

高职市场营销专业校外实践教学基地建设研究 ——以广州城建职业学院市场营销专业为例

张 羽

(广州城建职业学院 广东广州 510000)

摘要: 伴随着经济社会地快速发展,社会上对于应用型人才的需求越来越大,尤其是市场营销型专业人才十分紧缺。高职教育作为为社会输出技能型、专业型人才的摇篮,也因此迎来了重要的发展机遇期。高职院校市场营销教学的重点不应该放在理论教学上,而是给予实践教学更多的倾斜。但是,目前很多高职院校的校外实践教学现状并不理想,本文就以广州城建职业学院市场营销专业校外实践教学研究为例,认真分析了其中存在的不足与问题,并有针对性地提出了改进措施,希望具有一些借鉴意义。

关键词: 高职院校;校外实践;教学基地;建设

近年来,伴随着我国市场经济地快速发展,一个企业不仅要有质量上乘的产品,更需要有专业的市场营销人才进行推广,从而提升销售量、销售额,为企业赚取更多的利润。因此,市场营销人才在社会上的紧俏度不言而喻。我国在职业技术教育方面投入了很多,成立了多所高等职业技术学院,为社会应用型人才的培养奠定了基础,但是与德国等职业教育相比,我国缺乏一套完善的实践教学体系,培养出来的学生实践能力无法满足企业的需求。校外实践对于提升高职院校教学质量有着极大帮助,更有助于学生在实践中拓展思维能力、创新能力。本文就以广州城建职业学院以市场营销专业为例,对其外实践教学基地建设的相关问题进行探讨。

一、高职院校市场营销专业相关概述

1.1 高职院校市场营销专业培养人才的目标

众所周知,市场营销专业在本科教育、高职教育中都会设置,但是体现的人才培养目标是不同的。本文论述的高职市场营销专业要培养的当前社会中各类企业需要的市场营销技能,能够真正从事于营销一线解决各类实际问题,同时具备相应的市场拓展、管理创新能力。相比本科市场营销专业课程设置,高职市场营销专业的课程设置要更加凸显实践特点。按照实践的场地不同,一般将实践教学划分为校内实践教学及校外实践教学两类,校外实践的效果要远远好于校内实践。因此,本文主要研究高职院校市场营销专业校外实践基地的建设相关问题。

1.2 校外实践教学基地的建设对于高职市场营销专业发展的意义

总体来说,校外实践基地是高职院校市场营销专业教学必备的场地。要想学好市场营销技能,就需要以就业为导向,让学生在课外实践基地充分体验课本所需的理论知识,在营销一线实践中遇到问题、分析问题及解决实际问题,将市场的情况摸清,仔细策划营销内容、渠道,并付诸于实践,真正构建教学研一体化的实践教学基地。在这个过程中,可以提升学生的动手操作能力。在学校与校外企业共建中,不仅仅可以超越在校内课堂中的实验演示、虚拟仿真模拟实践等教学环节的作用,能够更加使得学生感受真实就业环

境,真正提升自己的工作经验的就业能力,为后续走出校门投身社会后的职业发展奠定坚实的基础。

二、当前广州城建职业学院市场营销专业校外实践教学现状及存在问题

2.1 广州城建职业学院市场营销专业教学现状

目前,广州城建职业学院的市场开发与营销专业要培养的人才目标就是能够真正掌握市场营销的基础知识技能,并具备一定的市场调研与预测、一线营销与管理、谈判推销、策划执行等能力,能够在各类企业中更好地开展市场工作的高端应有型人才。开设的课程主要包括市场营销实务、市场开发、网络营销、终端营销等课程,鼓励学生考取高级营销员资格证、助理营销师证等。该学院市场营销专业的特色亮点在于建立了让学生能够自主经营自负盈亏的市场营销实训室,这个实训室成为了营销专业毕业生的创业孵化基地,在教学的过程中多采用“课堂+实训基地+课堂+实训基地”的模式,将一体化贯穿教学始终。目前,该学院已与娃哈哈集团等10余家知名企业共建了校外实训基地。

2.2 广州城建职业学院市场营销专业校外实践教学存在问题

尽管广州城建职业学院在校外教学实践基地建设上已经取得了一定的成果与进步,但是依然存在问题严重制约了该专业学生的发展。本文通过问卷调查法、面对面访谈法,对全校215名学生进行了调研,收回有效问卷达200份,有效回收率为93%。具体发下问题如下:

校外实践基地的范围窄。从对学生的调查发现,由于该学院合作的校外实践基地数量少、范围窄,可供学生选择的较少,无法真正兼顾到学生与家庭、学校的距离便利性。同时,大多企业都是一些食品制作销售企业,跨行业、跨领域的实践基地比较缺乏,学生的实践机会并不多。第二,企业提供岗位无法真正提升学生的专业能力。由于企业和学校所站立的角度不同,学校与企业合作的目的在于提升学生的实践能力,提升市场营销教学效率和质量,但是企业更多关注学生在其岗位上创造的价值利益,由于学生空有理论知识,没有实际的工作经验,加之,实训时间紧张,进行简单培训后,

