

协同产业视阈下高职市场营销专业人才培养质量评价体系研究

王 悦

黑龙江职业学院 黑龙江哈尔滨 150080

摘 要:在当前全球经济一体化进程加速、市场竞争愈发激烈的背景下,高职市场营销专业所培养的人才质量,已经直接关联到整个产业的兴衰与企业的核心竞争力。面对这一挑战,从协同产业的宽广视角出发,设计并实施一套既科学又全面、且不失客观的人才培养质量评价体系,对于全方位提升市场营销专业人员的综合素质、深化其职业能力,具有极为深远的战略意义。鉴于此,本文深入剖析了协同产业核心理念,并以此为基础,系统探讨了高职市场营销专业人才培养质量评价体系的构建方式,旨在为培养更多适应市场需求、具备高度竞争力的市场营销专业人才提供有力的理论支撑和实践指导。

关键词:协同产业;高职;市场营销;人才培养;评价体系

市场营销专业,作为一门应用性、实践性极为突出的学科领域,其人才培养的质量不仅直接关联到每一位学生的个人职业发展规划与实现,更在深层次上对企业的市场竞争优势构建以及整个产业的健康、可持续发展产生着至关重要的影响。鉴于这一重要性,在协同产业这一更为宽广且动态的视阈下,如何科学合理地构建一套既紧密贴合市场需求、又能够全面、客观、准确地反映出学生综合能力与素质的人才培养质量评价体系,无疑成为了当前高职市场营销专业教育改革与发展中亟待解决的一项关键性课题。这一体系的构建,不仅要求教育者深入洞察市场趋势与产业需求,更需创新评价方式与方法,以确保所培养的市场营销专业人才能够真正满足行业发展的实际需求,为企业竞争力的提升与产业的繁荣发展注入源源不断的活力。

1. 高职市场营销专业人才培养问题

当前高职市场营销专业人才培养面临着多方面的挑战与问题,这些问题不仅制约了教育质量的提升,也影响了学生未来的职业发展。首先,教学理念相对落后,许多教育机构仍主要采用灌输型教育模式,这种传统的教学方式往往忽视了对学生主动性和创新能力的培养,导致学生缺乏独立思考和解决问题的能力。其次,教学方法陈旧,过度依赖黑板和粉笔等传统教学手段,这种单一的教学模式不仅限制了学生的发散思维和潜力发挥,也难以满足现代市场营销专业对多元化学习方式的需求。再者,教学内容滞后,理论与实践严重脱节,课程之间缺乏统一协调,使得学生在面对实际市场问题时往往束手无策,难以将所学

知识有效应用于实践中。此外,教师队伍中普遍缺乏具有丰富实践经验的教师,他们对营销理念的认识大多停留在理论层面,缺乏对市场动态和消费者心理的感性认识和亲身体验,这在一定程度上影响了教学质量和学生实践能力的培养。最后,评价体系单一,过分强调考试成绩,忽视了对学生综合素质和职业能力的全面评价,导致培养出的学生可能具备较高的理论水平,但在实际操作、团队协作、创新思维等方面却有所欠缺,难以满足企业对市场营销人才的多元化需求。因此,针对上述问题,高职市场营销专业人才培养模式的改革与创新势在必行。

2. 协同产业视阈下高职市场营销专业人才培养质量评价体系构建原则

2.1 科学性原则

评价体系应当坚实地建立在科学的理论与方法之上,这意味着在构建评价体系时,需要充分借鉴教育学、心理学、统计学等多学科的研究成果,确保评价工具、评价标准和评价流程的科学性和合理性。只有这样,才能最大程度地确保评价结果的客观性和准确性,避免主观臆断和偏见对评价结果的干扰。科学性原则还要求评价体系具备可验证性和可重复性,即不同的评价者在相同条件下对同一对象进行评价时,应能得到相对一致的结果。

2.2 全面性原则

评价体系应当具有全面性,能够全面覆盖学生的专业知识掌握程度、职业能力发展状况、综合素质水平以及创新精神等多个维度。这要求评价体系不仅要关注学生的学

业成绩,还要重视学生的实践能力、团队协作能力、沟通表达能力、问题解决能力、领导力以及道德品质、文化素养等综合素质评价。同时,评价体系还应鼓励学生展现个性,挖掘潜能,激发学生的创新精神,确保评价能够全面、真实地反映学生的能力和素质,为学生的全面发展提供有力支撑。

