

建立冰雪产业营销专业群的可行性研究

李叙旭

黑龙江职业学院, 黑龙江 哈尔滨 150080

摘要:我国冰雪产业的快速发展,亟需大量既懂冰雪技术又通营销管理的复合型人才,填补在引导消费、提升服务、强化管理、数据营销方面的不足和空白。黑龙江省是冰雪资源大省,冰雪产业是我省区域经济新兴支柱产业,我省最短缺的是把冰雪资源优势变成产业优势的战略思路、产业营销策略、产业提升能力、现代服务手段。建立以市场营销专业为核心,以旅游管理、工商企业管理、电子商务专业为支撑的冰雪产业营销专业群。为冰雪产业运营、服务和营销提供人才支撑。

关键词:冰雪产业;专业群建设;人才培养

冰雪产业是我国近年来确立的战略新兴产业。2022年北京冬奥会申办成功将带动三亿人参与冰雪运动,预计到2025年可形成1万亿元的市场规模。冰雪产业是以冰雪资源为载体,通过集合相关生产要素,加工组合形成产品或服务,满足社会需求的复合型产业,其主体属于现代服务业。其产业范畴可延伸为四个方向,分别为:冰雪体育、冰雪旅游、冰雪文化和冰雪装备。冰雪产业营销是从通用市场营销到专门市场营销,再到产业营销的市场营销专业的升级——精细化精准营销。冰雪产业营销专业群对接冰雪产业链的发展转型需求,重构人才培养目标定位、改造专业群内各专业人才培养模式、支撑冰雪产业发展。

一、专业群建设基础

(一) 优势特色

冰雪营销贯穿于冰雪产业链的全过程,是各产业方向对应市场链接的重要途径。为了发挥营销在冰雪产业链中的支撑作用,学校欲建立以市场营销专业为核心,以旅游管理、工商企业管理、电子商务专业为支撑的冰雪产业营销专业群。

1. 抢抓先机的战略优势。学校是全国最早开展冰雪产业研究和专门人才培养培训的高职院校。2011年学校成立冰雪产业研究所,开展冰雪产业领域的科研和教学探索。2014年升级为“黑龙江省冰雪产业研究院”,具有站位高、行动早、动作快、把握趋势准的优势,在冰雪产业领域,具有“时间第一、区域唯一”的特殊地位。2013年在工商企业管理专业设立滑雪场经营与管理方向并开始招生,开发了课程体系,制定了滑雪场经营与管理方向的全国专业教学标准。2015年与日本最大的滑雪企业“大地之子”公司联合开设“滑雪场管理与运营研修班”,先后培养培训学员3200人次,分别在日本和国内冰雪产业领域就业,并已成为行业骨干。

2. 覆盖政产学研领域的团队优势。学校在冰雪研究和冰雪专业开发领域先行先试,在职业教育和冰雪产业形成了良好的知名度和美誉度。在团队组合方面发挥国内产教融合、国外产业对接的优势,从国内外业界聘任了首席专家、客座专家和特邀专家,组建了集冰雪专业教学、冰雪产业研究、冰雪企业服务三位一体的团队。初步形成了“政府认可、行

业认知、企业认同”的冰雪教学科研团队。

3. 立足于服务区域经济的定位优势。学校以冰雪产业研究院和滑雪场经营与管理专业为载体,立足黑龙江省战略新兴产业,整合资源、融合业态,创新冰雪管理与服务,成为省体育局、省文旅厅等政府有关部门的咨询服务机构、省政府重点培育智库。多次承办“亚布力冰雪国际论坛”,为冰雪大世界、雪乡、亚布力等知名企业提供咨询服务。参加世界旅游组织、日本山形雪地论坛等会议,与法国、日本、芬兰等国家开展学术交流,为第24届冬奥会编制雪上项目规划。

4. 支撑专业群建设的基础优势。专业群相关专业有57年的办学历史,教学、科研成果丰硕,优秀毕业生遍及省内外经济战线,是我省职业院校商科人才培养的一面旗帜。专业群在全国职业教育商科领域有一定影响力,是国家商业行指委实践教学与大赛专职委主任单位、中国连锁协会校企合作委员会主任委员单位。近5年,专业群在国家和省商科各类大赛获奖50多项,市场营销专业蝉联2014、2015国赛一等奖,是我省唯一获此殊荣的职业院校;参与了商科相关专业国家资源库建设和专业标准制定;获得太阳岛国际冰雕比赛一等奖1项,科技部冬奥科技专题优胜奖1项,全国社科联社会服务一等奖1项,省级教学成果奖一等奖1项、二等奖4项。2018年冰雪旅游管理专业成为全国高职院校中唯一通过GAP认证的专业。

(二) 面临的机遇与挑战

1. 面临的机遇。2022年北京冬奥会申办成功,带动三亿人参与冰雪运动,习总书记提出“冰天雪地也是金山银山”的理念,冰雪产业进入发展的快车道,为专业群建设创造了历史机遇。国家把冰雪产业列入战略新兴产业,黑龙江省“十四五”规划把冰雪产业列入战略发展目标,将从冰雪资源大省转变为冰雪经济大省,为专业群建设提供了产业机遇。

