

# 高职教育“1+X”证书制度融入市场营销专业人才培养的策略探讨

张艺函

(河南地矿职业学院, 河南 郑州 451464)

摘要:《国家职业教育改革实施方案》指出,为深化复合型技术技能人才培养培训模式的改革,要求把学历证书与职业技能等级证书结合起来,探索实施1+X证书制度。在此背景下,文章在深入剖析1+X证书制度下市场营销专业教学现存问题的基础上,对教学改革路径展开积极探索,旨在为1+X证书制度背景下的市场营销专业教学改革提供实践参考与思路借鉴。

关键词:高职教育;“1+X”证书制度;市场营销专业;人才培养

2019年,根据《国家职业教育改革实施方案》文件精神,教育部与国家发展改革委等部委制定了《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》,提出将在职业院校、应用型本科高校启动“1+X”证书工作,鼓励职业院校学生在获得学历证书的同时,考取本多个专业相关的职业技能等级证书。随后,中共中央办公厅、国务院办公厅于2021年印发了《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》,明确指出:“推动更多职业院校参与‘学历证书+若干职业技能等级证书’制度试点。”基于此背景,市场营销专业也应顺势而为,因时而变,积极探索“1+X”证书视域下教学创新路径,以进一步完善市场营销专业人才培养体系,更好地满足经济社会发展对复合型市场营销人才的需求。

## 一、“1+X”证书制度背景下市场营销专业教学现存问题

### (一)教学目标与“1+X”证书制度实施目标不匹配

从本质上来说,实施“1+X”证书制度的目的就是希望学生通过获得职业技能等级证书,生成未来就业岗位所需的职业能力,培养出更符合社会需求的实用型人才,实现就业下沉,精准就业,缓解结构性就业矛盾。职业技能等级证书本身就具有较强的岗位针对性和特定的职业能力需求,如“中国销售管理专业水平证书”针对的就是目前企业较为紧缺的专业销售管理人员。因此,“1+X”证书制度下专业课程教学的目标确定也应以此为参照。但在问卷调查中发现,64.3%的教师仍坚持传统学术型本科的教学理念,在确定专业课程教学目标时,仍将基础知识的掌握、知识体系的构建放在首要位置,未重点明确“专业课程对应的就业岗位是什么”“其岗位的能力需求是什么”;与此同时,58.1%的学生“不知道为什么学”“学习重点是什么”“学习后应具备何种职业能力”。教学目标与“1+X”证书制度实施目标之间存在较大偏差,这种偏差所造成的结果就是教师更注重理论知识的灌输,忽视对学生职业兴趣的培养,培养出来的学生职业能力很难达到未来岗位的要求。

### (二)专业课教学方法与职业技能考核方式不吻合

从岗位职业技能考核方式来看,市场营销专业对应的职业技能等级证书考试都体现了对应的市场营销方向典型岗位所必须具备的专业技能和职业素养的考核,充分体现了企业需求和个人发展需要,着重强调学生在真实工作情境中完成典型工作任务的能力。如“助理营销师证”就主要考查人员在各类企业和事业组织市场营销管理活动中从事市场调查和市场预测的能力。这就要求教师在教学方法的选择上也应能提供与实际工作环境相仿的教学情境,让学生在模拟的工作场景中理解抽象的理论知识,在协作和实操中掌握具体的技能,从而实现从教学场景到考试场景的无缝链接。但在问卷调查中,74.0%的学生认为目前专业课程的教学仍以传

统的讲授法为主,而注重实践、研究,以“学为中心”的教学方法应用较少。另外,64.8%的学生认为通过专业课程学习之后还是未能熟练掌握相关职业技能。这些都反映出目前市场营销专业课程教学的效果欠佳,难以满足学生对职业技术技能考核的需求。

### (三)专业课教学评价与职业技能考核的标准不统一

随着市场营销专业课程教学标准与考核大纲的对接,专业课教学评价也应与职业技能证书考核标准保持高度统一,力求通过教学评价的反馈促进专业课教学的改革,引导学生明确学习目标,从知识学习转向技能学习和注重职业能力的提升。但问卷调查中,78.4%的学生认为目前的专业课程考试仍以传统的“纸笔测试”为主,操作性考核和实验性考核较少,考核的重点依旧是知识的记忆和理解,这显然难以满足学生对后续职业技能考核的需求。另外,62.0%的学生认为目前的专业课程考核方式无法反映自身真实的职业能力水平。专业课程教学评价的重点须从“知识”转向“能力”,集中到如何合理、科学地对学生的职业能力水平进行评价上来。

