

新时代下如何创新高校市场营销实践教学模式

孟晓雪

长春工业大学人文信息学院 吉林长春 130000

摘要: 进入新时代后, 市场营销在企业发展中占据着日趋重要的地位。但就目前来讲, 市场营销人才供需之间存在着较大的矛盾, 主要原因在于高校市场营销实践教学模式不够科学, 难以有效培养和发展学生的实践技能, 导致与企业实际用人需求不相适应。针对这种情况, 高校要充分明确实践教学在市场营销人才培养中的作用, 进一步优化和完善实践教学模式, 持续提升人才培养质量。

关键词: 新时代; 市场营销; 实践教学

市场营销专业具有较强的应用性和综合性, 要求高校科学构建实践教学体系, 以便促使人才的实践能力得到培养。特别是新时代下, 企业对人才的实践能力、创新精神等提出了更高的要求。如果高校依然沿用落后的教学思维和模式, 将会严重阻碍到学生的成长, 加剧人才供需之间的矛盾关系。因此, 高校要深入分析现阶段实践教学存在的问题, 及时采取针对性的创新策略。

一、高校市场营销实践教学现状

(一) 重理论轻实践现象依然存在

部分高校并没有充分重视实践教学环节, 缺乏完善的实践教学体系。虽然将实践教学环节加入到专业教学计划当中, 但只占据了较小的比例, 形式化问题较为严重。一些高校将理论知识的系统传授作为教学重点, 理论教学占据过大的比例, 灌输式特征明显。本种教学模式不仅与新时代教育改革趋势不相适应, 也会阻碍到学生的成长和发展。此外, 部分高校不具备良好的客观条件, 如实践经费投入较少等, 阻碍到实践教学的顺利实施。

(二) 师资队伍结构亟需优化

教师的实践经验、教学能力等直接影响到实践教学的效果, 目前, 研究型学者在高校市场营销专业教师队伍中占据较大比例, 其拥有十分丰富的理论知识, 但实践经验较为缺乏, 并没有在企业中接受针对性的岗位锻炼。这样在实践教学过程中, 将无法深度融合营销理论和真实的营销活动, 降低了实践教学的成效^[1]。

课题名称: 2020年吉林省高教科研一般课题“新经济背景下民办高校市场营销专业教学改革研究”, 课题编号: JGJX2020D561。

作者简介: 孟晓雪(1995—), 女, 研究生, 研究方向: 会计学。

(三) 缺乏足够的实践教学资源

通常情况下, 可从校内实践、校外实践两个方面来划分实践教学资源。部分高校在校内实践基地建设时, 主要将一系列模拟软件引入进来, 以此来培养学生的实践能力。但企业真实营销环境处于不断变化的态势, 难以利用软件真实模拟, 导致学生的实践能力得不到良好培养。在校外实践基地构建中, 地方企业是主要的实习单位。部分企业不具备良好的培训机制, 岗前培训教育活动缺乏, 这样学生将难以快速适应岗位要求, 影响到实习效果。

(四) 缺乏完善的监督考核机制

现阶段, 很多高校将理论教学作为教学质量监督的重要环节, 实践教学方面的要求、标准不够明确。主要依靠期末考试等检验学生的知识掌握情况, 不能够客观评价学生的实践能力, 这样将会对实践能力培养造成阻碍作用。部分高校虽构建了实践教学考核体系, 但由于无法量化评价标准, 导致测评考核的精确性、科学性等得不到保证^[2]。这些问题的存在, 将会对学生参与实践的积极性产生抑制作用, 不利于实践教学质量的提升。

二、新时代下创新高校市场营销实践教学模式的对策

为满足新时代对人才的要求, 高校需在重视理论教学的基础上, 同步优化实践教学模式, 全面提升学生的综合素质。要将目标导向性原则贯彻下去, 综合考虑高校的人才培养目标、学科定位等内容, 针对性调整实践教学内容和方式。同时, 从整体角度出发, 对理论教学、实践教学之间的关系协调处理, 全面培养学生的理论素养与实践能力, 以便切实提高高校的人才培养质量。

