

高职市场营销专业“双路径”技能训练教学改革分析

易延成

岳阳职业技术学院 湖南 岳阳 414000

【摘要】在高职院校的具体教学活动当中,区别其他院校的最大特征就是在于高职院校学生培养的的实践性非常强,基本上学生所学习的专业都会成为学生未来的职业选择。因此在不同专业教学工作当中,学校既要注重对学生进行理论知识的传输,更要注重对学生进行实践技能的培育,确保学生在知识学习的过程当中积累丰富的实践经验,才能够增强学生未来的职业竞争能力。市场营销专业与市场之间具有密切联系,而在现实市场中,影响因素和变化因素繁多,因此在高职院校开展市场营销专业教学活动的时候,尤其要注意增强教学与市场变化之间的联系。“双路径”技能训练的教学方法,强调职业能力+专业能力的双向培养,在增强学生理论知识能力的同时促进学生实践技能的培育,能够很好的促进市场营销专业学生的未来职业竞争能力提高。本文立足于高职市场营销专业教学活动的实际情况,分析如何应用“双路径”技能训练的教学方法。

【关键词】高职院校;“双路径”技能训练;教学方法

“双路径”技能训练的教学方法运用的核心,就在于将学生专业知识技能传输与实践能力培育这两方面有机融合,确保学生在理论知识学习的同时,也能够尽可能的积累实践经验,增强学生的应变能力和知识运用能力。所以教师在采用这种教学方式的时候,需要牢牢立足于“双路径”技能训练的教学方法的核心与关键去进行技能训练方式的改革和创新,这样才能够实现当代市场营销专业整体教学更加符合市场时代潮流,符合新时期教育改革的主要特色与核心标准。接下来本文将立足于这样的核心观点,首先分析高职院校市场营销专业技能训练存在的主要问题,然后探究如何有效应用“双路径”技能训练的教学方法。

1 高职院校市场营销专业教学存在的主要问题分析

1.1 教学体系不完善,阻碍学生未来就业能力的提高

在高职院校开展市场营销专业教学活动的时候,总体来看技能训练划分为三个层次:实训、技能训练、毕业设计。在这三个层次当中,实训与技能训练对促进学生专业技能的培养,增强学生市场营销实践经验具有非常重要的影响。可是,一些高职院校在开展市场营销专业教学活动的时候,具有非常强的封闭性。教师在进行实验或者是技能训练内容设计的时候,只会把目光放在学科教学当中进行衡量和考虑,甚至只会运用学校内现有的教学资源 and 教学条件。在这个过程当中,最大的缺陷就是忽略了校外企业对于这一人才的主要需求方向,这也会导致学生的市场营销专业学习与市场发展脱节,使得学生未来的职业竞争能力下降。因此从目前来看构建完善的高职院校市场专业教学体系,注重贴近校外企业的人才需求标准,才是提高市场营销专业技能训练质量的核心所在^[1]。

1.2 部分学校的教学随意性较强,缺乏严谨性、市场融合性

不同高职院校在开展市场营销专业教学时,所表现出来的教学理念和教学能力是不尽相同的。有一些高职院校的整体办学条件较差,在开展市场营销专业教学活

动的时候,能够利用的校外企业资源也非常有限。于是这部分高职院校引导学生进行技能学习的时候,就容易出现教师随意制定作业训练内容、对于整个训练过程的安排和把控不当等问题。这种现象的存在非常容易导致学生的市场营销专业学习倾向于理论层面,在学生的实践能力与意识培养方面的优势非常薄弱。除此之外,教师随意进行作业内容的调整 and 安排,会使学生的技能训练内容倾向于教师的个人观念,具备很强的局限性。因此在高职院校的市场营销专业教学活动当中降低内容的随意性,注重进行严谨的能力训练方案设计,增强技能训练内容和市场企业之间的融合性,也是提高学生市场营销专业能力的关键策略^[2]。

