

职业能力导向下高校市场营销专业教学策略优化分析

王雨韩

(贵州商学院, 贵州 贵阳 550003)

摘要: 随着职业教育改革深入, 高校市场营销专业教学模式应得到进一步优化, 教师要积极引入新的育人理念、授课方式, 以此更好地引发学生兴趣, 强化他们对市场营销专业知识的理解, 提升其应用水平, 以此促使其职业能力进一步发展。鉴于此, 本文将针对职业能力导向下高校市场营销专业教学策略展开分析, 以期能够全面提升市场营销专业教学质量, 进而帮助学生养成良好的职业素养, 最终实现更好地成长与发展。

关键词: 职业能力导向; 高校市场营销专业; 教学改革; 策略探究

由于受到传统教育理念以及教学模式的束缚, 当前的高校市场营销专业教学往往是以理论知识传授为主, 实践能力培养为辅。这种教学模式直接导致市场营销专业学生理论知识水平很高, 而综合实践能力较弱, 无法适应现阶段社会经济发展的需求, 进而影响到学生未来的就业。因此, 以职业能力为导向, 加强对高校市场营销专业教学改革策略的探究, 有着极为重要的现实意义与价值。

一、职业能力导向下高校市场营销专业教学改革的意义

(一) 激发学生潜能

职业能力导向下, 高校市场营销专业教师开展实际教学工作时, 除了要重视对理论知识的教学外, 还应关注对学生实践能力的培养, 这样方可促使其形成正确的学习态度、职业观念, 促使其成长为综合性、创新型、职业型人才。同时, 高校市场营销专业还可以逐渐打造一个“学中做、做中学”的专业课堂, 让学生在增强自身市场营销专业知识储备的同时, 发展自身的知识应用能力, 从而有效激发学生潜能, 提升育人效果。

(二) 符合时代要求

现阶段, 市场营销的发展速度日新月异, 我国企业对市场营销类人才的要求也与日俱增。在这一背景下, 市场对专业人才的需求数量、质量大幅提升。同时, 我们可以看到, 针对市场营销专业人才的培养, 教师必须要关注对学生专业技能的培养, 这样方可更好地满足市场对人才的需求。在职业能力导向理念的影响下, 市场营销专业人才培养将得到大幅优化, 人才培养质量也会得到大幅提升, 从而有效培养出更多符合时代要求的优秀人才, 为社会经济的提升以及企业的发展提供充足的人才资源。

(三) 推动教育改革

结合当前的教学情况分析, 高校市场营销专业教学存在理论与实践分开的情况, 两者已经各自形成了一个独立体系。在日常教学中, 教师会结合教学目标、课程内容设计一些教学计划, 而对学生的专业知识讲解、技能传授略显不足, 这就导致学生很容易出现理论与实践“两层皮”的情况, 不利于学生综合实践能力的提升。通过将现代人才培养模式应用到市场营销专业教学中, 能够对以往的教学形式、方向进行改革, 为市场营销专业教学注入更多活力, 这也是推动教育改革进一步发展的必经之路。

二、高校市场营销专业教学现状分析

(一) 人才培养目标与市场需求相脱节

随着社会对多层次高技能人才需求的不断增多, 学生在学校除了学习本专业的基础课程外, 也会选择其他感兴趣的学科作为辅修课程, 对于很多其他专业类的学生来说, 本课程亦可以作为其选修课程或必修课程。实际上高校学生的培养目标主要面向各级企业、事业单位输送具有营销技能的人才, 在工作中主要从事面向市场营销计划的拟定、过程控制和结果评析以

及商品销售的组织与推销等相关工作。更应该紧紧把握基本理论与实际岗位操作相结合的原则, 并重点突出应用性。在学习完扎实的基础知识与掌握熟练操作能力之后, 接下来进一步提升学生在工作岗位中具有“是什么, 为什么, 怎样做”的综合素质能力的运用, 培养学生能充分应用基本理论知识来解决营销岗位中实际问题的能力, 真正意义上让学生摆脱书本, 从学校走向社会, 走向职业岗位, 实现校内课程教学中理论与校外实践操作的有机统一, 在社会中使学生整体素质得以提高。但是目前高校的课程教学目标的设置与社会需要人才的目标严重脱轨, 一味倾向于理论的传授, 向学生灌输书本知识, 教会学生“是什么”的知识, 而忽略“怎么做”的实际运用, 这样的做法根本解决不了工作中的实际问题。

