

市场营销专业应用型本科人才实践能力培养的研究与实践

刘冰

(泰国格乐大学)

摘要:文章详细阐述了高等院校市场营销专业教学要求以及人才培养目标,深层次研究市场营销专业应用型本科人才培养的主要措施以及时间解决方法。希望通过本文研究,可以帮助广大教师逐步明确市场营销专业实践操作教学的主要措施与方法。在进一步提升高等院校市场营销专业日常教学效率的前提下,合理培养高素质、高水平、现代化发展的优秀应用型本科人才以及实践型人才。

关键词:市场营销专业;应用型本科人才;实践能力;培养

Research and practice of practical ability training of applied undergraduate talents majoring in marketing

Liu Bing

(Gele University, Thailand)

Abstract:This paper elaborates the teaching requirements and talent training goals of marketing majors in colleges and universities, and deeply studies the main measures and time solutions for the training of applied undergraduate talents in marketing majors. It is hoped that through the research of this paper, it can help teachers gradually clarify the main measures and methods of marketing professional practice teaching. Under the premise of further improving the daily teaching efficiency of marketing majors in colleges and universities, we will reasonably cultivate high-quality, high-level and modernized excellent application-oriented undergraduate talents and practical talents.

Key words: marketing major; Applied undergraduate talents; practical ability; cultivate

引言:

近年来,我国政府教育管理部门非常关注高等院校应用型人才的培养情况,着重指出在高等院校内部开展专业教学活动或者是实践操作教学活动的过程中,必须要合理提升学生的实践应用能力以及技术操作能力。在我国政府教育管理部门的积极指引与帮助之下,广大高等院校教师必须要充分意识到市场营销专业应用型本科人才培养的重要价值与核心地位,还需要采取正当措施推进市场营销专业课程教学模式的转型与升级,提升学生的实践操作能力以及社会实践能力。因此,笔者将在文章以下内容中,结合高等院校市场营销专业日常教学情况,多角度研究市场营销应用型本科人才的培养措施以及实践教学途径。

一、高等院校市场营销专业应用型本科人才培养思想分析

应用型本科人才培养模式不仅仅要求教师从传统类型的学术性本科教育模式转变为实践性本科教育模式,还需要将本科教育的具体内容与形式进行灵活调整与转变,结合班级内部每一位学生的学习需求以及能力发展需求,合理培养学生的多方面学习能力以及专业素质,尤其是着重培养学生的逻辑思维能力以及基础应用能力,引导学生充分了解市场营销专业的教学特色以及人才培养特色,积极鼓励学生在参与实践教学活动的同时,认真学习各种各样的理论知识,促进理论教学与实践教学的深度融合,突出高等教育的独特之处。培养本科应用型人才或者是专业人才,不仅仅需要教师开发学生创新能力以及实践能力,还需要培养学生分析问题的能力以及解决问题的能力,学生的思维方式以及学习理念必须要发生深刻变化,广大高等院校学生也必须要及时调整自身的学习状态,快速适应复杂多变的市场环境以及工作环境。其次,从另一角度分析,与绝大多数类型的高等教育人才培养模式相比,应用型本科人才的培养模式着重强调“技术性”培养,并不是单一,强调学术性培养或者是理论性培养。在学生掌握学科基本定理或者是基础理论知识之后,也需要培养学生的专业技能,更加需要培养学生的创新思维、实践思维、科学思维以及探索思维,强调“教”与“学”的灵活转化。同时,在高等院校市场营销专业学科设置以及教学内容安排这一方面,教师也需要着重凸显应用型人才培养的独特价值,在教学模式以及能力培养模式等诸多方面需要做出适当调整,教师必须要体现出市场营销专业的市场导向以及教学导向,还需要明确高等院

校市场营销专业的未来教学方向以及职业发展方向,注重培养学生的职业技术操作能力、就业能力以及择业能力,要求学生在参与社会实践或者是生产活动的过程中,促进学科知识与职业技能的深度融合,灵活、多变的解决复杂的工作问题以及能力发展问题。

二、高等院校市场营销专业应用型本科人才培养目标分析

高等院校市场营销专业应用型本科人才培养的具体目标可以分为如下几个部分:

(一)整体教学目标

应用型本科人才实践能力培养的总目标主要是完善学生的学习过程及能力发展过程,促进学生头脑思维与职业技术的进一步发展,选择更加贴合市场营销专业应用型本科人才发展的教学理论与模式,以培养学生技术应用能力为主,以传授学生理论知识为辅,将理论学习、实践能力提升与素质发展这三者进行深入对接,逐步形成一体化的应用型人才核心培养体系。

(二)实践教学目标

学校内部需要建立较为完善的实践教学基地或者是教学场地,需要为广大高等院校学生提供平等且多样的实践教学机会以及学习机会。教师需要严格遵循平等合作的原则,需要与相关的工商管理企业建立紧密合作的关系,学校方面需要与相关企业之间签署合作协议,及时完善校外实习基地的建设流程,引导广大学生利用空闲时间主动参与各种各样的实习、实训活动或者是直接进入企业内部进行实地研究与考察,教师可以积极鼓励广大市场营销专业的学生主动参与职业技术培训活动或者是主题教育活动,也可以积极参与校园内部所组织的各种技能大赛或者是创新创业大赛,进一步培养学生的创业能力以及创新精神。