就给安排到流水线、搬运货物、后勤打扫、办公室行政等岗位上,他们不愿意在学生身上倾注心血,更不愿意培养他们真正的营销技能,与学生在学校学习的专业结合的并不紧密,或者并不能从事重要的营销业务。同时,受制于企业的发展阶段,对于学生的实训接受还会受到销售淡季、旺季的影响。第三,很多企业与学校的合作也并不稳定。由于学生受到学校、企业的双重管理,都管但也都管不好,一旦出现学生不服从企业安排,甚至出现巨大的工作失误让企业蒙受损失,就会丧失实践机会。学校在与企业共建校外实训基地的积极性不高,缺乏相关的培养计划,没有真正去挖掘、联系与学校市场营销专业相匹配的企业,存在合作一次就不再合作的现象。第四,学生一旦进入了校外实践阶段,学校就以为企业进行了管理,再对学生的管理就会放松,甚至不再过问,导致学校对于学生在企业中的专业表现、工作态度、学习情况等都不掌握,甚至会造成一些不可挽回的影响。尤其是市场营销专业的教师在学生校外实训期间,缺乏与学生的有效沟通、实践指导,两个阶段处于“两张皮”,缺乏有效连接,学生在对市场营销课本理论知识实践验证的过程中,存在疑惑无法向老师求证,导致实践能力提升的效率非常慢。

三、高职市场营销专业校外实践教学基地建设的有效对策

3.1 认真仔细甄选校外实践基地,与企业共同确立培养营销人才目标

广州城建职业学院要重视起校外实践基地建设,深刻认识到做好校外实践对于学生学习、就业的帮助性,在拓展校外实践基地方面下大力气。要在充分了解全国各个知名企业、潜力企业现状的基础上,进行仔细研判、分析、审核,真正选出与该学院市场营销专业培养人才目标相匹配、有一定实力的企业,要涉及全国各区域、各行业、各领域,不能将建立校外实训基地当作任务来完成,要真正使得学生在校外实训中有所收获。同时,还要立足于学生的实际情况,帮助学生选择实训基地。在与合作企业进行对接谈判的过程中,首先要明确学生的实践岗位都有哪些,要商定好绝不能将学生分配到与市场营销不相关的岗位上,作为实践教学基地的企业,必须提供与实践学生专业相匹配的岗位,这样才能达到完成实践教学任务的基本要求。此外,企业要明确具体的负责人对学生进行实训管理,并配好相关市场营销的实践指导人员,与学校共同研究制定实践活动任务计划,确保学生能够在营销实践中验证书本知识。企业还要为学生提供多种类型的实践岗位,以锻炼学生的市场营销基础实践能力入手,逐步提升学生营销技能,甚至可以留下学生在本企业实现就业。

3.2 丰富校外实践模式,共同培养营销人才

学校在与各企业进行合作的过程中,可以通过多样化、多类型的模式来合作。第一,可以鼓励学校市场营销专业的教师定期与校外合作的企业进行沟通联系,组织学生到企业进行参观、听讲座,或者参与企业的一些推销活动比赛、演讲比赛等,与企业保持良好的关系,双方建立信任后再构建合作型的校外实践基地。第二,当

地政府构建起高校、企业的合作桥梁、平台。学校要通过政府部门,了解当地的经济战略布局、重点扶持企业,然后与相关企业合作,建立校企合作基地,以当地发展企业实际,培养所需的营销人才。第三,通过学校与企业共同进行培养,严格按照企业对营销人才的要求进行培养,让学生在毕业之后,可以打消就业顾虑,直接进入合作企业就业。

3.3 做好学生管理,鼓励教师参与实践教学

学校与企业合作要做好学生在校外实训期间的管理。首先,学校要与校外实践基地构建起良好的互动沟通交流机制与平台,对学生的日常表现进行动态反馈,验证年初实践任务计划,并进行学生的工作表现总结。由于市场营销专业学生相比其他专业,性格要更加的开放、活泼一些,因此要更加注重纪律额管理,通过奖惩并举的措施加强学生的管理,并将学生的表现放到每个学生的实践档案中,作为毕业考核的关键指标。同时,学校市场营销专业的老师要跟随学生到校外实践基地进行挂职,不仅可以强化与企业的联系,提升教师的实践教学能力,还能真正让学生在实践中随时指导学生、管理学生。学校可以将教师到校外实践基地挂职作为教师评职称、晋升的关键考量因素,真正激发教师投入实践教学的积极心。此外,学校应定期对校外实践教学基地进行检查评估。对不能满足实践教学要求的,应会同实践教学基地及时整改,对于实践教学效果好的单位应该给予奖励。

四、结语

综上所述,校外实践基地的建设对于高职院校市场营销专业学生的实践能力、创新能力、就业能力的培养至关重要。但在具体的实践中会遇到各种各样的问题,需要学校认真仔细甄选校外实践基地,与企业共同确立培养营销人才目标,丰富校外实践模式,共同培养营销人才,做好学生管理,鼓励教师参与实践教学,只有学校、企业有机结合,才能实现高职市场营销人才的培养目标。

参考文献:

- [1]陈曦,张亚玲.高职市场营销专业基于实训基地的实践教学体系建设方案探讨——以广西电力职业技术学院市场营销专业为例[J].广西轻工业,2009(04):155-157.
- [2]王东红,薄彩香.市场营销专业校外实践教学基地建设研究[J].山东纺织经济,2013(07):92-108.
- [3]王盐生.应用型市场营销本科专业校企合作校外实训基地建设探讨[J].现代商贸工业,2020(46):90-91.
- [4]刘娟,朱陆华,沈佳.应用型本科高校市场营销专业校外实训基地管理研究——基于供应商关系管理的视角[J].理论前沿,2017(03):61-67.

作者简介:张羽,男,汉族,四川阆中人,讲师,主要研究方向:市场营销

广州城建职业学院科研课题(课题编号:2020XQHZ05)阶段性成果