

以专业核心技能培养为导向的中职市场营销学教学改革研究

毛梅容

(中山市中等专业学校, 广东 中山 528400)

摘要:随着我国市场经济蓬勃发展, 社会对于专业技能人才的要求越来越高。只有具备过硬的专业素质, 才能够胜任一线生产、技术、服务、管理等工作。与此同时, 中职阶段教育教学水平发展滞后, 学生基础薄弱、学习能力不强、学习积极性较差。所以, 作为专业教师的我们应当针对中职教育教学工作, 开展一场创新改革活动。本文将根据以专业核心技能培养为导向的中职市场营销学教学重要性及教学改革策略展开讨论, 希望能够为一线中职市场营销学教师提供更多灵感, 从而推动中职教育教学事业发展和进步。

关键词: 专业核心技能; 中职市场营销; 教学改革

中职教育的重点是培养学生专业技能和专业素质, 让其在毕业后能够顺利适应社会环境, 在思想基础及文化修养上得到更大的进步和提升。目前, 中职市场营销学教学存在一部分问题, 针对学生基础薄弱与教师水平限制问题, 笔者提出了一些思考与策略: 根据职业能力发展制定教学目标、注重培养学生职业能力及职业素养、完善培养计划, 同时希望以这样的规划提升中职教育教学质量, 以新的教育理念及新的教学手段创新教学形式, 在培养学生专业基础之上, 将重心转移到核心技能培养上来。

一、以专业核心技能培养为导向的中职市场营销学教学重要性

(一) 有效增强中职生综合素质及职业能力

以专业核心技能培养为导向的教学方式针对中职生是非常有效的, 实际教学过程中能够扎实学生理论基础, 同时进一步培养学生营销学专业技能, 使得学生熟悉未来的工作内容与流程, 从而能够开展市场营销、市场推广、销售管理等工作。同时, 这样的教学内容不仅仅能够提升学生职业能力, 还能够有效培养学生理解能力、沟通能力、协作能力等, 使得学生具备一定职业素养, 能够在未来快速适应社会成长, 在职场中有更大的进步和发展。所以, 以专业核心技能培养为导向的教学方式是行之有效的, 中职市场营销学教师可以选择从这一方面入手提高中职生综合素质。

(二) 培养适合社会及企业需求的专业人才

改革开放以来, 我国经济飞速发展的同时迎来了转型, 使得社会及企业对人才的需求不断加大, 同时企业为了发展也会在中职中寻找优秀的营销人才。所以, 以专业核心技能培养为导向的培养方式是很正确的, 只有这样才能培育出与社会及企业发展相适应的高素质人才, 使得学生毕业即上岗, 迅速适应今后的工作环境和内容。目前, 我国中职院校在营销学教学方面设计实验课程, 使得学生在理论知识学习完毕后能够实现知识应用, 通过这样的方式增加实际操作机会, 提高知识实践能力。如果能够就这一方面进一步深入, 就能够真正培养学生成为对社会与企业有用的高素质劳动者。

(三) 推动中职院校的市场营销学专业发展

中职院校的办学目的是让让中职生顺利毕业, 同时快速适应社会发展, 在相应垂直领域有所建树。一个学校的教育教学质量很好判断, 其毕业生质量往往决定着学校的口碑和影响力, 如果

某个专业的学生在毕业之后凭借自身优秀的素质找到了好工作、得到了良好的发展, 那么势必会为此专业增添光彩, 以专业核心技能为导向的教学就能够推动职业教育发展, 提高中职学校的办学水平。中职市场营销学教学过程是一个培养学生基础的过程, 不仅仅是专业基础, 其重点还在于构建学生思想基础, 让学生在日后得到更多发展机会和攀登平台。如此, 中职生在毕业后也会对于母校有更好的评价, 从而推动本校市场营销学专业发展, 提升中职学校知名度, 在招生中获得更大的优势, 招揽更多优质生源。

