

# 中职市场营销教育与实际就业能力衔接研究

李铭维

遵化市职业教育联合学校

**摘要:** 中职市场营销教育旨在培养学生适应市场需求的专业能力。该教育内容涉及行业知识、沟通谈判、数据分析、营销策划及客户关系管理等方面。实际就业能力要求包括对行业趋势的理解、沟通与谈判技巧、数据分析解读、营销策划执行以及客户关系维护。为衔接教育与就业能力, 中职市场营销教育应采取校企合作、课程内容对接职业资格认证、创新教学方法、提供实习机会和定期评估教学内容等策略。

**关键词:** 中职教育; 市场营销; 就业能力

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2022.10.214

## 一、引言

随着市场经济的发展和行业竞争的加剧, 市场营销专业人才的需求日益增长。中职市场营销教育作为培养该领域技术技能型人才的重要基地, 其教学内容和方法直接影响学生的就业能力和职业发展。因此, 中职市场营销教育必须紧跟行业发展趋势, 不断优化教育内容, 强化实践教学, 以提升学生的实际就业能力, 满足市场的需求。

## 二、中职市场营销教育的内容与特点

中职市场营销教育是职业教育中非常重要的一个部分, 它以培养符合市场需要的应用型人才为中心目标。这门教育一般涉及市场营销基础知识, 消费者行为学, 市场调研, 广告策划, 销售技巧和品牌管理。这几门课的教学目的是为了给学生一个综合市场营销理论基础与实践技能, 让他们了解与掌握市场动态并对市场进行有效分析与决策。中职市场营销教育具有明显的实用性、针对性强、注重理论联系实际、重视对学生职业技能、创新能力等特点。中职市场营销教育以案例分析, 模拟营销, 实习实训为教学手段, 让学生在现实的市场环境中学会并运用知识, 增强解决现实问题能力。

## 三、中职市场营销岗位的实际就业能力要求

### 1. 行业知识与趋势理解

在中职市场营销领域中, 职位对于实际就业能力有严格的要求, 其中掌握行业知识、了解趋势是求职者必备的核心竞争力。市场营销工作既需要理论知识的支持, 又要把它们运用到实践中来, 确定并掌握市场动态。对于求职者来说, 他们应该对市场营销的基本原则有深入的了解, 例如4P(产品、价格、渠道、推广)策略, 同时也需要对行业内新兴的5C(企业, 合作者, 顾

客, 竞争者, 环境)分析框架有一定的认识。敏锐的趋势洞察能力可以让营销人员具有前瞻性的策划市场活动、捕捉消费者心理变化、预见产品与服务走向等。另外, 求职者还需经常通过出席行业会议, 阅读专业报告, 了解竞争对手的战略等多种途径保持并更新行业知识库, 保证其市场营销策略及实施计划永远跟上市场。

### 2. 沟通与谈判技巧

中职市场营销在现实工作中常常需要员工既具有坚实的专业知识又具有优秀的交流和谈判技巧。沟通技巧在市场营销岗位中占据着基石地位, 涉及与顾客, 同事, 上司乃至竞争对手之间的沟通。有效的沟通可以帮助营销人员深入了解顾客的需求, 传递产品价值与服务理念并协调团队内部资源与信息流动。在市场营销岗位上, 谈判技巧被视为一种锐利的手段, 它对企业的销售表现和市场份额有着直接的影响。好的营销人员应能利用多种谈判技巧达成对企业有利的交易, 例如确立双赢的谈判目标, 高效的非言语沟通, 把握谈判节奏以及心理战术。这就需要营销专业学生在大学期间通过模拟谈判, 角色扮演等实践操作对沟通及谈判技巧进行系统性的学习及培养, 从而在今后市场营销岗位上扮演关键角色。

### 3. 数据分析与解读能力

随着大数据和互联网技术的发展, 数据分析已成为市场营销岗位的一项重要能力。中职市场营销工作者需要具备的数据分析与解读能力, 意味着能够通过数据来洞察市场趋势、消费者行为和竞争对手状态。数据分析能力包括收集、处理、分析和解释数据的技能, 以便将复杂的数据信息转换为简单直观的策略决策。在具体操作中, 市场营销人员需利用各种数据分析工具和方

