

校企合作模式下的市场营销教学改革新探讨

杨海燕

(S. C. EDU Guangdong Guangzhou 510000)

摘要:校园就是培养更多人才的基地,高校当中的教学模式需要不断的更新,市场营销专业同样如此。在众多高校当中,市场营销专业都是非常重要的组成部分,实用性非常强,满足社会发展过程当中所提出来的要求。许多高校在进行人才培养的过程当中,通过应用校企合作的模式,进一步提高教学的水平和效率。因此,本篇文章主要对校企合作模式之下的市场营销教学改革进行认真的分析,希望能够为进一步提高教学效率等多个方面提到一些参考和帮助。

关键词:校企合作模式; 市场营销; 教学; 改革;

Abstract: Campus is the base for cultivating more talents. The teaching mode in colleges and universities needs to be updated constantly, and the same is true for marketing majors. In many colleges and universities, marketing major is a very important part, the practicality is very strong, to meet the requirements in the process of social development. In the process of talent training, many colleges and universities can further improve the level and efficiency of teaching through the application of school-enterprise cooperation mode. Therefore, this article mainly makes a serious analysis of the marketing teaching reform under the school-enterprise cooperation mode, hoping to mention some reference and help to further improve the teaching efficiency and other aspects.

Key words: school-enterprise cooperation mode; marketing; teaching; reform;

通过对市场营销中心进行认真的分析,发现其最大的特点就是实用性较强。校园在进行市场营销知识教学过程当中,不仅需要理论知识加强关注,还需要将理论与实践进行充分结合。应用校企合作的模式,深入了解企业人才质量要求,为学生提供更多机会,接触企业的岗位,大幅度提高学生的职业素养。基于此,本文下面主要对校企合作模式下市场营销教学改革展开深入的探讨。

1、校企合作模式的分类

首先,引进来模式。此项模式就是企业由社会引进到校园当中,换句话说,就是企业将一部分生产阵地放入到校园之内,为学生提供实习岗位,这样学生在学习的过程中,就可以将理论与实际相结合,走出课堂、进入到岗位当中去。通过二者的更好结合,帮助学生加深对学习知识和内容的理解和记忆。

其次,互聘模式。主要指的就是企业与校园之间实现互动,校园聘请企业当中的技术人员作为讲师,进入到课程内容过程当中去,向学生去讲述工作技巧以及相关的经验。另外,企业也会聘请专任教师,来到企业当中进行课程讲解,传授更多专业的知识,提高工作人员的素养。

最后,订单模式。在此模式当中,学生再无就业问题。学生进入到校园之后,在学习的过程当中进入到岗位当中进行实习,当学生毕业之后,结合学生真实的学习情况,企业会优先考虑是否将其聘用到企业当中进行工作,成为正式员工。

2、校企合作模式之下市场营销教学改革的意义

2.1 符合市场营销实践性要求

校园在人才培养的过程中,对学生的职业性是非常重视的,市场营销作为实践性较强的一门学科,在实际教学过程当中,对这一点同样非常重视。因此,在实际教学过程当中,校园与企业的教育需要进行充分的融合,通过校企合作模式,帮助人才进一步提高自己的素养以及提升教师的教学质量,也帮助企业增加收益^[1]。

2.2 把握人才培养方向

职业学校在发展过程当中,在教学目标制定时,与普通高校教育之间有很大的不同,尤其是人才培养方面,对实践就是非常关注,希望能够进一步提高人才的职业素养。因此,将校企合作模式加入到市场营销教学过程当中去,更好把握人才培养的实际方向,保证

院校当中所培养的人才完全符合企业发展过程当中所提出来的要求。

2.3 推进院校市场营销教学改革

校企合作模式主要就是将校园当中的理论与企业当中的实践进行充分结合。众所周知,企业的产业发展与市场运行状态,二者之间有密不可分的联系,校企合作可以帮助校园对市场发展方向全面了解,利用企业的产业影响,培养更多的专业人才,为企业更好发展注入新鲜的血液,也为企业的产业创新打下基础^[2]。

3、校企合作模式之下市场营销教学当中存在的问题

3.1 并未制定出高效的管理机制

校企合作模式下,需要企业与校园之间有更多默契,达到平衡关系,想要真正实现这种关系,就需要制定出更高效的管理机制。但是经过了解之后发现,一些校企合作模式办学的高校,并没有制定出高效的管理机制。校园与企业在正式合作之前,会签订一份合作书,合作书当中的主要内容就是对双方合作关系进行规范,但是问题就在于,许多校园没有与企业签订这样的一份合作书,这样双方的活动内容以及相关规范性就没有办法得到保证。还有一些高校与企业之间虽然签订合作书,也设置出专业负责部门,但是却存在较多细节方面的问题没有办法得到解决,例如:因为市场营销专业较为复杂,其中包括较多的内容,但是因为管理机制的缺乏,所以出现细节方面的众多问题,也没有办法对校内岗位进行合理规划与设计。相关的负责部门也出现敷衍、马虎的态度,工作出现形式化问题。由此可以看出,管理机制的缺失,导致校企合作的效果、质量不断下降^[3]。