(二) 教学模式比较固定单一

当前, 高校市场营销课程采取的教学方法依旧是传统的讲授法, 教师拿着一本教材在讲台上对学生进行授课, 台下的学生对于教师讲授的内容丝毫提不起兴趣, 学生和教师之间缺乏交流。教师负责讲, 学生负责听, 这样机械般操作让教师和学生之间是两个存在体, 不是一个互相交流、讨论的共同体。这样培养出来的学生不动脑思考、不动手操作, 终究被社会所淘汰, 这样填鸭式的教育很难引起学生的共鸣, 学生缺乏学习的积极性, 被迫式的学习很难让学生充分发挥主观能动性。此外, 市场营销专业学生进行实习课程所采用的教学方法也是缺乏实用性, 学生在到达实践场所之后, 教师对学生进行实际操作一遍, 在此基础上让学生进行自主练习, 这样单一的教学方法难以提高学生的操作技能, 学生不动脑思考, 只是一味机械式模仿教师的操作, 这样难以培养学生综合素质。

(三) 教学考核无法体现学生的综合能力

教学考核方法是一把双刃剑, 积极的一面它可以提高学生的兴趣与明确努力方向, 增强学生学习的自信心, 可以激发学生的学习积极性, 消极的一面它可以降低学生学习的效率, 减少学习的动力。传统的高校市场营销课程考核方法以结果性评价为主, 教师扮演着主要角色, 把试卷作为衡量学生能力的唯一标准, 降低学生自身参与感; 考核对象以理论知识为中心, 以试卷为载体, 缺乏对知识在岗位中的实际运用、实践能力等过程性考核; 教师片面注重学生的卷面分数, 也就是注重分数考核, 看不到学生在学习过程性中的点滴进步。这种考核方式会导致学生“死学书, 学死书”的局面, 导致学生的学习始终是围绕传统理论知识的掌握, 过于在意分数的高低, 而不在于能力的提高。在课程学习过程中, 学生缺乏独立思考的能力, 不会主动提出到企业真实营销活动中去体验, 对职业的规划也没有清晰的认识, 缺少去发现问题、分析问题, 并创造性解决问题的锻炼机会, 导致学生不会创造性运用所学的营销知识解决现实工作中营销问题。

（四）教师的社会实践技能有待提升

市场营销课程教师基本都是从学校毕业后直接进入学校当教师，没有真正接触过企业的真实岗位，对营销职业岗位、经济市场的了解也仅仅停留在书本、资料、网络。他们进入高校后，学校没有及时针对新进入的教师进行营销基础理论学习培训，导致新进入教师真正掌握技能的人数少之又少，甚至有些高校为了提高教师的学历层次，直接从高校引进经济类硕士研究生。绝大部分教师并不了解市场的行情，缺乏实践经验，不具备教授学生实践课程的能力。

三、职业能力导向下高校市场营销专业教学策略

（一）结合市场需求，明确课程教学目标

对于高校市场营销专业教学工作来说，教学模式的变化并非一蹴而就，需要教师不断循序渐进改变。在这个过程中，我们要把握好职业导向下的课程教学目标，明确育人方向，这样方可有效落实市场营销专业教学改革的策略。另外，在此互联网时代，为提升市场营销专业教学效果，教师应对信息技术加以引入，通过网络对市场展开调研，明确市场对市场营销专业人才的需求，以此树立一个明确的职业导向下的课程教学目标，保证育人方向的正确性。一方面，教师要深入对接行业、企业中，结合市场营销岗位的工作内容、岗位标准、工作流程等情况，与企业的相关人员、行业专业人员等针对职业导向下的课程教学目标、育人内容展开探讨，以此保证市场营销专业教学人才与岗位的契合性。另一方面，我们应转变之前的“重理论、轻实践”的教学理念，结合新时代背景下的育人特点，明确市场营销专业人才培养目标，力争培养出更多专业性强、技能掌握扎实的高质量人才。

（二）立足工作流程，优化专业课程体系

从客观角度分析，若想提升市场营销专业教学质量，必须要重视教学理论与实践的结合。因此，我们必须要在职业导向下的人才培养理念的引导下，以市场营销行业的工作流程为基准，搭建一个理实结合的实训课程体系，以此增强学生的学习效果、专业能力、综合素养，为其后续发展奠定坚实基础。具体来说，我们应结合市场营销行业的发展趋势和特点，打造一个包括基础知识教学、专业能力培养、前沿知识渗透的全方位一体化课程体系，积极引入前沿知识内容，突出市场营销专业实训课程的发展动态，让学生能够从教学内容中感受到时代性、趣味性，让他们在学习这些课程后，能够更为全面地了解当前市场对专业知识的应用情况，为其后续就业实践、工作创新打下坚实基础。

