

中职市场营销专业人才培养模式的有效研究

秦中亮

(广东省对外贸易职业技术学校, 广东 广州 510520)

摘要: 中职学生作为社会中的就业主体之一, 因中职学校有着一定的特殊性, 因此在人才培养过程中, 需要从当前社会对专业人才要求出发, 以此来做好调整工作, 提升人才培养质量。基于此本文通过对市场营销专业毕业生进行研究, 在掌握中职学校市场营销专业人才培养现状的基础上找出其中存在的问题, 制定出有效的措施, 做好人才培养优化工作, 提升人才培养质量。

关键词: 中职; 市场营销; 专业人才; 培养模式

现如今社会对专业市场营销人才需求量有了明显提升, 但是在实际中许多企业却难以招聘到适合的专业人才, 而中职院校中营销专业毕业生在毕业后难以进入到理想的工作岗位中。究其原因就是所培养的人才难以满足企业生产经营需求, 影响到了市场营造专业学生的就业与发展。

一、中职市场营销专业人才培养模式现状

(一) 专业定位问题

在中职院校市场营销专业中存在专业定位不准确等问题, 使得认识出现一定的偏差。市场营销有着专业性等特点, 学生在学习专业知识时不仅要掌握市场营销基本理论与知识, 同时也要学习工商管理方面的内容, 不断提升自身营销方法与技巧, 及时分析与解决营销过程中出现的问题。在这一背景下中职院校应当及时提供管理学、心理学、经济学等课程, 帮助学生掌握产品技术信息, 在营造真实场景的同时锻炼学生分析、解决问题能力。但是在实际中部分中职院校在市场营销专业人才培养中将重点放在培养专业推销人才方面, 认为只有具备良好的口才才能做好营销工作。也正是受到这一定位不准确的影响, 使得市场营销专业中主要以口才、推销技巧等为主, 造成专业原本原理、产品知识等内容比重相对较少, 学生解决问题能力不足。

(二) 师资结构问题

在部分中职院校中受到师资结构问题的影响, 使得市场营销专业教育质量难以全面提升。市场营销专业与机电等专业不同, 对动手操作能力要求并不十分严格, 但是受到市场营销专业技能性要求的影响, 需要具备双师型教师开展理论与实践教育。但是在实际中部分中职院校市场营销专业中存在师资结构不合理等问题, 许多教师为高校毕业生, 虽然已经掌握了专业的理论知识, 但是因教师并未参与过市场营销等工作, 针对具体的营销流程、技巧等并不熟悉, 在实践教育能力方面相对较弱。而这种师资结构又会造中职院校所培养的人才难以满足市场发展需求。

(三) 实训基地问题

企业对市场营销专业人才的要求比较严格, 要掌握多种岗位基本技能, 如市场调研、营销策划、公共关系等, 但是想要提升学生的岗位基本技能, 单纯依靠学校教育、训练是难以实现的。通过建立专业的实训基地, 要求学生进入到实训基地中参与顶岗

实习, 以此来掌握市场营销经验, 提升沟通、合作等能力。但是在实际中虽然建设实训基地所需要的资金不多, 然而受到市场竞争不断加剧的影响, 企业之间的竞争压力不断增加, 为避免企业机密被泄露, 减少在用人方面的成本指出, 部分企业表现出参与校企合作欲望不强、积极性不高, 而中职学校又难以强制企业承担培训等社会责任, 最终也就影响到了实训基地作用的全面发挥。

(四) 教学方法问题

市场营销专业中教师所使用的教学方法是否合理直接影响着学生实际学习效果。受到市场营销专业实践性要求的影响, 教师需要采取灵活多样的教育方法, 以丰富的教学形式来吸引学生, 为学生营造市场情景, 提供专业性的问题, 锻炼学生解决问题能力, 将学生培养成为社会所需要的人才。但是在部分中职院校中受到师资结构等因素的影响, 在教育教学中存在方法先进性不足、手段单一等问题, 甚至部分教师在教学中以念讲义为主, 直接要求学生记笔记。受到这一方式的影响, 虽然学生能够学习市场营销专业理论知识, 但是在解决实际问题时却表现出无从下手等问题。

二、中职市场营销专业人才培养模式

(一) 做好市场定位工作

在中职院校市场营销专业中, 需要从做好职业分类研究入手, 掌握当前市场对人才的需求情况, 以此来找准教育重点。因中职院校属于实践型教育, 需要做好技术型、职业型人才培养工作, 加之中职院校与普通院校之间存在着一定的区别, 所以在教育中就需要从做好市场定位工作出发, 针对课程设置、教育内容、教育计划等进行深入研究, 以培养专业营销推销人才、营销服务人才等为目标, 在明确对人才能力、素质等要求的基础上进行教育创新。

(二) 开展创业教育实践

中职院校市场营销专业课程教育中应当从强化学生营销技能出发, 借助创业教育等提升教育效果。通过将创业教育与市场营销专业进行结合, 在做好补充与完善的基础上展现专业教育优势, 在日常学习生活中增设生产性实训基地, 积极开展实践教学, 让学生在亲身体验中感受到销售的艰辛, 明确使用技能技巧的意义。借助实践教学, 能够帮助学生积累营销经验, 锻炼学生