2.3 实用性原则

评价体系应紧密贴合市场需求和产业特点,确保评价结果能够真实反映学生的职业能力和市场适应性。这意味着在构建评价体系时,需要充分了解行业发展趋势、企业用人需求和岗位技能要求,将这些因素融入到评价标准和评价指标中。通过实践导向的评价项目,如模拟营销项目、市场调研报告、客户沟通案例分析等,来检验学生的实际操作能力和解决问题的能力。同时,评价体系还应注重与企业的合作,邀请企业专家参与评价,使评价结果更加贴近市场实际,为学生的就业和职业发展提供有力保障。实用性原则强调评价体系的实践性和应用性,旨在培养具有市场竞争力的高素质市场营销人才。

3. 协同产业视阈下高职市场营销专业人才培养质量评价体系构建方式

3.1 跟踪营销业态发展建立评价体系

高职院校在培养市场营销专业人才的过程中,应当始终保持对营销业态发展变化的敏锐洞察力,将市场需求和产业特点作为评价体系构建与调整的核心依据。这意味着,评价体系不应是一成不变的静态框架,而是一个需要随着市场环境的变迁而不断进化、优化的动态系统。高职院校应定期收集并分析市场营销行业的最新动态,包括新技术的应用、消费者行为的变化、市场竞争格局的演变等,这些都将对市场营销专业人才的能力和素质提出新的要求。

例如,随着大数据和人工智能技术的普及,营销活动越来越依赖于数据分析和智能决策,因此,评价体系中应增加对数据分析能力和数字营销技能的评价指标。同时,高职院校还需深入了解企业的用人需求和岗位技能要求,确保评价体系能够真实反映学生的职业能力和市场适应性。比如说,如果企业普遍强调团队协作和跨文化沟通能力,那么评价体系中就应包含对这两项能力的评估,如通过团队项目合作、跨文化营销案例分析等方式来考察学

生的实际应用能力。高职院校应确保评价体系与产业发展保持同步,不断调整和完善评价内容、评价标准和评价方法,以培养出既具备扎实专业知识,又拥有良好职业能力和市场适应性的市场营销专业人才,为企业的市场竞争和产业的可持续发展贡献力量。

3.2 基于学业成绩构建多元化人才培养质量评价指标

高职院校在构建市场营销专业人才评价体系时,应当注重合理设置必修课与选修课在学业成绩中的占比,以全面、准确地反映学生的专业知识掌握情况。必修课作为市场营销专业的基础框架,涵盖了市场营销理论、市场调研、营销策略、消费者行为学等核心课程,是构建学生专业知识体系的基石。因此,在评价体系中,必修课的成绩应占据相对较大的比重,确保学生能够扎实掌握市场营销的基本理论和方法。然而,随着市场营销业态的不断发展和市场需求的多样化,选修课的作用也日益凸显。选修课不仅能够拓宽学生的知识面,增加学生对市场营销新兴领域、前沿技术的了解,还能够激发学生的兴趣和潜能,培养学生的创新思维和个性化发展。

例如,针对当前大数据和人工智能在市场营销中的广泛应用,高职院校可以开设数据分析和智能营销等选修课,让学生在掌握基础知识的同时,也能紧跟时代步伐,提升职业竞争力。

3.3 围绕综合素质加强人才培养

高职院校在构建市场营销专业人才评价体系时,应当充分认识到综合素质评价的重要性,将文体素质、学业素质和思想道德素质等关键要素纳入评价范畴,以全面、客观地反映学生的全面发展情况。文体素质作为综合素质的重要组成部分,不仅关乎学生的身心健康和审美情趣,还能够培养学生的团队合作精神和领导力。

例如,通过组织市场营销策划大赛、辩论赛、文艺晚会等活动,可以考察学生的创新思维、团队协作能力和表达能力,这些能力在市场营销领域同样至关重要。因此,在评价体系中,文体素质的表现应得到适当的权重,以鼓励学生积极参与各类文体活动,提升自身综合素质。学业素质自然是评价学生专业知识掌握情况和学习能力的重要指标,包括课程成绩、学术论文、实习实训表现等。这些评价项目能够直观反映学生的学习态度和学术水平,是评价学生是否具备扎实市场营销专业知识的重要依据。此外,

思想道德素质也是不可忽视的评价维度。市场营销专业人才不仅需要具备扎实的专业知识和良好的职业能力,更需要具备高尚的职业道德和社会责任感。因此,评价体系中应包含对学生思想道德品质的考察,如通过志愿服务、社会实践活动等方式,评价学生的社会责任感、诚信意识和团队合作精神。

3.4 采用全方位、多元化的评价方法

在市场营销专业人才的培养过程中,评价体系的设计应当多元化,旨在促进学生的全面发展。自我评价是评价体系中不可或缺的一环,它鼓励学生进行自我反思和自我评价,通过定期撰写学习总结、设定学习目标、评估学习成果等方式,帮助学生深入了解自己的学习状态和能力水平,从而培养自我认知和自我提升的能力。