(三)教师团队建设目标

为了进一步提升高等院校市场营销专业应用型本科人才培养质量与水平,广大教师不仅仅需要进一步提升自身的教学能力以及专业素质,还需要提升自身的实践应用能力及科学研究能力。广大高等院校教师必须要具备扎实的理论教学基础,必须要完全掌握高等院校市场营销专业的教学内容,需要巧妙、灵活地调整自身教学的策略与方法,及时转变教学思维与理念,汲取先进教学经验,从而建设高素质教师团队。

(四)科学技术教学目标

现如今,在互联网信息技术不断发展的大背景下,诸多类型的互联网信息技术以及现代教学设备已经逐渐融入到高等院校市场营销专业应用型人才的具体环节之中,广大教师不仅仅需要充分意识到互联网信息技术教学重要性及必要性,还需要将多种类型的科学技术融入到日常教学环节之中,促进市场营销专业理论教学模式与实践教学模式的有效衔接。将互联网信息技术以及现代科学技术融入到高等院校市场营销专业理论与实践教学环节之中,不仅仅可以进一步减轻教师的教学负担以及工作压力,也可以进一步提升高等院校市场营销专业理论教学活动与实践教学活动的信息化水平,促进传统教学模式与现代信息技术的深度融合,推进高等院校市场营销专业教学模式以及人才培养模式的合理化发展。

三、高等院校市场营销专业应用型本科人才培养方法与措施分析

高等院校市场营销专业应用型本科人才的培养需要坚持以培养学生技术应用能力以及理论学习能力为基础,以培养学生创业精神以及创新精神为依托,并在此基础上,培养学生的实践学习能力以及应用能力,从而逐步形成较为全面化、多样化、个性化的市场营销专业应用型人才培养体系,凸显教学价值与特色。

(一) 改革应用型人才培养计划, 凸显教学特色

首先,在广大教师培养应用型本科人才之前,必须要统一制定新型的人才培养计划以及教学计划,需要依照教学计划的主要目标,融合课程教学标准以及专业教学原则,着重凸显市场营销专业的教学特色。在此过程中,教师需要充分意识到培养学生应用能力以及实践能力的重要性,还需要进一步丰富应用型人才培养的具体内容与形式,在培养学生学习能力的同时,传授相关的理论知识,引导学生运用所学知识解决日常生活与实践操作环境中的各种问题,提升学生的综合素质,尤其是专业素质以及职业素质,促进学生多方面学习能力的进一步发展。其次,广大教师需要着重强调个性成长与能力发展之间的密切关系,在面向班级内部全体学生细致讲解各种各样理论知识的过程中,也需要促进学生个性化发展,着重强调学生的独立人格。在学生理论学习知识或者是参与市场调研活动的过程中,自身的学习能力以及实现应用能力正在得到进一步发展,但是许多学生可能会迷失自我,可能会盲目地学习理论知识,并未确定未来的工作目标以及职业发展目标。在此前提之下,广大教师必须要引导学生正确对待自身的个性成长过程,必须要凸显学生的独特价值,鼓励学生在参与日常教学活动以及实践操作教学活动的过程中,充分发挥自身特长,着重表现出自身别具一格的能力发展特征,为学生制定个性化的人才培养计划以及教学计划,从而逐步突出学生的个性特色。

(二) 丰富专业教学内容, 建设理实一体化教学体系

无论是在高等院校内部开展理论教学活动或者是实践教学活动,均需要以培养学生的实践操作能力以及综合素质为根本教学目标,以进一步提升市场营销专业日常教学效率为主要教学目标。对此,广大教师需要进一步丰富专业教学的主要内容,逐步建设理实一体化教学体系。在此过程中,教师必须要积极促进理论教学模式与实践教学模式的有效衔接,深入调整理论教学与实践教学的比重,随后积极鼓励学生主动参与各种各样的职业教学活动以及实践操作教学活动,引导学生结合自身的学习特色以及职业发展方向,选择不同类型的实践学习方法。同时,教师需要在课程设置方面进行适当调整与优化,需要逐步构建模块化的课程教学模式,将原有的课程教学内容划分为不同类别,尤其是划分为基础教学内容、专业教学内容、职业教学内容以及技术性教学内容,在原有的课程教学内容的基础之上,适当增设兴趣课、特长课、选修课以及其他类型的专业培训课,进一步丰富学生的日常学习与生活,逐步完善学生的学科知识体系,培养学生多元智力,丰富学生头脑思维,随后引导学生在理论学习知识的同时,进一步提升自身的合作学习能力、实地研究能力、交际能力。最后,教师需要着重关注实践教学,在构建高等院校市场营销专业理实一体化教学体系的同时,有目的、有计划地为学生安排社会实践活动、市场调查活动、实习培训活动以及职业模拟活动,引导学生通过实地调研或者是市场调查等形式,了解市场营销专业的就业情况、职业发展情况。立足于市场导向这一独特视角,帮助学生明确未来的能力发展方向以及职业方向,以便学生可以在完成学业之后,轻松自如地应对复杂的工作问题,快速适应多变的市场环境以及工作环境,避免学生在职业发展过程中遭遇艰难险阻。

