

大连财经学院市场营销专业与链家应用型人才 培养机制创新研究

——基于产学研融合的协同育人模式

张凯旋

大连财经学院 辽宁大连 116000

摘要: 营销环境日新月异, 市场营销工作在实践中推陈出新的变化速度是管理类工作中节奏相对快的, 这就要求营销岗位的从业人员所具备的知识体系的更新和应用技能的提高也要与时俱进。地方本科院校立足于当地经济培养应用型人才的目标被广泛认可, 大连财经学院市场营销专业为实现这一目标, 积极与大连链家展开合作, 探讨产学研融合、协同育人的新模式, 形成自身的教学特色和人才培养特色。

关键词: 市场营销; 应用型人才; 产学研融合; 协同育人

一、产学研融合的影响与意义

产学研融合给地方本科院校提供了发展思路, 2017年习近平主席提出要深化产学研融合。产学研融合不仅是让学生在在学习理论知识的同时增进实践技能, 更是学校与产业在培养应用型人才过程中的高度耦合, 使校企双方一体化发展。产学研融合没有局限于校企双方在人才培养、实践能力提高等领域的合作, 而是以学生应用型能力培养为核心和发展立足点, 学校为行业中的供给链培养人才, 行业为学校发展提供切实方向。

1. 培养符合社会发展的应用型人才必经之路^[1]

地方本科院校数量众多, 在科技和研发等知识技能类相关领域难以与其他高等院校相比, 地方本科院校的学生有自己的特色和优势, 在社会实践领域的发展别有洞天。产学研融合使得学生可以在专业基础知识不断积累的过程中, 尽可能的获得社会实践锻炼, 通过社会和产业发展考验, 才能让学生充分发挥自身特色, 成长为符合社会发展要求的应用型人才。社会经济基础的建设离不开新生力量, 产学研融合作为新时代的产物, 学生如何才能抓住时代发展快车, 利用好产学研融合的发展机遇, 成长为对社会发展、国家富强做出贡献的当代应用型人才, 是当代地方本科院校学生应着重思考的问题。

作者简介: 张凯旋(1995.5—)女, 汉, 山东省滨州市, 大连财经学院, 辽宁省大连市助教, 硕士研究生, 产学研融合, 协调育人。

省级课题: 大连财经学院与链家市场营销专业应用型人才
培养机制创新研究——基于产学研融合的协同育人模式

校级课题: 基于校企合作的应用型人才培养的“链家”
教学案例开发

才, 是当代地方本科院校学生应着重思考的问题。

2. 时代背景下地方本科高校发展的必然要求^[2]

中国正以稳定良好的态势步入“十四五”, 高校发展的外部环境更加多元化, 把握好时代发展机遇, 充分发挥自身优势, 才能在激烈的高校竞争中形成自己的教育特色, 稳步发展。地方本科院校在科技科研方面实力相对较弱, 不具备竞争优势。产学研融合的提出为地方本科院校提供了符合时代发展的新方向, 地方本科院校应积极转变战略目标, 制定符合自身特色的发展方案, 建设学校发展五年规划。落实产学研融合发展道路, 切实地为学生提供社会实践教育平台, 出台具体的改革措施, 提供相应物资保障。

3. 形成推动产业现代化转型升级的新生力量

供给侧改革对产业供应链提出了更高的要求, 产业质量提高的背后是人才源源不断地供给。软实力持续上升, 产业整体发展水平才能稳步提高。产业和高校的发展目标、理念并不一致, 发展的立足点都是培养具有理论基础知识和实践能力的应用型人才。因此产业要在宏观角度上积极应对地方本科院校发展转型, 与高校进行多方位融合, 为高校人才培养提供机会, 指明社会人才需求方向。产业与高校的合作不能局限于某一企业或环节, 从长远发展目标出发培养适合产业整体发展的人才, 避免企业“自闭症”和“孤岛现象”。

二、产学研融合协同育人模式下应用型人才 培养问题分析

1. 部分学生思想滞后, 排斥应用型人才 培养模式

中国的高等教育是逐步从精英化转向大众化的, 在

从“腰鼓型”向“金字塔型”转变的过程中，大众观念尚未转变，大学生依旧是精英的代名词。

学生在这种思想的影响下也排斥高校中的应用型人才培养，简单的将应用型人才看成是技能培养，比科研型人才低一等。社会的发展离不开各类人才，应用型人才不存在与科研型人才相对比的情况。高校应该积极与家长和学生共同参与到人才培养过程当中，共同鼓励学生向应用型人才发展，转变固有的观念模式，让学生明白工作因人而异，适合自身发展的工作才是好工作。

2. 协同育人处于起步阶段，校企双方融合层面较浅^[1]

地方本科院校制定的培养方案是针对众多产业而言的，并不是为了将学生融入进某一特定产业，这就使得学生在进入特定产业时缺少相应的专业知识，需要进入产业，由企业导师带领学习，传授实践技能和产业知识。正是这种知识体系上的“不完整”，在一定程度上促成了高校与产业联合培养的契机。