例如,学生可以在每个学期末撰写一份个人成长报告,反思自己在市场营销理论学习、实践能力提升、团队合作等方面的进步与不足,并据此制定下阶段的学习计划。教师评价则侧重于从专业角度对学生的课堂表现、作业完成情况、项目参与度等进行客观评价,提供有针对性的指导和建议。教师应关注学生的个体差异,采用多样化的评价方式,如课堂问答、小组讨论、案例分析报告等,以全面了解学生的学习情况,并及时给予反馈。比如说,在市场营销案例分析课程中,教师可以通过学生提交的案例分析报告,评价学生对市场营销策略的理解和应用能力,同时指出报告中存在的问题,提出改进建议。

又例如,同行评价则是通过团队合作和项目实践等方式,让学生相互评价,这不仅有助于培养学生的合作精神和团队意识,还能让学生在互评过程中发现他人的优点和不足,从而取长补短,共同进步。比如说,在市场营销策划大赛中,学生需要分组进行市场调研、策划方案制定和展示汇报,小组成员之间可以相互评价对方的贡献度、创新思维和团队协作能力,这种评价方式能够增强学生的集体荣誉感和责任感,提升团队的整体表现。

3.5 推进校企合作实现评价与产业需求对接

高职院校在市场营销专业人才的培养过程中,应当积极推进校企合作,将营销职业技能鉴定与学校市场营销专业人才培养评价相互融合,以培养出既具备扎实理论知识,又拥有高超职业技能的高素质市场营销人才。具体而言,通过与企业建立紧密的合作关系,高职院校可以为学生提

供丰富的企业实习和项目合作机会,让学生在真实的市场环境中深入了解市场需求和产业特点,从而在实践中不断提升自己的职业能力和市场竞争力。

例如,高职院校可以与知名营销公司合作,共同开展市场营销策划、品牌推广、客户关系管理等项目,让学生参与到项目的策划、执行和评估全过程,通过实际操作来加深对市场营销理论的理解和应用。在此过程中,企业可以根据学生的表现进行职业技能鉴定,将鉴定结果作为学校人才培养评价的重要依据之一,从而确保评价体系的科学性和实用性。同时,企业也可以为学生提供实践机会和职业指导,帮助他们更好地适应市场需求,提升就业竞争力。企业专家可以定期到学校进行讲座和培训,分享行业前沿动态和实战经验,为学生提供职业规划建议,帮助他们明确职业发展方向。此外,企业还可以设立奖学金、实习岗位等激励措施,吸引更多优秀的学生参与到校企合作中来,共同培养符合市场需求的高素质市场营销人才。高职院校应积极推进校企合作,将营销职业技能鉴定与学校市场营销专业人才培养评价相互融合,通过企业实习、项目合作等方式,让学生在实践中提升职业能力和市场竞争力,同时为企业提供优质的人才资源,实现学校、企业和学生的共赢发展。

4. 结语

综上所述,协同产业视阈下高职市场营销专业人才培养质量评价体系的构建,无疑是一项既复杂又艰巨的任务。它要求评价体系不仅具备科学性、全面性和客观性,能够真实、准确地反映学生的专业知识掌握程度、职业能力发展状况、综合素质水平以及创新精神等多维度能力,还需紧密贴合市场需求和产业特点,确保评价内容与产业发展同步,为学生未来的职业发展奠定坚实基础。为此,高职院校必须勇于担当,不断探索和创新评价方式和方法,将自我评价、教师评价、同行评价等多种评价方式有机结合,形成多元化的评价体系。

参考文献:

- [1] 陈孝驴. 协同产业发展与高职市场营销专业人才培养有效融合研究 [J]. 教学指导, 2021(04): 15-16.
- [2] 林有玉. 协同产业发展背景下高职市场营销专业人才培养模式改革与实践 [J]. 当代教研论丛, 2020(01): 85-86.
- [3] 郁树梅. 协同产业发展视角下的高职市场营销专业

人才培养路径探究 [J]. 课程资源, 2021(09): 12-13.

[4] 夏浩钧. 协同产业发展背景下高职市场营销专业人才培养质量评价体系构建 [J]. 兰州教育学院学报, 2020, 36 (02): 90-94.

[5] 沈建峰, 巴登尼玛. 协同产业发展背景下高职市场营销专业人才培养模式研究 [J]. 社会科学, 2022, 44 (03):

108-118.

课题项目:

黑龙江省教育厅教改课题, 编号: JGZY20220235, 课题名称: 协同产业发展下的高职市场营销专业人才培养质量评价体系构建研究。