例如,高等院校市场营销专业的学生需要学习《国际金融与贸易》课程知识,教师便可以将理实一体化教学模式融入到《国际金融与贸易》课程教学环节之中,引导学生在大致了解国际金融危机发展趋势以及行业发展动向过程中,将西方经济学的相关理论融入到投资理财环节之中,认真研究国际贸易模式的历史发展过程以及演变过程,了解国际金融与国际贸易之间的密切联系。此外,在学生学习技术理论知识之后,也需要广大教师结合《国际金融与贸易》课程的核心教学要求适当安排实践操作教学活动或者是技术研究活动,教师可以列举世界诸多国际著名金融公司的营销案例,引导学生通案例分析的形式研究金融公司开展市场营销工作的具体措施与方法。例如,EXOR集团、中国中信集团有限公司、布鲁克菲尔德资产管理公司、阳光龙净集团有限公司以及国际资产控股公司近几年的营销案例较为典型,教师可以直接列举相关教学案例,为学生提供有效的实践教学保障。

(三) 提升教师专业素质, 打造双师型教师团队

高等院校方面,在推进新型教学模式或者推进课程教学改革工作的过程中,不仅仅需要立足于学生视角,深入研究培养学生实践能力的具体方法与措施,还需要立足于教师视角,进一步提升教师的专业素质以及基础教学能力,着重打造双师型教师团队。在此过程中,高等院校方面需要与相关企业之间产生深度合作的关系,积极引导企业内部高层管理人员或者是工作人员进入学校内部开展讲座活动或者是主题教育,引导学生与企业内部的工作人员进行深度沟通与对话,了解企业的经营现状以及未来的市场发展方向。高等院校市场营销专业教师需要具备极强的社会责任心以及责任感,需要具备丰富的教学经验、科学研究经验以及实践操作经验,必须要灵活多变的,解决学生的个性化学习问题,还需要结合日常教学问题采取具有针对性地决策策略以及多样化教学方法,着重提升高等院校市场营销专业课程教学整体质量与水平。其次,广大教师需要带领班级内部的每一位学生尝试不同类型的实践研究方法,从细节之处深入讲解基础理论知识,帮助学生把握课堂教学的重点知识及难点知识。尤其是在培养学生沟通协调能力以及创新能力的过程中,为学生提供更加专业的教学指导与帮助。灵活运用小组合作教学方法、情景训练教学方法以及职业模拟教学方法,进一步提升学生的综合素质以及职业学习能力。此外,广大教师需要认真学习互联网信息的操作方法,需要灵活掌握互联网大数据分析技术、云计算技术的应用方法,借助互联网信息技术合理培养学生的实践能力及技术应用能力,引导学生自主操作互联网信息技术,认真学习各种各样的理论知识,深层次把握市场营销专业课程教学的核心知识点。

四、结束语

在高等院校内部开展市场营销专业日常教学活动的过程中,教师需要结合市场营销专业日常教学情况进行合理研究,着重解决应用型人才培养方面的具体问题,优化教学流程,简化教学步骤,提升教学效率,以便进一步提升应用型人才的思想道德素质以及科学文化素质,快速形成独具特色的高等院校市场营销专业应用型本科人才培养体系以及教学体系。

参考文献:

- [1] 刘凤, 刘国巍. 面向需求的应用型本科市场营销专业人才培养探析 [J]. 教育观察, 2020, (14): 91-92.
- [2] 刘子豪. 应用型本科院校市场营销专业人才培养模式新探 [J]. 现代营销 (经营版), 2020, (03): 18-19.
- [3] 徐小龙. 市场营销专业应用型本科人才培养的“双证融通”探索 [J]. 高等职业教育 (天津职业大学学报), 2019, (02): 55-58.
- [4] 陈俊杰. 应用型本科市场营销专业人才培养模式的构建 [J]. 今日财富, 2017, (23): 89-90.
- [5] 陆芳. 应用型本科市场营销专业人才培养模式研究 [J]. 亚太教育, 2016, (27): 209-210.
- [6] 易露露, 曾素梅, 马超平. 民办高校市场营销专业应用型本科人才培养模式改革研究 [J]. 产业与科技论坛, 2014, (18): 167-169.

作者简介:

刘冰 (1991年10月) 籍贯: 广西梧州; 学历: 硕士研究生; 研究方向: 市场营销; 单位: 泰国格乐大学

学校地址: (Krikk University): (3 Ram Inthra Rd, Anusawari, Bang Khen, Bangkok 10220 THAILAND)