

市场营销专业“1+X”证书人才培养模式探究

夏小荣

(西安培华学院 陕西西安 710125)

摘要:我国社会和经济不断向前发展,对市场营销专业人才的要求和标准也在不断升高,在市场营销专业市场发展的背景下,教育部门提出了“1+X”证书制度,并对如何进一步培养市场营销专业的高质量人才制度进行改革优化,本文就针对目前我国高职院校的市场营销专业人才的培养中出现的问题,提出一些浅显的看法,为解决问题,采取了“1+X”证书制度的措施,希望对促进人才培养模式的改善提供一些现实意义。

关键词:市场营销;“1+X”证书制度;人才培养;改进措施

引言:2019年国务院印发《国家职业教育改革实施方案》,正式启动“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点(以下简称“1+X”证书制度试点)工作,标志着深化产教融合制度创新的一种新方式的诞生。我国正面临着全面建设社会主义现代化国家新征程的第一个五年,目前的产业结构正处于改革升级阶段,为能准确掌握现阶段的发展目标,就需要提高行业专业人才的质量,对重点行业紧缺型人才的培养要加快脚步,深化职业教育产教融合的发展^[1]。对此,就必须加快对“1+X”证书人才培养制度的发展进程,本文就以市场营销专业人才培养模式为例,对人才培养中出现的问题进行探讨,并提出一些解决措施,更好地促进我国职业教育的发展,提高对市场营销行业输出的人才的质量。

一、目前我国市场营销专业人才的培养模式中出现的问

题,在我国市场营销专业人才培养模式仍然存在着许多问题,要想提高市场营销专业人才的质量,就必须找到教育和培养过程中所出现的问题,对问题进行研究,才能找到解决方法,确保之后市场营销专业人才的培养的进程可以不断得到推进。

(一)市场营销专业培养目标设置不合理

高职院校市场营销专业人才的培养目标的制定步骤是十分复杂的,但是归根结底,还是为了学生毕业后能实现高质量地就业。根据调查,每年市场上对市场营销专业的人才需求量是很多的,但仍然有很多毕业生说自己找不到工作或者找不到心仪的工作,追究其原因,很大成分在各个高职院校的市场营销专业对市场所输出的人才质量不达标,能力还不够强劲,还未达到用人单位的要求,这也恰恰说明了一个问题,就是目前很多高职院校的市场营销专业的培养目标设置存在不合理的现象,而不合理的目标会导致培养出的学生同质化现象严重,学生的技能水平也不达标,在就业竞争中当然就缺少优势。

(二)市场营销专业课程体系设置不合理

社会和经济的快速发展,让用人单位对市场营销专业的人才要求也越来越高,随着发展速度的不断加快,不止数量要求上有所增加,更重要的是人才质量上也要高标准要求。求职市场需求的不断变化,让市场营销专业的学生需要学习和掌握的专业相关知识也在不断发生变化,这就要求了各高职院校对市场营销专业所设置的课程体系也要不断随之改进优化,要做到合理和与时俱进。目前许多高职院校的市场营销专业人才培养模式还比较传统陈旧,尤其是在课程体系的设置上,对重视理论知识的课程科目设置的数量多,而同样重要的实践相关课程设置的数目却很少,这样不合理的课程体系会导致学生在学习上重理论,轻实践,而到了求职时,弊端就会显露,比如职场上实践经验不足,实战经验缺少,严重的甚至是只会纸上谈兵,在就业竞争时十分不利,实践能力不达标,还没有属于自己的特色,缺少优势^[2]。

(三)产教融合度低,评价缺少权威性

目前很多学校都有着产教融合度低的问题,许多高职院校采用的是校内‘双师型’教师再加上校外企业兼职教师的模式来进行学生管理和教学,而在实际执行时,却要面临着企业兼职教师常常以线上直播和线下开设讲座的形式,而企业兼职教师的数量又比较少,这种学徒式教学很难做到对多数量的学生进行仔细教学,企业教师任务又多又累,对学生教学的热情也很难保持。另外,我国许多高职院校对人才培养的评价方式也比较传统,采用的企业评价权威性不够,而我国的院校考核主要依靠学校和企业,再加上有的学校由于地域局限,合作企业的水平也有高有低,对于学生实际操作等技能水平的评价结果也会有很大的不同^[3]。