2. 面临的挑战。冰雪产业要保持快速发展的态势,必须发挥营销专业群的支撑作用,提高产业的营销服务水平,促进冰雪产业提档升级,专业群建设水平与产业发展不协调,不匹配,对专业群建设提出了产业挑战。随着冰雪产业不断扩张,冰雪产业人才缺口越来越大,全国每年各类冰雪从业

人员缺口 10 万人以上,其中营销人员缺口 3~5 万人。产业急需大量“懂冰雪、会营运、善营销”的复合型人才,人才供给在数量和质量上都与冰雪产业需求严重脱节,对专业群建设提出了人才挑战。

二、专业群组群逻辑

(一) 专业群与产业(链)的对应性

产业营销是新兴产业的支撑。成立冰雪产业营销专业群,有效解决冰雪产业链前端获得有商业价值的冰雪资源,中端开发、加工、包装出有商业价值的冰雪产品,末端实现商业价值过程中的人才需求问题。专业群以市场营销专业为核心,旅游管理、工商企业管理、电子商务三个专业各有侧重,协调发展,为冰雪产业运营、服务和营销提供人才支撑。

(二) 专业群人才培养定位

培养政治坚定、德技并修,具有良好的职业素养和工匠精神,面向冰雪产业链中的冰雪装备营销、冰雪运动推广、冰雪旅游、冰雪场馆运营等岗位群,培养培训“懂冰雪、会营运、善营销”的复合型技术技能人才。

(三) 群内专业的逻辑性

围绕冰雪产业现代服务体系“三营”(营运、营销、营商)逻辑主线,构建以市场营销专业为核心,以工商企业管理专业、旅游管理专业和电子商务专业为支撑,以冰雪产业研究院为辅助的产学研用一体化专业群。

组群逻辑为:

1. 核心能力相同。基于专业群人才培养定位,围绕冰雪产业服务、销售、管理三个核心能力,营销专业侧重于培养利用大数据对冰雪产业进行定制营销、精准营销人才(线下);电子商务专业侧重于培养运用“互联网+冰雪”实现全渠道营销的人才(线上);旅游管理专业侧重于培养提供个性化冰雪旅游项目、景点策划人才;工商企业管理专业侧重于培养冰雪场馆精细化管理人才,组群后能对应冰雪产业链条中涉及营销的全部核心岗位。

2. 教学资源共享。专业群中各个专业的通识课程、专业基础平台课程和部分专业课程相近,师资、实训和教学资源可实现充分共享。

3. 共同服务产业。专业组群后,市场营销专业作为发展引擎,有机结合和牵动旅游管理、工商企业管理和电子商务三个专业,发挥专业集聚效应,借助冰雪产业研究院的科学研究、大数据分析和成果转化功能,为冰雪产业升级提供人才支撑和智力支持。

三、建设目标

(一) 建成“三全”人才培养模式

对接冰雪产业营销核心岗位,构建“全季节、全证书、

全人才类型”的“三全”人才培养模式和“双融双分、育训结合”课程体系。

(二) 实施“以学习者为中心”的教材、教法改革

对接产业快速更新配套教材、学材等教与学的资料,实施模块化教学模式。校企合作,教师与行业大师、企业专家共同组成教材开发团队,开发配套“双融双分”课程体系的教材学材。

(三) 建成区域内开放共享的专业群实践教学基地

校内建设虚拟仿真实训基地、产教融合基地,校外建设冰雪实训基地、冰雪文化艺术馆。辐射区域院校企业,提供实习培训服务。

因此,建立冰雪产业营销专业群,培养政治坚定、德技并修,具有良好的职业素养和工匠精神,面向冰雪产业链中的冰雪装备营销、冰雪运动推广、冰雪旅游、冰雪场馆运营等岗位群,培养培训“懂冰雪、会营运、善营销”的复合型技术技能人才。为冰雪产业运营、服务和营销提供人才支撑,助力龙江冰雪产业高质量发展。

本篇论文是黑龙江省高等职业教育教学改革重点课题:冰雪产业营销专业群“全季节、全证书、全人才类型”人才培养模式实践研究的研究成果,课题编号: SJGZZ2019005。

作者简介:李叙旭:(1982.08),毕业于东北农业大学,大学本科,副教授。主要从事高职学生职业素养养成、工商企业管理专业人才培养及冰雪产业经营管理人才培养等方向的教学和研究。

邮箱: kaylalxx@126.com

参考文献:

- [1] 雪场经营管理专业人才培养质量评价体系研究 郭宏宣 刘璇《科技创业之家》2014.07;
- [2] 黑龙江省“大亚布力”全域旅游开发与建设研究 张贵海《对外经贸》2017.04;
- [3] “冰雪产业与旅游发展”笔谈,“冰天雪地也是金山银山”纵横谈《知与行》张贵海,2016.11;
- [4] 冰雪产业与旅游产业融合发展模式的研究 史瑞应《2017 科技冬奥论坛暨体育科技产品展示会论文摘要汇编》2017 年;
- [5] 2018 冰雪产业白皮书。