法有效满足新形势的需要。到现在为止,一些院校仍然通过试卷考核这种模式来进行,市场营销考核体系并没有跟上社会发展的节奏。

## 3 校企合作模式下职业本科市场营销教学改革的对策

### 3.1 合理安排授课内容

为进一步提升教学质量,培养学生的调研能力,必须尽快更新传统的授课内容,第一步是改变其授课体系。在构建教学内容体系时,应当尽可能地兼顾到职业能力的培养。根据工作项目的方式来设置相关课程,即在实际岗位中梳理出具有代表性的任务,由此入手设置教学内容,在开展项目的过程中锻炼他们的职业技能。把工作项目和教学过程相结合,对每个教学项目进行市场营销知识重点即“课点”的安排,与理论相结合,与企业市场营销实际工作内容相结合,提升教学质量<sup>[7]</sup>。同时在校企合作形势下,有些课程内容需要兼顾到公司的具体情况适当向外拓展,教师讲课过程中必须分清主次。这样有助于更好的掌握知识,更好的把知识和实际联系起来。

### 3.2 创新教学方法

首先,在校企合作的大环境下,应当积极对长期以来的“填鸭式”模式进行改革,营销教师应当尽可能地发挥信息化方法的作用,推动数字资源、公司师资、行业公司数据共建共享,尽快更新传统的教学模式。革新教学方法,采用讨论式、模拟式、案例式教学方法,利用任务驱动法、角色扮演法等诸多方式,为他们提供更多的锻炼机会,提高他们解决实际问题的能力。教师应当以学生为导向建立起一个良好的课堂生态环境,为他们的顺利成长成才创造一个更好的环境条件。其次,重塑市场营销教学新形态,对教学过程进行优化。按照相关专业课程,以公司工作项目组织教学,践行“学中做,做中学,理实一体”的项目式教学,强化课堂教学和实践教学紧密融合,重点推进公司教师承担实践教学模式,学生进入公司中参加相关课程的实习,深化产教融合,增进校企合作。

### 3.3 在合作公司中打造许多优质的实习基地

院校倘若不具备充足的经费以及技术水平来打造许多优质基地为学生实习提供良好的条件,那么就应当充分发挥公司的优势,由公司打造大量基地。“校企合作”能够妥善处理上述的难题,公司的资金流相对较强,同时还具备比较领先的管理理念以及技能,这有助于实习基地建设<sup>[8]</sup>。由此能够及时高效地组织学生参加实践锻炼,提升他们的实践能力,使他们能够尽快适应岗位要求。例如,支持和引导老师进行各种类型的社会实践,使其通过参加公司的实践活动发现理论教学与实践教学的结合点。积极学习其他学校的教学改革先进经验以及好的做法,引导他们采用新的实践教学方法,以不断提升教学质量。除此之外,还可以尝试着邀请那些具备资深经验的公司管理者、市场销售方面的专家去高职院校中任教,向学生传授基层的营销经验,校方与公司双方联合为他们营设一个合适的实践环境。

### 3.4 以就业为导向,大胆推广“订单培养”

以就业为导向是职业本科教学的基本原则。对于学校

来说,在实际运作过程中应当按照市场环境、地区的区别、行业的需求等方面来开展教学活动,细分专业,重点是提高学生能力,确保他们踏上社会以后顺利找到较为理想的工作。在“校企合作”模式下,根据职业能力的实际需求,职业本科要结合学校教师理论优势和企业教师实践优势开发教材。第一,应当尽量与公司建立起良好的伙伴关系,在此基础上,邀请公司业务能手、管理者等一起开发教材。公司职工具有更充足的实践经验,因此职业本科学校在教材开发当中可以尝试着引入公司职工,充分确保所编写的教材与公司生产过程相结合,紧跟时代发展、行业发展,保证教材的前瞻性、科学性和适用性,如新型活页式、工作手册式、项目式教材等。第二,根据项目的方式开发相关教材。把实际的工作项目和教学过程相结合,在一定程度上提高了学生的实践操作水平以及工程意识,实现书证、书实融通。

综上,在校企合作的背景下,职业本科专业教改具有非常重要的意义,有助于学校提升自身的教育水平,而且市场营销专业已成为职业本科中一个热门的专业。另一方面,公司在经营运作过程中需要主动地投入到职业本科教育工作之中,尝试着编制科学合理的教案,科学地设置各门专业课,以提升职业本科的教学质量,为企业提供更多的专业人才。

#### 参考文献:

- [1] 高燕.“课程思政”理念下的化妆品市场营销教学改革探讨[J]. 公关世界,2022(04):159-160.
- [2] 胡敏.新时代背景下职业院校市场营销专业深化“三教”改革的思考[J]. 营销界,2021(Z2):166-168.
- [3] 王馨艺.基于实践谈高职院校市场营销教学改革[J]. 传播力研究,2020,4(24):197-198.
- [4] 贾培瑶,董敏,梁晓琳.探究跨境电商背景下的市场营销教学改革[J]. 营销界,2020(13):50-51.
- [5] 孙佳丽.实践导向下的高校市场营销教学改革[J]. 开封教育学院学报,2019,39(09):137-138.
- [6] 张佳书.基于高校和地区经济联动的市场营销教学改革研究[J]. 高教学刊,2018(02):125-128.
- [7] 刘欢.关于市场营销专业信息化教学改革思考[J]. 科教导刊,2022(15):57-59
- [8] 王钰.引入“校企合作”探索中等职业学校市场营销教学改革[J]. 科教导刊,2022(11):26-28.

作者简介:胡南:1986年07月出生,女,中共党员,讲师/中级经济师,在读博士,行政管理、工商管理、管理学研究方向,主持或参与省级课题4项,参编教材1部,发表论文8篇,发明专利1项,实用新型专利4项。

项目名称:校企合作背景下职业本科《市场营销》课程教学改革探索,获2022年江西森岚科技有限公司--教育部产学研合作协同育人项目。