二、“1+X”证书人才培养制度的必要性

(一)为高职院校专业发展提供方向

“1+X”证书制度最大的特点就是破解了目前我国职业教育的最大问题,职业教育直接服务社会的参与度不足,“1+X”证书制度明确指出高职院校设置专业要满足社会需要,人才培养模式的实行也要与企业进行紧密联系交流,提供了一条校企合作,产教融合的道路。

(二)为专业人才培养目标进行精确定位

“1+X”证书制度中“X”就代表着职业技能等级证书,“1+X”证书制度就是要增强人才的职业技能水平,并满足市场需求,进而提高高职院校毕业学生在就业市场中的竞争力和学生之后人生的可持续发展能力。“1+X”证书制度的实行,为各高等职业院校提供了职业技能等级证书的教学框架,各学校专业可以根据教学框架来制定合理的人才培养目标和教学内容,也让教师的教学目标更加清楚,学生对自己未来职业发展规划更为清晰。

(三)深化产教融合发展

“1+X”证书制度是促进产教融合更高深度发展的必然需求。在实行“1+X”证书制度的时候,社会培训和评价机构组织就可以按照用人单位的具体岗位需求,把技能方面的要求融进证书评价与考核的内容里,这样就可以帮助参加技能训练考试的学生学习到就业市场真正所需要的技能技术,在一定程度上实现了岗位要求与技能训练相对接,体现了“1+X”证书制度的本质,是为校企合作,产教融合发展而服务。“1+X”证书制度可以加紧学校和企业之间的交流与联系,让学校和企业之间进行人才培养的信息交流,明确人才培养目标,改良专业课程体系,加强师资力量,提高培养的人才质量,让学校培养的人才能真正适合企业的要求。

三、如何有效地进行市场营销“1+X”证书人才培养

在市场营销专业高质量人才需求量的时代背景下,各高等职业院校对市场营销专业人才的培养已经迫在眉睫,对人才的培养模式也要做出改善和优化,如何有效进行政府提出的“1+X”证书人

才培养模式,本文就从合理设置培养目标和课程体系,深化产教融合,着重增强学校的师资力量等多方面进行研究和分析。

(一)合理设置培养目标

教育部门和各高职院校对市场营销专业的人才培养目标应当是与现代发展需求和市场需求相匹配的。因为随着就业市场的不断变化,对从业人员的要求也在不断发生变化。这就要求了市场营销专业的人才培养一定要基于大量的市场调研,让培养目标是与市场需求相符合的,让学生毕业后就业更容易,同时,也让培养的人才有特色,不会同质化,在就业竞争时失去自己的优势。各高职院校应合理设置培养目标,结合地方特色,根据市场需求,在人才的培养过程中,不断汲取经验,让培养出的市场营销专业人才既能符合市场需要,又能有着自己的特色,这样高质量的人才才是各用人单位所需要的。

市场营销专业“1+X”证书制度的意义在与培养高质量的专业人才,这也应该是各高职院校市场营销专业的人才培养目标,其中,对制度中的证书的职业技能培训不是和专业教学相互排斥独立的,而是要将职业技能的学习融入到人才培养内容里。高等职业院校可以根据职业技能等级证书的框架来进行培养目标的设置,例如结合学生目前的知识和技能水平,和市场营销专业市场的需求来设置会计证件的课程,营销师资格证件的课程还有英语方面,计算机方面的课程等等,各高职院校应该明确对学生的培养的目的是实现学生的高质量就业,为使学生学习的知识和技能是与市场营销行业市场的需求是相吻合的,各院校市场营销专业需要对市场营销专业人才的培养目标进行重新定位,根据教育部门的教学标准和制定的教育目标,重新合理设置人才培养目标,改善培养内容大纲和教学方法,让学生对未来的职业发展规划也更加清晰^[1]。

(二)合理设置课程体系

对各职业院校目前的市场营销专业所设置的课程体系进行改善和重新规划。高职教育要重点突出职业素质和技术能力的培养,在设置市场营销专业的课程体系时,要以提高专业素质水平和技能能力为重点来进行设置。

