

校企合作视角下市场营销专业教学模式创新

徐建伟

湛江科技学院 广东湛江 524575

摘要: 校企合作是如今高校教育中非常重要的一个方向, 以此为基础对各个专业教学模式进行创新, 有助于提升学生的实践能力, 让他们成长为更符合企业需求、符合社会发展的人才, 有更好的就业前景。本文立足市场营销专业, 分析在校企合作视角下, 这一专业教学模式的创新。本文首先简述了校企合作, 其次概述了市场营销专业教学, 最后提出了四种教学模式, 分别为: 实践教学模式, 翻转课堂教学模式, 理实一体化教学模式以及研究性教学模式。希望通过对这些教学模式的分析, 给市场营销专业教学提供一些帮助, 提升高校教育质量, 培养出更多的优质人才。
关键词: 校企合作; 市场营销专业; 教学模式

Innovation of Marketing Teaching Mode From the Perspective of School-enterprise Cooperation

Jianwei Xu

Zhanjiang Institute of Science and Technology, Zhanjiang, Guangdong 524575

Abstract: School-enterprise cooperation is now a very important direction in college education. On this basis, the innovation of various professional teaching modes is helpful to improve students' practical ability, so that they can grow into talents more in line with the needs of enterprises and social development, and have better employment prospects. Based on marketing major, this paper analyzes the innovation of the teaching mode of marketing major from the perspective of school-enterprise cooperation. This paper first briefly describes the school-enterprise cooperation, then summarizes the teaching of marketing specialists, and finally puts forward four teaching modes, which are: practice teaching mode, flipped classroom teaching model, theory and practice integrated teaching mode, and research teaching mode. Through the analysis of these teaching modes, we hope to provide some help for marketing teaching, improve the quality of college education and cultivate more high-quality talents.

Keywords: School-enterprise cooperation; Marketing major; Teaching mode

引言:

校企合作是一种新的教育模式, 可以实现学校和企业的共赢。双方通力合作, 让人才培养的方向更加明确, 同时让学生有机会以及平台对自己所学的知识进行应用。在高校市场营销专业教学中, 将校企合作落实到位, 有利于提升教育成效。是针对校企合作的视角下的这一专业教学模式创新问题, 做重点且全面的分析, 有重要的现实意义。

一、校企合作

校企合作的两个主体分别是学校以及企业, 旨在让

这两个主体充分合作, 有针对性地为企培养人才, 以此提升人才培养的实用性与时效性, 这种模式十分注重培养人才的质量, 不仅关注学生的在校学习, 还重视他们在企业中的实践, 让学校和企业的资源以及信息可以共享^[1]。

这种模式适应社会和市场的需要, 学校可以根据企业的反馈与实际需求, 对自身的教育活动以及人才培养模式进行调整, 有针对性的培养人才。充分结合市场导向, 在培养人才的过程中, 将实践技能当做一个要点, 以求学生能更好地满足社会需要。在这种模式下, 学校以及企业是双赢的状态, 双方可以实现优势互补, 节约教育与企业成本。

二、市场营销专业教学概述

这一专业重点培养的是学生在管理, 法律, 策划,

作者简介: 徐建伟 (1995.8—), 性别: 女, 民族: 汉, 籍贯 (省市): 辽宁省朝阳市, 学历: 硕士研究生, 职称: 助教, 研究方向: 公共事业管理。

文案, 市场营销等方面的知识与能力^[2]。这一专业中涵盖的课程比较多, 比如《管理学》, 《微观经济学》, 《宏观经济学》, 《公共关系学》, 《广告沟通》, 《服务营销》。学生在毕业之后可以从事市场调研, 营销, 管理等多个方面的工作。这一专业至关重要, 市场营销人员是各个企业尤其是大型企业必不可少的人才。在这种背景下也能够看到这一类人才面临的竞争是非常激烈的, 而且这种势头在未来会越来越猛烈。非常营销学是非常实用的一个专业, 在如今市场经济逐步完善, 作为独立经济实体的企业以及公司不能离开市场营销人才, 但是在社会不断发展的背景下, 也应该明确, 企业对市场营销人才的要求越来越高, 拥有实际营销能力的毕业生供不应求, 但如果自身的能力较弱, 在职场上也是很难生存的。

三、教学模式创新

1. 实践教学模式

要让校企合作能够顺利推进, 彰显自身的价值, 学校和企业一定要通力合作。对于学校而言, 应积极调动企业参与进来的积极性。因为很多企业在校企合作中表现得并不积极, 他们认为自己需要的是能够立即上岗的员工, 但是很多学生在入企实践的时候还不具备较强的实践能力, 所以无法满足企业的实际工作需求^[3]。此学校方面需要积极采用实践教学模式, 让学生在学校的实践中就能得到充分的实践能力锻炼。