2 高职市场营销专业“双路径”教学改革与探索策略分析

2.1 增强与校外企业之间的合作,以项目驱动作为主要方式开展技能训练活动,提高学生的核心技能

在针对学生开展市场营销专业技能培训的时候,并不仅仅只是为了完成课本教材的教学任务,让学生了解市场营销专业的一些理论性知识。根本目的是为了让学生在未来的就业当中,能够具备更强的竞争能力。所以在技能训练活动开展的过程当中,增强与企业之间的合作,注重联系企业对于市场营销专业类人才的需求方向来进行技能训练内容的确立和技能训练方案的设计,才是“双路径”技能训练教学的根本。在这一点上学校可以考虑以项目驱动为主要方式来进行技能训练活动。例如,很多高职院校都会和一些校外企业构建合作关系,这些校外企业对于市场营销的人才需求也是存在一定缺口的,而且校外企业在经营过程的不同时期会有不同的营销项目。那么,高职院校在开展技能训练教学活动的时候,可以考虑借鉴校外企业项目的模式,学生通过项目实施的方法来进行具体技能训练操作。除此之外,还可以考虑邀请校外企业当中优秀的市场营销职员担任校内市场营销助教或技能指导专家,教师在进行技能训练内容设计与技能训练方案确定的时候,可以由这些优秀职员来进行辅助和参与,使之更加具备项目特色,更加

能够训练学生的市场营销专业能力。以这种校内校外双教师引领、以项目驱动作为主要形式来进行的技能训练活动,相较于随意制定技能训练内容、随意设计技能训练方案显然要更加有效。因此有效发挥校外企业的辅助性作用,增强技能训练的项目驱动性是教师采用“双技能训练”教学方式的有效“助推剂”^[3]。

2.2 根据市场营销需求导向,进行分类市场营销人才培养

市场营销是一个相对宽泛的概念词,其中所涉及到的方向是非常多样化的,所以学校在针对学生开展市场营销技能训练活动的时候,更加需要去使宽泛的概念词更加具象化立足于某一项专业技能方面^[4]。就比如说,在未来的市场营销就业活动当中,学生可以选择的职业包括销售员、市场调查员、市场督导员、客服人员、策划专员等。在进行技能训练活动的时候,教师可以根据学生未来的就业选择倾向,制定不同的技能训练内容,对学生进行分类训练活动的开展。如一些学生想要选择市场调查员这一职业,教师针对他们进行技能训练方案制定的时候,尽可能的贴合市场调查员这一职业需要具备的重要技能来进行内容确定。根据市场调查计划,提出调查组织方案,上报市场部主管,签批后执行、按调查组织方案实施调查工作,并取得准确的市场信息、整理取得的市场信息,形成市场信息报告书、参加公关促销活动、对市场信息进行分析,找出潜在客户,进行专项调查,并取得准确的调查结果、将专项调查的结果,整理成潜在客户资料、根据市场信息以及专项调查结果,草拟市场开发方案,提交给市场部主管等,都是这一职业在未来需要负责的主要工作内容。于是教师就可以在针对这一类学生进行技能训练方案制定的时候,尽可能的倾向于这些方面能力的培育。对于其他从业选择的学生,老师也可以采用这样的方式来确定学生的具体技能训练内容,总之就是要将不同就业选择的学生进行区别,根据学生未来的职业选择倾向去进行具体内容的制定,这样才能够确保学生的某一项专业技能潜力挖掘,真正增强学生的市场营销未来就业竞争能力。

3 结束语

总而言之,高职院校针对人才进行专业培养的时候,核心目的是为了增强学生未来的职业竞争能力,向社会

输出高质量的技能型建设性人才。所以,无论在进行任何专业教学活动的时候,都需要牢牢以市场需求为核心标准,在进行技能训练内容确立与技能训练方案制定的时候,可以充分发挥校企合作的优势,在校内与校外的合作教学模式之下,为学生制定更加符合市场发展倾向的技能训练内容。除此之外,教师还要注重更新技能训练方案的制定思维,根据学生未来就业的不同职业,选择倾向为学生制定专属的技能训练内容和技能训练方案,能够更好的对学生进行针对性的能力培养,也是“双技能训练”改革工作的重要突破点。

【参考文献】

- [1] 王志敏. 基于就业导向的市场营销专业建设模式改革探索 [J]. 中国校外教育 (下旬刊), 2018, 3:114-115.
- [2] 朱毓高. 资源整合视角下高职院校技能训练基地建设路径探析 [J]. 职教论坛, 2019 (9): 78-85.
- [3] 张洪峰. 专业认知与高职毕业生成功就业关系调查 [J]. 中国职业技术教育, 2017 (19): 53-59.
- [4] 李名梁. 我国高职技能训练教学面临的问题及其解决路径 [J]. 教育与职业, 2019 (36): 31-33.
- 【作者简介】易延成 (1970.1—), 男, 汉族, 湖南洪江人, 硕士研究生, 职称: 讲师。主要研究市场营销的公平性和正当性, 以及营销专业教学模式。现就职于岳阳职业技术学院。