二、当前中职市场营销学教育教学中存在的主要问题

(一) 中职生基础薄弱, 学习能力不够强

一般来说, 中职生基础较为薄弱, 且在学习能力方面明显不够, 因而学习成绩较差, 在初中阶段被称为“学困生”。这就对市场营销专业教学活动造成了非常大的影响, 使得教学效果达不到预期构想。实际上, 市场营销专业知识对比理学、工学等内容是较为容易理解的, 但由于中职生基础受限, 往往未能展开进一步的理论知识教学和职业技能教学。所以, 实际教学过程中, 中职专业教师应当重视到这一问题, 同时根据不同基础水平学生制定进一步教学方案。

(二) 中职市场营销学教师水平不够高

中职教师的专业水平往往决定着学生的受教育程度, 作为专业知识的传播者与教学活动的引导者, 中职市场营销学教师对学生的影响是很大的。但实际情况是, 中职学校中仍然有一小部分专业素养不过关的教师, 使得职业技能和职业素养培育未能顺利推进。针对这一现象, 中职学校应当严格审核教师资质, 设立实习期观察教师实质水平。在后续管理中, 也应当出台更多教学管理措施, 同时不定期组织教师研讨会、交流会, 提供进修机会等。这样中职市场营销学教师才能够承担起培养学生专业技能和职业素养的重任, 督促学生学习和进步。

三、以专业核心技能培养为导向的中职市场营销学教学改革策略

(一) 根据职业能力发展制定教学目标

中职市场营销专业课堂及实践活动的开展重点是为了培养学生理论基础及技术能力。对此, 中职教师应当制定合理的教学目标, 同时根据不同学生个人能力及个人特色布置任务。同时教师还应当考虑职业能力因素, 将以上与学生今后从事的工作岗位连

接到一起,从市场开发、营销策划、市场调研等角度进行培养。只有这样学生才能够在积累中具备市场调研、商务谈判、产品推广等专业能力,从而真正成为在岗位中尽职尽责的高素质劳动者。而职业能力发展的教学目标也能够切实落地,做好中职学生引导者的重要工作,切实拉动职业教育发展。

例如,中职市场营销学教师应当根据班级内学生实际情况制定教学目标,对全体学生展开分层次教学。在实验课程中,第一梯队学生需要掌握过硬的专业知识及实践能力,在实验课题研究中领导小组成员解决关键问题,或者在某一专项研究中深入探索。而第二梯队学生需要跟随整个课题研究推进做好辅助工作,准备资料、整理资料、总结研究成果、汇报研究成果等。以此,所有学生都能够根据自身能力水平得到锻炼,从而在中职营销学专业课学习中有所进步和成长,而据其职业能力可以设置不同的教学目标,让中职生为今后的职业成长做好准备。

(二) 注重培养学生职业能力及职业素养

随着“素养”教育的发展,中职专业教学应当侧重培养学生职业能力及职业素质,以提升学生专业核心竞争力,提高学生综合素养。在理论课教学中,营销专业教师应当规划教材内容,提取关键教学素材,以适应学生认知水平的理论知识提高学生专业认识情况。实践教学,营销学教师应当结合理论指导展开教学,让全体学生参与到实践活动中来,通过正确的指导与趣味性实验收获进步和成长。与此同时,还需要结合丰富的、多样化的教学活动展开教学,以自主游戏、自主活动发挥学生主体作用,提高学生各项学习能力,提高学生职业能力及职业素养。

例如,中职市场营销学教师应当认真做好实验备课,在实验基地的教学旅程中注重每一位学生的学习过程和学习效果。在阶段性的教学任务完成后,教师可以布置小模拟实验、小论文等任务,让学生从自身的学习经验出发,针对企业运行情况、企业人才流失问题、品牌定价原则、产品销售情况进行总结和分析。在课题研究结束后还应当组织交流会,让所有学生或小组做一个研究汇报,总结本次工作中遇到的问题和解决方式。由此中职生才能够掌握这一阶段性学习重点,而在今后的应用过程中得心应手。此外,中职教师应当对其任务完成情况作出评价,让学生清晰自身的专业知识水平,同时找到今后的努力方向。只有这样学生才能够真正进步和成长,并且在一次次训练中越来越熟练,真正适应工作内容。