## 二、“1+X”证书制度融入市场营销专业人才培养策略

### (一)以就业为导向,明确教学目标

对“1+X”证书制度背景下市场营销专业课程教学进行改革的首要问题是如何重新设定教学目标。为适应“1+X”证书制度下专业课程教学的需求,高职市场营销专业应综合考虑教学实际和就业需求,重新设定符合学科专业建设、学生个人发展和未来就业需要的人才培养目标,并根据职业能力生成规律和不同就业岗位标准,将其分解到具体的课程中,由此设定与之对应的课程教学目标,明确各个课程所对应的岗位和职业能力以及应达到的程度。同时,发挥“1+X”证书制度中职业技能证书的作用,在设计专业课程教学目标时应参考职业技能证书的考核标准,对教学目标进行优化,将教学范围从教材扩展到实际的工作场景,并在此基础上设计具体的知识内容、能力和素质培养目标,为学生未来就业提供有力保障。

以市场营销专业课程《市场调查与预测》的教学改革实践为例,该课程对应的就业岗位为市场营销专员、营销师等,对应的职业能力为市场调查能力、市场预测能力等。根据人才培养方案中确立的中高级应用型人才培养目标,确定经过课程学习后职业能力应达到“营销师”职业技能证书三个等级中的高级水平。同时,参照“营销师”高级职业技能证书的考核标准,最终确定《市场调查与预测》课程的教学目标:知识目标方面,了解市场调查与预测的目的、意义,掌握市场调查与预测的基础知识,掌握不同类型企业市场调查的基本程序、内容和重难点;能力目标方面,能熟练使用常见市场调查与预测工具,能对典型企业的市场数据

进行分析,并能将发现的问题和建议形成可视化分析报告;素质目标方面,培养具有市场调查与预测能力,并能将其应用到企业经营管理工作中的高素质人才。

### (二)立足“课证融通”,重塑课程教学内容

“1+X”证书制度背景下市场营销专业课程教学改革的重点在于教学内容的“课证融通”,这也是进一步强化学生专业能力和职业素养的关键所在。教学内容要实现“课证融通”,就是要将市场营销专业课程教学内容与相关职业技能证书考核内容进行对接,在此基础上对专业课程教学内容进行改革。因此,在设计专业课程具体内容时,应参照职业技能证书考核大纲中的考核内容,结合对应工作岗位的职业特点和工作需求,分析岗位典型工作内容,将其分解为具体的工作任务和职业能力需求,并明确具体教学内容与未来就业岗位职业能力需求之间的关系,将其作为后续课程教学内容选取和具体教学安排实施的基本依据。实施过程可按照“就业方向调研、明确工作岗位、分解具体工作任务及能力需求、专业课程教学内容选取、专业课程教学内容设计与实施”的思路进行。专业课程教学内容和职业技能等级证书考核内容的深度融合,可实现专业课程设计与岗位需求的衔接、专业课程教学环节与具体工作过程的衔接。

以市场营销专业课程《市场调查与预测》的教学改革实践为例,教师应在将教学内容与“营销师”职业技能证书对接后,分解出该证书所对应的典型工作内容。并以此为基础,明确具体工作任务及对应的职业技能要求,并据此选取教学内容,以满足企业市场营销基本岗位群的需求,最终实现《市场调查与预测》课程与“营销师”职业技能证书考核内容的“课证融通”。

### (三)以项目和任务为驱动,采取多元教学方法

为充分调动学生学习的积极性和主动性,实现“1+X”证书制度促进学生职业能力生成的目标,应改变传统以讲授为主的教学方法,采用“以项目和任务为驱动”的多样化教学方法。一方面,在理论教学中可综合使用案例教学法和情景教学法,模拟实际市场营销工作场景,让学生运用所学理论知识来解决工作中可能出现的问题。同时,可以组织学生采用小组协作的方式交流经验,对实际工作案例进行反思,促使学生主动思考,将专业理论知识转化为职业技能,通过学以致用生成职业能力。另一方面,在开展实践教学时将职业技能证书考核内容融入实践教学内容中,同时教师利用教学指导工具,如工作案例和项目模板等,引导学生独立或以小组协作的方式来完成项目和任务,让学生在解决问题的过程中提高实践能力。

