

就业视角下高职市场营销专业教学的策略研究

张娟生

(江西新能源科技职业学院, 江西 新余 338004)

摘要:在我国社会经济进一步发展背景下,市场竞争日渐激烈,随着社会发展趋势和行业创新需求对市场营销人才培养提出了更高要求与标准。基于此,高职院校应积极承担其自身的教育重任,为社会发展和国家建设输送专业知识扎实、实践技能熟练以及职业素养突出的优质人才。为此,市场营销专业教师需立足于就业视域下,积极探寻改革课程设置、充实教学内容的有效途径。本文以笔者实践经验为切入点,基于就业背景下,在剖析高职市场营销专业教学中所存问题的基础上,提出切实可行的教学策略,旨在为高职院校市场营销专业教学者提供借鉴和思路。

关键词:就业视角;高职院校;市场营销专业;策略研究

伴随高职院校招生数量的不断增加和招生规模的不断扩大,应届毕业生的就业压力逐年增加,这一点可以从实时新闻报道中有所了解。由于内外因素的限制和影响,高职市场营销专业教师仍面临诸多问题,就业教育发展受到阻碍,与此同时,也限制了整体教学质量的稳步提升。基于这样的形势背景下,高职院校应将就业能力培育摆在重要教学位置上,提高其重视度和关注度,并以就业为导向来优化市场营销专业教学成效,使得学生能够顺利对接岗位工作、适应社会生活。基于此,专业教师应结合已有研究成果,立足于就业视角下探寻优化高职院校市场营销专业人才培养模式的构建路径。

一、高职市场营销专业教学中所存问题

高职院校在组织开展实践教学活动时,会适当采用本科院校的教学模式,并未充分考虑到职业教育的办学战略与教学特色,进而导致所培育的学生与市场需求不匹配。与此同时,高职院校并未构建完善的理论体系和教学框架,就市场营销专业教学而言,其人才培养存在以下几点问题:

(一) 目标定位不够清晰

针对高职院校所设立的市场营销专业而言,因结合职业教育特点与优势来制定切实可行的人才培育计划。结合实践调研可知,多所院校存在目标定位不准确、不清晰的问题,用具体表现为以下几点:其一,教师并未结合一线岗位提出的专业知识要求和品质技能要求来落实实践教学。在实际教学当中,很多教师存在倾向理论教学的问题,并未有效彰显高职教学特色,从而使得市场营销专业人才培养理念存有认知偏差。其二,教学内容不够完善。基于市场营销专业课程有着较强的实用性和应用性,教师在实践教学中英杰和实践岗位要求来选择教学内容、设置教学环节,但是,结合调研可知,很多教师所选择的教学内容较为陈旧,无法适应社会经济发展所需,最终也无法保证市场营销专业教学

的前瞻性。

(二) 理实教学严重脱节

多所院校教师深受传统教学思维的限制,将大量的时间和精力投入到理论知识讲解上,并未组织学生迁移所学知识到实践探究中,进而使得教学课堂变得沉闷和乏味,极大降低了学生的活跃度和积极性,最终无法取得既定的教学成效。其中,理论教学和实践教学严重脱节具体表现为教学模式与教学内容的脱节,与市场需求和一线岗位相比存在一定的滞后性,使得学生所掌握的理论知识与实践技能落后,从而严重阻碍了他们对接工作和适应社会。

(三) 校企合作深度不够

高职院校管理层应充分意识到深化校企合作的重要性,不仅可以提高学生实践能力,还可以提高应届生就业率。但是市场营销专业教学过程中并未落实校企合作模式,其主要原因为以下三点:一是并未大力宣传校企合作的重要作用;二是并未采取有效措施来激励学生与教师积极参与到校企合作中,另外,企业普遍缺乏积极性,不愿意投入过多的人力与物力来推动校企合作;三是有些企业积极参与校企合作,仅仅是为了聘请更多的销售人员。

二、就业视角下高职市场营销专业教学策略

(一) 积极完善课程教学模式

由于深受传统教学模式的影响,很多市场营销专业教师深陷故事思维中,多是以自我为中心地照搬教材,开展理论教学活动。这样,虽然能够提升学生的理论素养,但是使得学生缺乏一定的实践经验。但是,结合职业教育特征,高职院校应着重培育更具实践能力的综合型人才,为使得人才培养目标与实践教学方式有效契合,教师需通过课程教学来着重培育学生的就业能力,强化对学生的实践指导。比如,市场营销专业学生可以通过角色扮演来将各种色号的口红推销给班级上的男生,一般而言,都是女性