3.2 校企双方并未良好互动

校企合作主要就是校园与企业之间的良好沟通与互动,实现二者统一,才能够保证出现双赢的局面。但是一些校园在应用校企合作模式办学的过程当中,并未与企业之间进行更好沟通与互动,虽然说二者之间达成共识与合作,但是却不愿意以主动、积极的态势与高校之间进行交流,这样的合作态度,无法起到更好效果。众所周知,企业在发展过程当中,最终的目标就是获得更多的经济效益,所以一些企业认为在与校园合作的过程当中,并没有获得更多利益,双方合作浮于表面;校园市场营销教学经过多年的发展,已经有了更为丰富的工作经验,也有自己的方法。主要就是由于校园与企业

之间并没有进行良好的互动,所以对校园市场营销教学方案并不是十分了解,高校也无法明确企业发展过程中所提出来的要求,所以培养出来的人才没有办法符合企业内部所制定出来的岗位要求^[6]。

3.3 教学方法当中存在问题

校企合作模式当中企业是非常重要的“角色”,占据关键位置,但是在教学过程当中,老师依旧是主力,学生主要学习更多专业知识。教师教学的过程当中,需要对自己的教学方法进行仔细分析,因为市场营销专业最大的特点就是实践性强,因此,在教学的过程当中,老师需要将理论知识进行详细讲述,而且还需要与学生之间进行良好沟通与交流。但是一些教师在教学期间,只是自顾自的进行知识讲解,并没有留给学生更多思考的时间以及实践动手的机会,这样的教学模式与校企合作模式并无太多关系和联系。教学过程当中存在的问题必然会对学生更好的发展带来阻碍^[7]。

3.4 学生学习态度问题

校企合作模式之下,校园在市场营销教学为学生提供更多的福利,企业在校园的内部为学生提供实践的机会,学生通过实践,也掌握更多的技能。但是有些学生因为自己的学习态度不端正,所以出现敷衍、马虎的态度与心理,并没有更好去珍惜自己实习的机会。在实习的过程当中,也并未本着认真、负责的态度,有些同学甚至认为即使不认真学习,毕业之后也能够进入到企业当中进行工作,成为企业当中的工作人员。正是因为学生自身的学习态度不端正,所以企业无法在校园当中找到更为合适、恰当的专业人才,如此一来,企业便会慢慢对校园失去信心,不愿意与校园在进行良好合作^[8]。

4、校企合作模式下市场营销教学改革方法

4.1 加大教师团队建设的力度

众所周知,企业当中的工作人员有非常丰富的市场营销经验,而且他们与校园当中的学生相比较,社会经验也特别丰富。校园在教学过程当中,可以将这部分的资源进行合理的使用,例如:邀请企业内部的工作人员来到学校,为学生们传递市场营销过程中所积累到的经验,拓宽学生的知识面以及眼界。当学生进入到企业当中进行岗位实习的时候,面对自己所遇到的问题,也可以邀请企业当中的工作人员给予指导,更好的去解决问题,进一步提高学生的职业素养。学生进入到企业当中进行实习的时候,老师还需要以定期的方式,来到学校当中,为学生进行理论方面的指导,帮助他们学习更多理论方面的知识。通过教师来到企业当中对学生理论知识方面的传授,企业当中的工作人员也能够学习到更多知识,提高工作人员的工作能力和理解能力,而且对提高他们的技术能力也会有所帮助。那么当企业中是工作人员的工作能力得到提高,在对学生的指导的过程当中,也可以真正做到理论与实践的相结合,对学生起到引导的作用。校企合作模式的实施,不仅对校园当中的学生给予更多的帮助,而且也会提高企业工作人员的素养。因此,校园当中的教师需要进一步提高自己的素养,只有这样,才能够保证自己在指导的过程当中更为专业,帮助学生市场营销知识学习的过程当中学习到更多实践知识和理论知识^[9]。