一方面, 在市场营销专业教学的过程中, 要求所有老师抓住一切机会锻炼学生的实践能力, 必如在课堂教学的过程中, 可以设置一个实践类的情景, 让学生置身情景去思考问题, 用自己所学的知识解决实际问题, 而不是只停留在书本, 停留在理论上。比如在《市场营销导论》中, 就可以给学生提供一个案例背景, 要求他们利用所学知识给这个企业制定适合他们发展的营销组合策略。也可以在教学的过程中采用案例教学方法, 不断地给学生提供鲜活的实际的案例, 让学生结合案例来理解所学的理论知识, 这样也可以在一定程度上增强学生的实践意识。毕竟学生才是自己学习的主人, 老师在课堂上只能加以引导, 课堂之外的时间, 学生能否合理利用, 这是决定学生能否在学习过程中实现实践能力的大踏步提升的一个重要因素^[4]。值得注意的是, 在课堂中让学生实践的时候, 一定要多给他们提供一些场景, 以激发学生的学习积极性。比如在这一课程中可以设置专业基础素质训练, 让学生进行一分钟的自我推销。可以进行个人品牌策划训练, 要求学生将自己视为人才市场上的一种产品, 结合自己的特点给自己设计一个个人品牌, 并提出推广方案。

另一方面, 学校应积极做好牵头工作, 打造实训基地或者校内外实践基地, 给学生提供丰富的实践能力锻

炼平台, 也让老师的实践教学有更多的选择。比如校内的实践基地, 有专门供学生锻炼自己实践能力的场所, 以《网络营销与推广》这一课程为例, 就可以提供平台让学生自己进行模拟训练, 选择自己要营销的网站, 模拟开展推广活动, 制定营销与推广计划^[5]。不同的模拟项目可以由不同的老师来负责, 学生在完成计划之后可以提交, 老师来审核, 给出意见。另外要积极和校外企业合作, 构建校外实践基地或者平台, 让学生能在真实的工作环境中锻炼自己。如鼓励学生组成社团, 可以在校内安排专门的老师带领这些社团一起和企业合作, 完成相应的项目, 比如广告策划或者客户关系管理等。

2. 翻转课堂教学模式

市场营销专业教学模式的创新是为了培养更多优质的人才, 让学生能更契合企业的需求, 这样也能顺利推进校企合作。在这种背景下, 探索教学模式的创新核心点就在于锻炼学生的能力。而在传统教学模式下, 教师讲学生听练习的时间比较少, 而翻转课堂教学模式则不同, 这种模式强调了学生的主体地位, 强调让他们自主学习。学生需要在课前自学, 在课堂上和老师以及自己的同伴针对本节课的内容做深入探讨。因为学生在课前已经进行了自主学习, 所以在课堂上节省了非常多的时间, 分享自己的自学成果, 同时提出疑问, 大家共同商讨。可以看出在这样的教学模式下, 学生的自主学习能力, 分析问题以及解决问题的能力都可以得到充分的锻炼, 而这些就是学生在入企实践过程中需要具备的。

在这种模式下, 教师需要在课前给学生提供完备的课件或者微课视频供他们自学, 这在信息化时代下很好实现。比如在《产品开发与促销》这一门课程中, 就可以将产品开发的基本知识与开发流程, 产品开发设计规划与知识产权促销的基本原理等基础知识用微课视频或者课件提供给学生。课堂上让学生分享自己的自学成果, 以检验他们的学习成效。节省的时间可以用来进行模拟实训, 也可以引入一些案例引导学生一起分析, 增强他们的学习体验感^[6]。

在这种教学模式下, 能够贯彻课堂教学讲授少而精, 精讲多练的教学原则。有力的锻炼学生的各项关键能力, 让他们在入企实践时有很好的表现。

3. 理实一体化教学模式

众所周知, 在教学的过程中, 理论与实践应该是同等重要的, 但是这两个部分内容如何安排? 是广大教育工作者一直在探索的。理实一体化教学模式就是在这种背景下出现的, 这种模式从根本上来看, 即重视理论与实践, 旨在突破以往理论与实践相脱节的现象。不过, 不同于以往讲一节课或者多节课理论, 再来开展实践。在理实一体化这种教学模式下, 教学环节相对集中。而且要求教师在教学的过程中发挥自己的主导作用, 设定科

学的教学任务以及目标,让学生以及老师都能在课堂上一边学习理论,一边实践。课堂上理论和实践是交叉出现的,理论和实践的交替,直观和抽象的交错,并不会固定一种模式,比如先实后理或先理后实,在最大限度上做到理中有实,实中有理^[7]。这是这种模式最大的特点。而通过这样的教学模式,学生的动手能力和专业技能都能在课堂上得到充分的锻炼,而且学生的学习兴趣会被极大的激发。如此一来,便可以给校企合作落实以及推进打下坚实的基础。