例如,采用“1+X”证书人才培养模式时,要在市场营销专业的课程体系中更加突出营销专业就业资格证考试、营销专业研究生考试等课程,优化课程体系,为学生就业提供更多的选择,提高就业率和就业质量,各院校还可以结合市场营销行业的特点,按照市场目前对专业高质量人才的数量和质量要求来设置课程体系,构建‘书证融合’的课程体系和教学内容,还可以多多设置一些与市场营销创新能力有关的课程,市场营销专业课程体系的设置要体现“X证书”的概念。在教材选择上,要选择市场营销实践经验丰富,广受之前教师和学生好评的教材,如果没有合适的教材,可以鼓励教师进行自备讲义,教育部门也可以不断对市场营销专业的教材进行改革创新。课创新程体系的设置要做到保证专业基础课程和核心课程的质量,也要做到用人单位岗位与课程技能证书相互融会贯通。同时,校企还可以借助“1+X”的模式,开展课程搭建,联合开发创新优质课堂,将传统的专业基础课程与目前的新技术课程相结合,改善教学内容和教学方法等方面。

(三)提高产教融合度,推动校企合作

我国职业教育的办学特色就是校企合作,产教融合。深化产教融合程度就要求参与的机构组织要多元化,教学方式达到多元化和课程内容也要做到多元化。特别是目前实行“1+X”证书制度的各高职院校既有着制度上的优势,也有着教育部门给予的财政上的支撑,就更要积极和市场营销行业相关的各机构组织,各企业和培训

组织多多进行交流沟通和信息共享。各高职院校还可以结合“X”证书的模式,和合作的企业共同建设‘新特色班级’,推动市场营销专业的招生计划逐渐向市场营销行业发展中缺少的高质量人才方向倾斜^[2]。

例如,推行“1+X”证书人才培养模式,充分利用‘校企合作,产教深度融合’的政策优势,继续大力建设高职院校和企业的命运共同体。各个试点院校的市场营销专业可以根据本校的学校特色和专业的培养目标,深入分析市场对人才的需求情况,主动与条件相符合的企业进行合作,学校和企业市场营销专业对人才的数量和质量上的需求,人才如何培养,岗位所需要的技术和能力,科学技术能力和创新能力等多个方面来进行讨论,并一起在不断摸索中实现校企合作和高度的产教融合度。

在培养师资力量方面,各高职院校也要格外留意。决定“1+X”证书制度下职业教育质量好坏的关键就在于标准化师资队伍的建设与否。各高职院校要建立起懂得如何将理论与实践相结合的高质量水平的师资队伍,各学校的市场营销专业在招聘教师时,可以格外关注该教师的实践操作能力,这关系着教师是否注重对市场营销专业学生的实践能力的培养,或者多多引入一些市场营销相关的专家前来开设课堂或讲座,开拓学生的知识面和眼界,招聘一些企业级别的市场营销专家来为学生进行实地培训和开设实践操作课程,让学生有机会得到更深层次的训练。各学校还可以对教师进行培训或深造,通过各学校之间的交流学习,让教师之间进行经验交流,可以取长补短,通过企业等标准化机构组织的深度培训,提高教师的教学水平和技术能力水平,加强学校的师资力量,为培养市场营销专业更高质量的人才提供一些支持。

总结:为进行人才培养,提高人才质量水平,我国各高职院校做出了不少努力,就目前市场营销专业就业市场的需求情况来看,很多高职市场营销专业所培养的人才还不足以满足市场营销行业市场的要求,所以就更要对人才培养模式进行探索和尝试,国家就颁布了“1+X”证书制度,为各高职院校的市场营销专业如何更加合理地设置培养目标和内容,如何重新构造教学体系,如何提高产教融合度,推动校企合作,如何提高学校的师资力量等方面提供了支持。“1+X”证书制度的实施有利于提升学生的专业技术能力,还可以提高学生的就业竞争力,保证自己在就业时有自己的特色,不会同质化,将职业技能证书融入到人才培养模式中,提高学生对职业技能培养的重视程度,提高市场营销专业人才的质量。

参考文献:

[1]黄文君,厉宗萍.“1+X”证书制度下网络营销专业人才培养模式探究[J].营销与人才培养(老字号品牌营销).2021第11期.

[2]夏喜莲,施政,张春花.高职市场营销专业人才培养模式探究[A].湖北开放职业学院学报.2021第34卷第03期.

[3]牛利芳,刘树文,宋丽韬,计雄飞,韩芳蕾.基于“1+X证书”制度下标准化人才培养模式探析[A].标准科学(学术研讨).2021第09期.

夏小荣:(1980-),女,研究生,汉族,陕西西安人,副教授,研究方向为农村经济、企业管理、市场营销等。

课题项目:陕西省教育科学“十四五”规划2021年度一般课题

课题名称是:“1+X”证书制度背景下应用型本科营销专业人才培养模式创新研究 课题编号:SGH21Y0338