营销能力,让学生在理论与实践结合中逐渐提升自身专业能力,实现知识内化,为学生未来创业发展提供支持。第一,借助格子铺平台组织学生参与仿真实训。格子铺作为新型零售模式店铺,通过将店铺以格子的方式进行划分,在对外出租基础上进行物品销售。作为一种新型商业模式,是比较适合创业者的。学生借助格子铺平台,在自我设计、采购产品、推销等工作中能够逐渐积累创业经验,提升经营胆识,运用所掌握的专业知识,在与客户沟通中不断提升交流能力、合作能力。第二,做好创业实训基地探索工作。在创立创业实训基地时,需要组织专业教师做好指导工作,将学生参与到经营模式中,让学生在实训与学习中掌握知识点,通过与客户之间进行沟通,在参与真实销售的基础上不断提升技能水平。

(三) 做好师资结构构建

打造良好的师资结构对提升市场营销专业教育效果有着直接影响。因此在学校中就需要清楚认识到师资水平、结构是否合理对保障教学质量的意义所在。为展现市场营销专业实践性特点,中职院校应当强化学校师资队伍,落实专兼结合原则,不断提升教师教育、科研能力。为提升教师专业能力,对于专职教师应当采取多样化教育方法,利用专业培训活动等帮助教师掌握前沿知识,如可以组织教师进入到企业中,通过参与社会调研等,以此来完善知识结构,不断提升教育质量。其次,要适当增加兼职教师数量,通过鼓励企业营销一线中的专业人员进入到学校中,在及时向学生传递营销工作流程、发展方向知识等,以此来提升学生对市场营销专业的认识,确保师资队伍的前沿化,降低学校中的成本支出。

(四) 开发在线众创孵化器

通过开发出学校级别的在线众创孵化器,以此来提升市场营销专业课程建设质量。因此在发展中需要从做好市场营销专业实训项目研究入手,做好项目资源分析工作,拟定服务对象,依靠微商城、微信公众号等进行宣传,在收集创新创业项目信息的基础上组织市场营销专业学生参与项目营销推广,锻炼学生线上线下专业能力。教师通过及时指导学生,在做好市场调研的基础上制定出有效的策略,完成上货、销售等工作。在这一阶段中涉及到了大量的调研、数据、信息收集等内容,能够让学生在承担推广、服务等基本任务的同时感受真实的工作情况。利用在线众创孵化器,在连接企业项目、学生个人项目的基础上能够进一步丰富课程内容,将学生培养成为专业人才。

(五) 主动创新校企合作

现如今受到多种因素的影响,使得校企合作效果并不理想,企业需要从经济利益层面针对实训基地建设情况、问题等进行分析,而如果单纯依靠中职院校进行合作,势必会影响校企合作作用的发挥。因此就需要从展现政府主导优势出发,在积极参与校企合作做好指导工作的基础上提升实训基地建设效果。所以就需要从加强政府、学校与企业之间的合作入手,在共同努力与主动

创新中展现工作优势。第一,政府需要及时做好政策引导工作,对能够主动进行校企合作的企业采取一系列的优惠政策。第二,中职院校需要及时与企业之间进行深入沟通,针对企业中的岗位需求情况等进行了了解,在明确要求、规则等的基础上做好实训细化工作。只有掌握企业需求,才能提升实训项目的新颖性,才能在满足企业要求的基础上提升实训质量。第三,企业需要及时转变思想认识,从长远发展角度出发,正确认识到校企合作中的优势。企业在发展中需要拥有充足的人力资源优势,而参与校企合作能够将学生培养成为企业所需要的人才,及时解决企业在发展中存在的问题。

(六) 创新教育方法与手段

在中职院校市场营销专业教育中,想要展现人才培养模式作用,就需要从创新教育教学方法入手,以新颖高效的教育手段来吸引学生,进而提升营销专业教育质量。部分中职学生表现出自主学习能力不足、学习积极性不高等问题,如果教师在教学中直接向学生讲述教材内容,很容易打击学生学习积极性,甚至还会让学生对专业学习产生抵触心理。因此在中职市场营销专业教育中需要及时掌握中职学生个性特点与学习能力,主动创新教育方法,转变传统教育模式,将案例法、探讨法、合作法等方法引入到教学中,让学生在理论与实践结合中不断提升自身学习能力。通过将新型教育方法引入到教学活动中,在兼顾学生学习特点的基础上实现对教育的创新,激发学生学习主动性,提升专业教育质量。其次,在教育中需要及时掌握行业发展特点,以培养专精尖人才为目标,在彰显中职学校教育特色的基础上进行教育创新,让学生在营销知识的基础上学习其他知识,不断提升营销技巧与能力。只有确保教育方向的准确性,才能展现以就业为导向、以能力为本位理念的优势,才能为学生未来发展提供支持。

三、结语

综上所述,在中职市场营销专业教育中应当坚持从了解当前社会对营销专业人才需求层面入手,在紧跟时代发展步伐的基础上提升学生专业能力,不断提升学生创新创业能力,让学生在参与实践活动的基础上将所掌握的理论知识落实到实际中,提升自身专业性、职业性,满足市场需求。

参考文献:

- [1] 宁伟东,张久涛,万雷等.浅谈市场营销专业创新人才培养模式研究——基于“学创杯”大学生创业综合模拟大赛[J].中国市场,2019,(2):168-169.
- [2] 王玉霞.协同育人视角下市场营销专业创新创业人才培养模式创新研究[J].创新创业理论与实践,2019,(16):111-112.
- [3] 马近卿.中职院校市场营销专业人才培养的研究与实践[J].营销界,2020,(16):54-55.
- [4] 聂津君.应用型人才培养模式下市场营销专业课程考核方式改革探究[J].科教文汇(中旬刊),2020(01):45-46.