(三) 加强学生管理, 培育学生自育能力

针对学生管理方面,中职辅导员应当对此积极监督,同时协助专业教师培养学生职业技能及职业素养。班级与学生实际管理中,常常出现学生不当行为,同时其心理健康状态也会受到影响。此时,辅导员应及时疏导和帮助学生,在严格管理的同时给予良好的情感教育。久而久之,学生也能够养成良好的自我教育和自我管理习惯,从而在中职阶段更好的投入学习和成长。

例如,中职学校课堂纪律问题严重,课堂中经常有学生迟到、早退、睡觉、吃零食等。针对以上现象,辅导员应当及时排查,并联合市场营销学教师给予严格处罚,如布置课堂小任务、课后小作业等。让学生在遵守纪律的同时能够意识到专业知识的重要性,从而在附加的专业知识学习中看到更多可能。也只有这样,

学生才能够意识到专业学习的重要性,从而在今后的学习和工作中能够以自律、自我约束的状态完成任务。

(四) 完善培养计划, 提高教育教学质量

完善的培养计划是教育教学质量的基础,只有做好基础建设才能够真正改变目前的中职营销专业教学水平。所以,学校方面应当加大资金投入,以丰富的教育资源与实践带促进学生职业水平提升。同时还应当精进教师团队专业素质,从教育教学的引导者出发,根本上改善学生的受教育水平,让学生以中职教师为榜样,树立长远的目标与理想。由此,完整的培养计划才能够推动中职教育发展,从而在基础教育方面提升学生职业能力及职业素养。

例如,中职院校可以启动校企合作计划,并在拟定计划、签订协议中为学生争取更多福利。如假期实践活动就能够让学生体验更加先进的工作环境及设备,让学生提前认识今后工作的场景。同时,实习机会对于中职生也是有关键影响的,校企合作中也可以争取这样的发展机会,让中职生拥有更多展示自我、提升自我的机会与平台,从而真正促进学生职业能力及素养的提升。当然,在校企合作计划中,学校也应当对争取来的教育资源有效、高效利用,这样才能够真正发挥出它们的价值。完善的培养计划重点也正在于此,只有更好的环境和资源才能够促进学生进步,让其适应社会发展与今后的工作内容。

四、结语

总而言之,目前的中职市场营销学教学存在一定问题,作为教师的我们应当及时看到问题核心所在,通过认识专业核心技能培养的重要性及存在主要问题开始,有效、高效地实施改革方案。在实际教学中,可以根据职业能力发展制定教学目标,将重心转移到培养学生职业能力及职业素养上来。此外,还可以制定完整的培养计划,在实践与积累中逐渐提升教育教学质量,推动中职教育事业发展和进步。只有这样,市场营销专业的学生才能够投身于行业中,在今后的工作中尽职尽责,艰苦奋斗,成长为对国家发展、对社会发展有用的人才。

参考文献:

- [1] 周玲. 基于营销工作岗位能力需求的市场营销学教学改革研究[J]. 中小企业管理与科技(上旬刊), 2019.
- [2] 朱洪. 聚焦职业核心素养的中职市场营销学智慧课堂教学模式实践研究[J]. 广东职业技术教育与研究, 2019.
- [3] 杨静. 基于职业竞争力的高职《市场营销学》课程标准建设探析[C]. 中国市场学会. 中国市场学会2020年全国代表大会会议论文集(卷一). 中国市场学会: 中国市场学会食药同源发展工作委员会, 2020: 15-17.
- [4] 马张霞. 浅谈中职《市场营销学》精品课程的“做学教合一”模式探究[J]. 创新创业理论与实践, 2018.
- [5] 李林. 疫情防控期间SPOC在线教学的实施与思考——以《市场营销学》为例[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2020.