协同途径上，校企合作基本处于共建实习实训基地的层面，难以进一步深化。校企间合作目的不同、思维方式不同等等，都导致了高校与产业间沟通不畅。

协同方式上，主要是进行学生专业实践实习、毕业实习。培养方式单一，不利于学生形成重视实习、重视实践能力培养的观念。学生对实习的轻视甚至是偏见，极易导致校企双方合作不顺利。

3. 教师实践教学技能有待提高，缺少考核管理机制

现阶段教师教学理念仍有欠缺，对自身实践技能的重视程度较低，无法在学生进行实践实习时给与全方位的指导，片面认为学生实践技能应由企业培养或者学生自己在实习中逐渐养成。

教师自身实践能力较差，不善于给学生进行实践培训，实践教学教法有所欠缺。学生在实践基地获得的企业培训需要教师进行辅助实践教学。辅助教学不应被教师忽略，积极形成新的教学方法和体系，充分与企业实践教学相融合，对学生进行联合培养。

三、大连财经学院市场营销专业产学研融合创新研究

链家是房地产经纪行业中的佼佼者，业务范围涵盖整个房地产交易流程，涉及法律、房地产经纪等诸多专业领域，是进行产学研融合的优质合作对象。大连财经学院市场营销专业与大连链家于2018年首次展开协同育人合作，联合培养符合房地产经纪行业的市场营销应用型人才。

1. “双导师”制保障师资力量

在学生联合培养过程中采取“双导师”制，由校方

和企业分别指定一名实习导师，对学生进行实习指导，同时要求校内导师在指导过程中，积极与企业导师相联系，不断提高自身实践能力和实践教学方法。校内导师的任命在一定程度上也可以提高教师对学生实践能力培养的责任感，为教师实地进行实践辅导提供平台。

2. 学分转换激励机制

大连财经学院市场营销专业学生在第七学期正式开始专业实习，展开联合培养，培养时间基本涵盖第七学期。学生在大连链家的实习可以通过学分置换方案，将其在百胜的实习转换为学校的课程培训，在进行应用型人才培养同时，不影响学生完成学业。学分置换方案中规定了企业必须要给学生教授的相关课程，同时也规定了校内导师对学生实践指导的课时量。

3. 企业导师进课堂，校内导师去企业

学生实践能力的培养应融入到日常教学活动当中，大连财经学院市场营销专业邀请大连链家的企业导师进入到学生的课堂展开实训教学，在学生专业实习实践培养之前，让学生与企业进行初步沟通，提供交流平台。此外，市场营销专业下一步计划分批让教师去企业实践，感受时代的变化和人才培养方向的转变。教师是学生发展道路上的引路人，在学生高等教育道路上，特别是就业实践和人生规划道路上，教师更应承担好引路人的角色，只有充分了解社会需求，才能更好的为学生创造条件。

4. 企业参与制定培养方案

企业对市场营销专业的人才具有明显的应用型需求导向，大连链家基于自身的社会经验和本校市场营销专业两届学子的社会实践表现，提出了自己的人才培养要求，分别从品德素质，心理素质，服务意识，团队意识，管理理念等角度提出了当今社会对营销人才的要求，这些要求为市场营销专业制定培养方案提供了借鉴。

5. 心理教育与辅导

现阶段学生普遍心理素质有待提高，增设野外生存、生存训练类课程，让学生脱离父母与老师的帮助，发挥团结意识，与同学一起完成某项公益活动。在培养学生意志力的同时，认识到社会对自身的认可度，增强心理建设，培养学生爱心与责任感。

针对不同的学生指导仅属于自己的人生规划。学生在进入大学起，就明确自身的发展方向，设立人生目标，但此时的学生对自己的特点了解不清，缺乏研究自己的动力，在临近毕业时随大流，目光短浅的现象严重。

转变学生对不同工作划分三六九等的观念，培养学生适合自己的工作就是好工作的观念。在中国传统文化

影响下，父母以及社会对学生传递的工作观念存在一定的问题，稳定工作才是好工作的思想严重限制了学生的工作选择范围。适合自身发展特点的工作才是最好的工作。

6. 联合开发教学案例

2020年申报校级重点课题“基于校企合作的应用型人才培养的链家教学案例开发”，探讨校企合作人才培养模式的特点，寻求具有应用型人才教育特点的教学案例开发的有效途径，为学校建立科学的人才培养机制提供可参照的依据。

参考文献：

- [1] 谭莉，费文美. 基于产教融合的旅游产品市场营销体系构建——评《旅游市场营销学》[J]. 热带作物学报, 2021, 42(07): 2196.
- [2] 邱胜海，王云霞，董莺，蒋荣，王为民. 新工科校企产教融合评价体系及评价方法研究[J]. 中国现代教育装备, 2021(11): 124-126+130.
- [3] 杨扬，李守军. “双一流”目标驱动下“产学研用思”多元协同育人模式研究[J]. 南方农机, 2021, 52(18): 101-104.