比如在《产品开发与促销》这一课程中,当讲到“产品开发的原则”这一章的内容时,就可以选择一个案例,穿插讲解。比如“元气森林气泡水案例”带领学生一起分析为何在市场上已经有诸多碳酸饮料的前提下,元气森林还能冲破重重阻碍,获得较大的市场份额。一边分析案例,一边讲解理论知识,让学生了解影响产品开发的因素,产品开发的原则等。在分析的过程中还可以不局限于这一案例,当讲到某一个理论知识点时,如果学生有其他自己觉得比较好的案例也可以分享出来。让学生真正做到将理论和实践融合,学习理论知识时,脑海中自动对标各种实际案例。

这种教学模式对于培养学生而言,最大的优点就在于学生在学习理论知识的时候,可以积极将其放在实际市场中加以考虑,尽最大努力让学生不要用学生思维来看待问题。在教学时不断地强化学生的这种思维,当他们入企实践的时候,也会有更强的解决问题的能力,而不是一出现问题只能说出一堆理论。

4. 研究型教学模式

在校企合作的视角下,针对市场营销专业教学模式进行创新,就要先明确校企合作必然是一种双赢的模式,学校和企业都将在这种模式下获益。对于学校而言,和企业合作之后,学生有了更多锻炼自己能力的场所以及机会,对于企业而言,他们需要的是能够立即上岗的高质量的人才,所以学生一定不能还一直持有“自己是学生,事事要人教”的心态,因此,在教学时,应该激发自己的学习主动性,让他们主动在在“干中学”,不断提升自己的各项关键能力,而这就是研究型教学模式。

在这种教学模式下,教师在设计课堂教学活动时一定要凸显“探究”“研究”“自主”这几组词。学生在课堂上学习的时候,不能只依赖老师给自己讲解所有的内容,而应该有一定的探索欲望。对此,教师可以多采用提问导学这种教学方法落实研究型教学模式。比如《市场营销导论》中的“目标市场营销模式”,在教学的时候就可以不断的提问,比如市场细分的概念是什么,作用是什么?方法是什么?消费者市场和企业市场细分的标准及有效细分的条件是什么?不要市场选择的策略以及影响是什么?市场选择的因素和评估细分市场标准是

什么?不断的提问,用多个问题启发学生的思考,让他们在学习的过程中时刻掌握着主动权。此外,在课堂教学的过程中,还应该给学生提供充足的探究机会,比如设置各种探究问题,打造探究型课堂。同样以这一课程的教学为例,当讲到“品牌与包装策略”这一部分知识时,就可以给学生提供几个产品,让他们以小组为单位自主探索品牌与包装策略。这样的探究活动能锻炼学生的自学意识以及善于观察事物的能力。再如《产品开发与促销》,在教学的过程中可以让学生进行模拟公司组建训练。自由组合,两人以上合作自愿申报组建公司,上报材料包括公司名称,性质,注册资金来源说明等。完成了一些基础内容展示之后,将重点放在新产品上市策划上,学生需要通过目标市场分析设计,选择适当时机,适当价格市场等,设计一个具体的实施方案。设计完成之后在课堂上分享自己的方案,大家互相提意见,老师再做针对性分析。

这样的教学模式会让学生的学习热情非常高涨,因为他们能通过大量的训练获得更多的成就感,从而对市场营销专业课程有更浓厚的学习兴趣,积极锻炼自己的各项关键能力,更好地契合社会发展以及企业的需求。

四、结束语

总而言之,在校企合作视角下,探讨市场营销专业教学模式创新是非常必要的。高校需要正确认识校企合作的价值,并积极对市场营销专业教学模式进行创新,围绕学生各项能力的提升,调整现有的教学活动,让学生用积极主动的态度以及饱满的热情学习这一部分知识,进而提升教学成效,落实校企合作。

参考文献:

- [1]刘双.校企合作背景下的高职院校市场营销专业教学改革探讨[J].中外企业家,2019(31):160.
- [2]赵梅芳.工学交替校企合作教学模式改革探索——以高职市场营销专业为例[J].产业与科技论坛,2019,18(19):131-132.
- [3]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.
- [4]王金虹.市场营销专业校企合作导师制教学改革与实践[J].教育现代化,2019,6(21):73-74+77.
- [5]顾芳菲.校企合作背景下的高职院校市场营销专业教学改革研究[J].中外企业家,2019(04):202.
- [6]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.
- [7]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.