(一) 优化市场营销课程体系建设

为促进高校市场营销实践教学效果得到保证, 需依据应用型人才培育目标科学建设课程体系, 重新规划学

生的学习生涯,将实践教学环节融入到各个学习阶段,充分结合理论教学与实践教学环节。在实践教学大纲制定过程中,要对企业的人才需求深入调研,保证教学大纲的可操作性和可考核性。通常来讲,可从课堂教学、能力训练、校外实习等方面来划分市场营销专业的实践教学环节。首先,课堂教学。本阶段内主要将市场营销工作需求的理论知识传输给学生,夯实学生的理论基础。且科学培养学生的沟通能力、分析能力、创新能力等专业基本技能,以便促进后续实践、实习活动的顺利实施。其次,实践训练。依托校内实践基地,开展沙盘实战模拟、实战演练等综合性实践活动,引导学生结合真实的市场营销问题,以小组合作等形式进行解决,这样学生的综合能力可以得到提升。最后,校外实习。通过校外实习的实施,能够帮助学生对营销技巧、岗位技能等更加熟练的掌握,以便提升自身的职业竞争力。

(二) 加强师资队伍建设

只有将高水平的复合型教师队伍组建起来,方可以进一步改善市场营销专业实践教学效果。目前,很多市场营销专业教师只有较高的学历水平,实践经验较为缺乏,导致实践教学的深度、效果等得不到保证。针对这种情况,高校可将企业内经验较为丰富的优秀人员吸纳进来,以兼职教师的身份参与实践教学工作,发挥校内教师、校外教师的互补作用,对学生的实践学习活动共同指导。通过专兼职教师队伍的构建,学生能够对企业真实的市场营销经验充分了解,获得符合企业需求的实践技能^[1]。同时,兼职教师也可将企业营销实践经验传递给校内专业教师,促使实践教学质量得到提高。此外,高校可结合实际情况,将校内教师提升计划制定出来,鼓励校内教师进入到企业之中,接受针对性的挂职锻炼。这样专业教师既可以将自身的理论优势发挥出来,向企业提供良好的发展建议,又可以积累真实的工作经验,促使自身营销技能得到提高。

(三) 推动校内外实践教学基地建设

实践教学依托于实训基地来展开,如果缺乏必要的实训基地,那么实践教学效果将会受到严重影响。因此,高校要结合实际情况和需求,进一步加大资源投入力度,科学建设实践教学基地。首先,在校内实训基地建设时,要将高仿真的营销模拟实验室构建起来,通过对模拟软件进行应用,对模拟情景合理设置,促使仿真的企业经营环境得到顺利形成。要引入多样化的实践教学形式,包括ERP综合实验、沙盘实战训练等,引导

学生进入到角色当中,科学分析与处理企业经营发展中所面临的问题,促使学生的营销实战能力得到锻炼。也可应用任务教学策略,由学生们对模拟公司进行组建,教师选择针对性的业务类型,鼓励学生开展市场营销实战演练活动。其次,在校外实践基地建设时,要合理选择合作企业,对双方合作的内容、形式、投入等统筹考虑。要对学校教学方式等进行调整,保证与企业的实际需求相适应,以便由共同利益转化各自利益,增强校企合作的稳定性。这样学生通过参与真实的岗位锻炼,能够对企业市场营销过程、技术等深入体验,有助于学生问题解决能力、工作适应能力的锻炼和提升。

(四) 科学监督与考核实践教学过程

通过监督、考核机制的构建,能够客观评价实践教学的实施成效,及时发现、解决存在的问题,进而持续提升实践教学水平。因此,高校要结合实践教学的特征,将监督、考核机制系统构建起来,既要评价实践教学成效,又要对学生的综合实践能力进行检验。首先,要将多样化的考核形式运用过来,有机结合教师评价和企业评价等方式,保证各个实践教学环节都能够得到覆盖。同时,在现有结果评价的基础上,引入过程评价形式,细化评价指标,切实发挥评价的导向作用^[4]。其次,要完善考核内容,将学生实践表现、实践成果、创新能力等诸多内容全面引入进来,促使考核评价的公平性、客观性得到保证。

综上所述,实践教学是高校市场营销专业教学的重要组成部分,直接决定到高校的人才培养质量。因此,高校要充分掌握企业对市场营销专业人才的实际要求,高度重视实践教学环节,从师资队伍、实践基地、考核评价等多个层面着手,进一步完善实践教学体系,高效培养学生的实践技能,以便增强学生的综合竞争力。

参考文献:

- [1]赵海明.新时代下如何创新高职市场营销实践教学模式[J].中国多媒体与网络教学学报(中旬刊),2020(5):77-78.
- [2]王鹏.高职市场营销实践教学创新研究[J].现代营销(经营版),2019(5):250.
- [3]黄爱云.高职市场营销实践教学创新创业教学方法思考[J].现代营销(信息版),2019(11):25-26.
- [4]赵永胜.基于人才培养标准的高职市场营销专业实践教学体系创新及实现路径[J].教育与职业,2020(21):86-90.