以《市场调查与预测》的教学改革实践为例,一方面,教师可利用混合思维导图展示法、启发批判式教学法、探究型教学法等,构建以慕课平台、课堂派等云课堂为载体的线上线下教学体系,精心设计不同教学环节,引导学生对通过慕课学习、自主学习及合作探究学习后的疑难点、盲点进行针对性强化学习及进一步延伸学习;另一方面,教师还可构建模拟企业教学新模式,通过购买专业软件和配置相关场所架设虚拟工作场景,组织学生轮流到模拟企业进行实训。在模拟企业中,学生们组成市场营销部门在教师的指导下完成相应的营销项目,结合营销师职业证书所考核的知识点,体会市场营销工作的具体流程、业务细节,从而进一步提高专业技能。

### (四)以“职业能力生成”为核心,重构教学评价体系

“1+X”证书制度实施的根本目的是建立职业技能培养体系,提高学生的职业能力和专业素养,最终提高学生就业竞争力。因此,

在专业课程教学评价中不仅要评估学生对理论知识的掌握程度,更要体现对学生职业技能培养的情况以及学生的职业生涯规划情况。因此,院校和教师要关心专业课程的教学实施及学生学习情况,也要对学生职业能力的生成情况进行评估。为达到这一目的,在专业课程教学评价中应以“职业能力生成”为导向,对评价方式、评价工具等各个关键要素进行变革。在评价方式上,要将单一的课程结课考核评价转换为“教学过程性评价+结课考核评价”;在评价内容上,可在职业技能证书考核大纲的基础上,参考职业技能证书考核的相关标准,对课程学习效果进行全面客观地评价。教师可通过教学评价发现教学中的不足,为后续调整教学方法提供参考;学生也可以借助评价结果总结自身不足,以便后续开展针对性学习。

以市场营销专业课程《市场调查与预测》的教学改革实践为例,教师应参考“营销师”职业技能等级证书考核大纲要求,构建以“职业能力生成”理念为指导的课程学习评价与激励指标体系。与此同时,教师还应精心设置完整积分等级体系和线上课程平台全程信息化辅助,对整个课程进行过程性考核评价。在此基础上,教师应根据职业能力评价指标点设定若干典型工作任务,学生在学习的过程中可随时通过线上系统选择独自或组队进行任务挑战。任务挑战中投入的学习时间越多,完成的工作任务越多,完成准确率越高,所获得的积分就越高,职业能力提升就越明显,过程评价成绩也就越好。最终过程评价成绩占总评成绩的50%,期末考核成绩占总成绩的50%;期末考核成绩包括“营销师”职业技能等级证书的考取占60%,课程论文设计及PPT汇报占40%。

### (五)落实课程思政,完善人才培养体系

“1+X”证书制度要求“将证书培训内容有机融入专业人才培养方案,优化课程设置和教学内容”。高职市场营销专业所培养人才主要面向市场调研、营销策划、市场开发、营销管理等岗位,也可以在金融、保险、房地产、旅游、外贸等企事业单位从事营销管理、市场调查、营销诊断、市场咨询、客户资源管理等相关工作。从某种程度上来说,市场营销工作与人们对美好生活的期望是紧密相连的。因此,在培养学生市场营销职业技能,助力其考取专业证书的同时,将思政元素融入其人才培养过程是非常有必要的。以《市场营销学》课程为例,在教学过程中,教师可结合市场营销专业人才培养目标,将思想元素灵活融入相关章节与知识点,并引导学生展开自主探究,促使学生自觉将思政元素融入市场营销相关问题的分析过程中,从而在潜移默化中达成思政教学目标。

面对日益严峻的就业市场,学校培养和企业需求错位的矛盾日益凸显。“1+X”证书制度的实施为市场营销专业的人才培养提供了新的思路,同时对该专业的教学提出了新的挑战。对此,应用型本科院校应积极实施教学改革,从教学目标、教学内容、教学方法和教学评价等多个维度重新构建能适应“1+X”证书制度需求的市场营销专业课程教学体系。通过高质量的专业课程教学为学生打下良好的基础,促进学生职业能力的快速生成,提高毕业生在就业市场上的竞争力。

### 参考文献:

[1] 曹洋. 高职教育“1+X”多证书融入人才培养方案的数字商务转型路径研究——以市场营销专业为例[J]. 中外企业文化, 2022(07): 226-228.

[2] 高培培.“1+X”证书制度下市场营销专业课证融通实施路径探索[J]. 辽宁师专学报(社会科学版), 2022(03): 57-59.