

应用型本科高校创新创业教育融入专业课教学研究

——以市场营销学为例

朱伙军 刘一虹

江西工程学院 江西 新余 338000

【摘要】国家的高等教育需求指出，需要对高校创新创业教育不断的融合专业课，以此推进课程的改革与发展，另外，也不断的需要市场营销将人才培养作为教学目标。下文，将结合我国当前民办教育本科的具体情况，提出相关的措施。另外结合应用型本科院校的市场营销情况，明确提出，构建专业的应用型本科市场可以加深对营销专业创业教育的发展对策，为其提供了建设思路。

【关键词】创业教育；专业课教学研究；高校本科创新

市场营销专业的实用性非常的强，另外他的实践性和应用型较为广泛，纵观当前中国的各个行业，门槛较低，但从业人员最多的便是市场营销人员，那么如何将接收本科市场营销教育的学生与未接受过教育的学生进行区分？是教育工作者需要钻研的话题。在我国当前的本科教育中，不管是公办的高校还是民办学校，都会开设市场营销专业，本科的应用型市场营销专业其实是具备较强的优势，如何将这种优势进行挖掘，是此文我们需要不断进行探索的。^[1]

1 当前存在的问题

当前，我国应用型本科院校在市场营销专业的人才培养方面，存在着一些不足，主要侧重于理论化的培养和深造，导致了市场营销专业人才培养的失衡，一方面，高校培养的市场营销专业总量始终是处于失衡的状态，供过于求，另外，企业却找不到合适的市场营销人才。特别是严重缺乏实战型人才，就是说将当前的学生投入到市场营销的岗位上，会出现业绩上不去，理论与实践不匹配的局面。深究其根本原因，当前，高校所培养的人才与企业对人才的需求并不匹配，这是因为当前，我国高校的教学模式主要是选用传统的课堂教学思路和案例分析相结合，这样的教学方式是非常局限的，学生在投入工作中，会面对各种各样的问题，各种各样的客户，那么如何针对这些客户进行相关的营销，才能保证营销的成功呢，这是因为当前的我国高校的教学模式主要是采取传统的教学和案例分析相结合的形式，这样的授课效果不仅仅非常理想，而且培养出来的专业人才，才能不断的适应当前环境下，企业对市场营销专业的需求。其中的具体问题主要体现在以下几个方面：

第 1，在开展创新创业教育方面，理念比较滞后，意识较为欠缺。虽然，最近多年来，我国的教育政策一直在不断地加以革新，而且各大高校也纷纷开展了创新创业教育之路的探索，但是在实践的过程中，因受到任务型教学模式和学

校教育条件的限制与阻碍，因此，在创新创业教育方面重视程度偏低，但是因应用型本科的教学资源较为有限，因此，在创新创业教育方面不够重视，导致不论是学生，还是对创业意识的观念，非常十分薄弱，甚至学生不知道怎么开设创业，过高的理论化而轻实践。^[2]

第 2，当前，高校的课程与实际的创新教育的发展思路不匹配。目前的教学情况来看，当前的学校创业创新教育与市场上的需求完全错位。目前的教师都是一直在教育一线的老师，重理论，轻实践。很少有空投身于市场一线进行深入调研。当前，本科各高校的市场营销专业还是按照基础课、专业基础课等相关的模式进行设置，其中实践教学也是主要根据课堂上和计算机的软件为重心，很少会考虑到让学生放下学业的困扰和需求，专门腾出时间走出校门，去了解市场动态和市场需求，就拿一个简单的例子来说，当前，教师对市场营销专业的教学主要还是以大方向的销售局面为洞悉，而教师本身也是一种较为体面的工作，很少会亲自体验直播带货、微商等当前主流的销售模式，甚至整套的销售体系，因此在教学的过程中很难找到教学的重点，换句话说，销售是能把东西卖出去就是本事？那么如何去卖呢？这一种单一的方式就完全正确了吗？肯定不是的？因此，多元化的教学思维和教育路线，一定是要遵从市场的发展规律才能更好地加以实践，我们就拿一个简单的例子来说，比如较为常见的销售产品，手机。如果教师在以创业创新教育的过程中，将重点放在对手机性能和最新的产品动态三孔的摄像头来讲解，而在不了解消费者需求的情况下，是不是就不了解消费者的买点，其实在消费的过程中，比如说消费者长期使用华为手机，华为手机的忠实用户，那么面临华为芯片不能制造的问题，当前市场给出的条件是市场店面暂无货源，而且都是旧款的手机，手机的售价要高出市面原销售额 500 元。那么当这位顾客，一心的需求是华为，在此消费者的内心是认为只有华为手机的品质才能与苹果手机的品质相

抗衡呢？因此，在消费者需求不对味的情况下，作为一个 vivo 手机销售人员，怎样将消费者吸引过来？对消费者来说 OPPP、vivo、魅族等手机，是无法被客户所认可的，那么应该如何从销售理念以及消费需求的转换中，将消费者带到自己所销售的品牌方面来，并对其进行引导，成功下单，消费，这才是整体的流程。那么，是否教育的工作人员也不具备丰富的实战经验和案例搜集，因此对学生的就业发展指导与市场诉求不匹配，也是需要从实际问题出发，进行解决。如果用过了方法，会将一位刚需的消费者丧失。

2 相关的举措和建议

针对当前市场营销专业在创新创业人才培养方面存在的问题，本文主要从以下几个方面进行解决。第一，就是要不断地加强创新人才培养与市场发展诉求的相匹配。比如当前主流自媒体与直播的盛行，成为带货的王牌，那么针对此问题以及销售的契机，我们对学生人才的培养，应该从哪几方面入手。纵观全局。我们进行分析。第一，就是审美教学，是学生对自我形象以及物品审美的学习。审美能力的提升涉及到学生未来的发展方向，比如审美的提升，可以帮助学生在面对顾客的时候，有一套优质、高级的形象出现在消费者的面前，让消费者，愿意为此进行买单，或者倾听接下来的分析与描述。第二，要针对学生了解物品也就是销售产品摆放、陈设的美学，这在很大一种程度上决定了客户愿意、有

兴趣了解产品，愿意为此付出一定的金额。第三，对网民消费群体冲动消费心理的把握，这其实是非常关键的，比如在当前的快手直播品牌，名列前十的一家玉器销售员，自我包装成家大业大的玉器世家，在销售的过程中，会出现送、卖的双重环节，另外，会不断的根据差价的形式调动消费者的胃口，可以带领学生观看优秀的社会营销“学霸”视频，以此吸取实战经验，这对学生与教师而言是非常重要的。另外，纵观直播带货第一的李佳琪，他之所以有超强的销售能力，是因为他懂得分析自身的特色以及对市场动态的把握，找出适合自己风格的客户群体。将优势与能力结合起来，才能实现营销的最大化价值。

总结：创新创业教育的实现，是需要基于当前社会动态形式开展，将供与需相结合，在结合的过程中，不断的增强教学创新模式，培养出社会性、应用型人才。

【参考文献】

[1] 杨超. 会计学专业教育与创新创业教育融合研究——以应用型本科高校为例 [J]. 安阳工学院学报, 2015:125-127.

[2] 雷宇, . 应用型本科高校创新创业教育融入专业课教学研究 [J]. 教书育人: 高教论坛, 2019:92-93.

[3] 袁媛, . 应用型高校市场营销专业学生创新创业教育研究 [J]. 《高教学刊》, 2016:52-53, 共 2 页 .