（三）组建双师团队，发展学生双创能力

职业能力导向下，高校市场营销专业教师在开展实际教学工作时，要重视对学生创新创业能力的发展，这样方可大幅提升人才培养质量。为此，高校需要着力构建一个更为完善、科学、合理的“双师型”教师队伍，为后续职业能力导向的高校市场营销专业教学工作开展打下坚实基础。在以往高校市场营销专业工作中，很少有教师会主动更新自己所掌握的知识，将理论转化为实践能力的水平也略显不足。此外，在校企合作活动中，学生的“师傅”虽有较强的实践能力，但知识的系统性并不完善，难以从更深层次对学生开展教学，不利于学生创新创业能力提升。针对此情况，高校可定期将教师送到企业进行交换学习，使其凭借自身专业知识帮企业解决一些生产中的实际问题。在这个过程中，教师会接触到很多新兴的技术、设备，这对其之后开展高质量教学有重大帮助。不仅如此，学校还可聘请一些企业优秀骨干到校兼任教师，让他们结合实际工作中的问题对学生开展指导，增强学生对专业知识的理解，促使学生创新创业能力发展。

（四）创设职业情境，实现教育与行业的对接

在职业教育领域中，市场营销课程是一门集社会实践与理论于一体的课程，它还是经济管理类的基础课程。在基于工作过程的市场营销课程情境教学模式下，可以促进学生多方面的发展，比如：实践技能操作能力、创新创造能力、团队协作能力以及学习理论知识能力等等，我国高校人才培养的目标与意义就是促进这些能力的发展。情境教学不仅仅有利于改善学生的学习态度，还将在促进学生全面发展上扮演着重要角色，有利于提高学校培养高质量高水平的学生。我们知道高校市场营销专业学生主要的学习目标是顺利就业，提高工作技能，这对于任课教师来说不是一件容易的事。也就是让学生提前了解职业生存的规则，提前适应工作岗位的职业要求，提前熟悉工作环境，让学生在充分准备的情况下进入工作单位，这是至关重要的，而情境教学将是教师宝贵的教学经验。培养学生解决工作岗位存在的营销问题，在工作中遇到问题，能自己分析问题并有效解决问题，提高自身营销能力，这些实施是情境教学目标。而在目前很多学校仍然处于闭门造车状态，与社会的接触性不高，无法了解企业营销岗位的真实流程。同时国家倡导培养高素质的技能人才，满足社会对人才的需求，这无疑对于任课教师来说是一项艰难挑战。如何培养高素质的社会主义经济市场营销人才，笔者认为情境教学是培养学生综合素质能力的必要措施。

（五）开展校企合作，增强学生实践能力

企业需要发挥自身的地理优势，无论是学生培训还是教师培训都显得十分便捷。一方面，地方政府发展特色产业发展地方经济，另一方面，政府需要促进地方高校打造特色专业，结合地方办学特色。因此，高校在与企业签订合作意向时，应该更多地考虑地方企业。对于校企合作模式开展人才培养方面企业参与的较少，企业合作意识本就不强，共同开发资源的意识更是匮乏，企业与学校合作共同开发资源，以往校企合作模式中，订单班的学生大多以企业的人才需求来培养，但是校内实训基地培训的学生则是以学校的培养方案为主。这就需要企业和学校合作，针对校企合作的专业，共同设置课程，研发教材，设置教学实践占比等。一方面，加强双师型教师培训，针对双师型教师培养，运用好校企合作这一平台，企业给教师提供实训机会以及场地，企业对于教师培训承担主体地位。学校与企业良好的合作机制，企业接收教师进行参观培训、顶岗锻炼；学校培养出优秀的教师再反馈于学生培养。校企之间加强联系，利用寒暑假等假期，教师可以向一线实践经验丰富的技工请假，学生和教师一起在企业实训，实现校企双赢。

四、结语

综上所述，若想提升职业能力导向下高校市场营销专业教学实效性，我们可以从结合市场需求，明确课程教学目标；立足工作流程，优化专业课程体系；组建双师团队，发展学生双创能力；开展校企合作，增强学生实践能力等层面积极探索，促使高校市场营销专业教学质量提升到一个新的高度，为社会培养出更多优秀的、高水平的市场营销专业人才。

参考文献：

- [1] 吴萍. 需求导向的市场营销专业学生职业技能培养模式研究[J]. 柳州师专学报, 2020, 30(5): 109-112, 116.
- [2] 孙喆. 以就业为导向的市场营销专业职业教育教学改革研究[J]. 人力资源管理, 2019(10): 285.
- [3] 曾美芬. 市场营销基于以职业为导向的实践性教学模式分析[J]. 现代经济信息, 2020(1): 393-394.