4.2 更新校企合作模式

校园当中的市场营销教学模式需要真正做到与时俱进,不断更新,站在专业的角度,将实践与理论结合作为重点,提高学生的动手能力。具有传统特点的教学方法,主要将理论教学作为重点,这样的教学方法,导致学生的实践能力偏弱,只有学生走入到工作岗位当中去,之后才能够进行实践。新时代的背景之下,许多企业为了能够降低人才培养的成本,不仅需要人才进入到岗位当中就可以满足岗位当中所提出来的要求,还需要专业人才有较高的综合素养。因此,在市场营销专业教学的过程当中,需要将时代性真正呈现出来,保证所培养的人才完全满足企业发展过程中所提出的要求。因此,在校企合作模式下进行市场营销教学,需要大力的培养学生的实践能力。老师站在实践的角度,为学生营造出更好的学习环境

与氛围,鼓励学生们以主动、积极的态度参与到市场营销内容学习过程当中去。另外,老师还可以将学生分为不同的学习小组,让他们针对于相关的营销场景进行角色扮演^[10]。

此外,实训也能够帮助校园当中的学生进一步提高自己的实践能力,校内实训和校外实训是实训方法当中最重要的组成部分。通过应用实训的方法,对学生展开教学,可以帮助学生对市场营销专业加深了解和认识,提高学生的竞争意识。校内实性主要是让学生在校园之内完成制定的项目和相关目标或者是在虚拟的环境当中接受训练;校外实训则是学生进入到了企业当中去,将自己做个企业当中的员工,进入到工作过程当中去。通过实训训练,学生就能够更深入去理解和认识市场,研究理论知识^[11]。

4.3 教学考评工作

在教学管理过程当中,教学考虑是非常重要的组成部分与内容,不可忽视和小觑。通过制定更为完善的教学管理制度,将教学考核作为教学质量衡量的标准,对学生负起十分的责任,同时,也是进一步提高教学效率最有效的方法。校企合作模式之下,教学考核需要结合学生学习的情况,不断去完善相关制度,例如:采用定期的方式,安排实践教学课程,由企业当中的工作人员承担,当实践课程结束之后,再由他们对学生的实践能力进行考核,最终将相关分数记录到期末当中去。这样学生对于自己的学习真实情况就会有所了解。对于那些成绩优异的学生,在其即将毕业的时候,就可以优先为这些学生提供相关的工作,从而激发出学生参与到实践课程当中的积极性^[12]。

结束语:

总之,经过认真分析和了解之后,高校市场营销教学过程当中还存在着一些问题,例如:并未制定出高效的管理机制、教学方法传统、落后等等,所以学生的实践能力偏弱,没有办法得到有效的提高,想要培养出完全符合企业发展过程中需要的人才非常的困难。因此,需要对市场营销教学改革加强关注与重视。在校企合作模式之下,展开市场营销教学,加大校内实训基地建设的力度,将校企合作模式真正的落到实处,推进市场营销实践教学可以高质量的展开,从而为企业、为社会培养出更多素质高、工作强的复合型人才。

参考文献:

- [1]王钰.引入“校企合作”探索中等职业学校市场营销教学改革[J].科教导刊,2022(11):26-28.
 - [2]刘丹.面向市场营销实训课程教学的高职院校校企合作深度合作模式研究[J].教育信息化论坛,2020(12):15-16.
 - [3]罗飞云.项目导向下校企合作模式在技工院校市场营销教学中的应用研究[J].营销界,2020(29):76-77.
 - [4]傅程华.校企合作模式下的市场营销教学改革探索[J].产业与科技论坛,2020,19(13):152-153.
 - [5]王辉,詹志方.校企合作模式下的市场营销教学改革研究——以《市场调查》课程为例[J].读与写(教育教学刊),2016,13(03):75-76.
 - [6]柏萍.校企合作模式下的市场营销专业教学实践探讨——以与莱尔丹控股有限公司的校企合作为例[J].职业,2017(19):18-19.
 - [7]宁玉梅,李龙.应用型高校市场营销专业教学改革研究——基于校企实践教学合作模式[J].现代商贸工业,2019,40(24):178.
 - [8]黄吉丽.校企合作模式下市场营销专业教学改革的思考——以《客户关系管理》课程为例[J].现代经济信息,2018(18):423-424.
 - [9]卢晋.刍议校企合作模式下的市场营销人才培养——以职业院校为例[J].中国市场,2018(16):144-146.
 - [10]张荻.基于校企合作模式下高职院校市场营销专业教学改革探究[J].科技经济市场,2018(02):146-148.
- 作者简介:杨海燕,女,1986年10月1日,汉族,福建省莆田市,硕士,自营企业主,S.C.EDU,研究方向:市场营销/英语教学。