购买口红,而女生将其推销给男生,无疑提高了其推销难度。通过组织学生进行角色扮演,不仅能够锻炼学生的市场营销技巧,还能为他们顺利择业奠定基础。此外,教师还应鼓励学生利用课余时间兼职销售岗位,借此机会来拓展认识视野、丰富专业知识,能够切实了解到营销行业的发展趋势与动向,切实提升学生的就业能力。总体来讲,教师仅仅关注学生的理论考试成绩是远远不够的,还应利用课堂时间来激发学生的就业潜能,采取有效的教学方式提升他们的就业能力,通过这样的形式不断提升市场营销专业学生的就业能力。

(二) 打造实践教育基地

对高职院校来讲,为切实提升市场营销专业学生的就业意识与就业能力,还需要投入充裕的资金来建设开展实践教学活动所需的实践基地。通过打造市场营销专业所需的实践基地,使得他们能够在贴近现实的场景中内化基础知识、锻炼营销技巧,进而丰富他们的实践经验和知识体系,最终能够切实提升市场营销专业学生的就业素养。除此之外,高职院校管理层还应与当地企业积极达成合作关,签订合作协议,进而将课堂教学延伸到一线企业,为学生提供真实的实践场地与平台,使得学生能够有针对性地提升自身的实践能力和职业素养。其中可以为实习时期表现突出的学生提供日后就业机会,于高职院校和当地企业而言都是有利的。其中需要注意的是,院校在构建营销市场专业实践基地的过程中,要通过互联网平台学习和借鉴其他院校的基地建设经验,并结合院校自身的发展战略和教学目标来构建科学且规范的市场营销实践。

(三) 优化就业指导工作

市场营销专业教师应充分意识到,培育学生的就业能力是整个人才培养中的重要构成部分,结合实践调研可知,多所院校仅仅是在理论上为学生提供就业指导,其中,严重缺乏实践支撑。鉴于此,院校应摆脱传统就业指导模式的限制,通过创新来优化就业指导形式,进而对市场营销专业学生提供更为科学和专业的就业实践指导。比如,院校可以有计划且有组织地开展招聘模拟大会,并邀请市场营销专业学生参与其中,在此过程中,不仅能够引导学生了解到企业招聘具体流程和面试技巧,还能够丰富他们的面试经验。这样,不仅能够切实提升市场营销专业学生的就业质量,还会丰富他们的实践经验。此外,高职院校还应在市场营销院系建立专门的就业指导咨询处,进而给予该专业学生科学且专业的指导意见,从而使得市场营销专业的指导质量有所提高。总体来说,市场营销专业教师应在就业指导视域下,为学生提供极具针对性和落地性的就业指导意见,帮助学生制定切实可行的

就业计划书,也使得市场营销专业的就业指导工作质量得到切实提高。

(四) 提升师资综合能力

职业院校管理层应充分意识到营销专业教师的职业素养、就业指导经验以及专业知识储备都对整个专业的教学成效有着至关重要的影响,因此,院校应以就业为导向,积极落实教师专业培训工作,通过派遣教师到一线岗位进行挂岗锻炼来切实提升教师的专业素养。院校还应完善实验室和实验基地使用规范,使得教师能够有效调整理论教学与实践教学之间的课程比例,为学生提供更多的实践时间和实践空间,最终大幅度提升学生的实践能力。除此之外,院校还应建立教学评价机制,通过规范制度来约束教师,对教师的课堂教学、实践演示以及就业指导等方面进行客观评价,使得教师能够结合学生的具体反馈意见来调整教学方案,完善教学计划,在帮助学生夯实基础知识和熟练实践技能的同时,能够给予他们极具针对性的就业指导,最终能够提升学生的社会核心竞争。

三、结语

总而言之,为适应现代化教育教学发展趋势,高职院校市场营销专业教师应投身到优化教学成效、构建高效课堂的工作中,并以就业为导向,积极探寻提升人才培育质量的有效措施,比如可以通过积极完善课程教学模式、打造实践教育基地、优化就业指导工作、提升师资综合能力来保障学生能够获取基础知识和学习实践技能,提升他们的就业素养和择业水准,从而使其能够顺利对接岗位工作,适应社会生活,投身到社会发展与国家建设当中。

参考文献:

- [1] 蒋云波.基于就业导向的五年制高职市场营销专业建设思路[J].现代经济信息,2017(034):430.
- [2] 田淑波.“互联网+”视域下高职市场营销专业课程的教学模式创新研究[J].职业技术,2018,17(11):4.
- [3] 黄醒.以就业为导向的高职市场营销专业培养模式改革探讨[J].山海经:教育前沿,2020(9):1.
- [4] 郭静,蒋文全.新媒体视野下高职市场营销人才培养质量提升策略研究[J].中国商论,2020,No.823(24):191-192.
- [5] 陈艳庆.“互联网+教育”背景下高职院校教学模式研究——以市场营销专业课程为例[J].长沙通信职业技术学院学报,2020,019(001):101-104.