法,如SPSS、Google Analytics等,对销售数据、客户反馈、市场调研结果进行解读,从而制定或调整营销策略。有效的数据分析不仅能帮助企业识别目标客户群体,优化产品定位,还能预测市场趋势,为企业的长远发展提供决策支持。

#### 4. 营销策划与执行能力

营销策划与执行能力,是中职市场营销专业大学生在实际就业中能否拥有竞争力的重要标志之一。这种能力需要学生了解市场需求与企业资源后,能自主设计与执行营销计划。具体来讲,营销策划能力涵盖市场研究,目标客户分析,营销目标设定,策略制定和预算规划诸多环节,执行能力更加注重策划内容落地,内容涉及活动组织,广告推广,销售促进,效果评估。这就需要营销人员在设计策划时既要具备创新思维,又要具备严格的管理与协调能力,这样才能保证各个环节有效衔接,战略得以成功执行。营销人员在实践中也要有处理突发事件的应变能力、不断追踪策略效果并适时做出调整。所以中职教育市场营销课程有必要采用案例分析和项目实作教学模式加强学生营销策划和实施实操能力,使学生在学校中能够感受到真实的营销环境,并对今后的就业获得宝贵的经验。

#### 5. 客户关系管理与维护

客户关系管理及维护作为市场营销工作中的核心环节直接影响着企业对客户的满意及忠诚。中职市场营销岗位上,要求专业人员必须有建立并保持良好客户关系。它并不只是促成一个销售,而是要通过不断地沟通与服务来获得客户价值的长远发展。客户关系管理的能力涵盖了多个方面,包括但不限于收集和分析客户信息、提供个性化的服务、处理客户的反馈,以及制定提高客户忠诚度的策略等。保持客户关系既要有技巧又要有耐心,同时还要深入了解顾客的需求,这就决定了市场营销人员要有很好的倾听能力,问题解决能力,危机处理能力。中职院校在教育实践中要通过模拟客户服务场景,CRM系统运行培训,客户关系案例分析,使学生理解和掌握客户关系管理理论与实务,加强他们今后工作中同顾客建立持久关系。

### 四、中职市场营销教育与实际就业能力衔接的策略

#### 1. 校企合作,提供实际工作场景的实训

校企合作作为中职市场营销教育与实际就业能力衔

接的关键方式,使得教育培养和企业需求建立了直接衔接。通过协作,商家提供了一个逼真的工作环境使学生在学校即能接触到实际商业操作、市场动态等信息,填补了传统教育和实际工作的空白。这一合作并不局限于实习岗位的提供,而是向课程开发,教学资源共享,师资互派和项目研究几个层次纵深发展。学生可以在教师与企业导师共同引导下通过参加企业实际项目来解决现实中存在的问题并运用所学知识来发展市场调研,产品推广,客户服务以及团队协作方面的综合能力。这一亲身体会过程能够有效地促进学生职业技能的提高及工作适应性的增强,从而为学生毕业后能否成功就业提供强有力的保证。在校企合作模式中,教育和企业双向互动也有利于学校在保证教育质量和市场需求同步进行的前提下对教学内容进行适时更新和培养方案调整,企业还可以以此来培养、选拔出符合其发展要求的人,使教育资源和社会需求得到最佳配置。

#### 2. 课程内容与职业资格认证的对接

就中职市场营销教育而言,将课程内容同职业资格认证进行有效衔接是保证学生教育质量、增强学生就业竞争力不可忽视的环节。这种对接意味着教育机构需将职业资格的标准和要求融入课程设计之中,不仅教授理论知识,更注重技能的培养和实践的考核。通过此种课程设置使学生完成学业后可以直接取得或者有资格参加职业资格认证考试,减少由学校向职场过渡的时间。为了达到这一目的,教育机构应该与行业组织和职业认证机构紧密合作,合作开发课程、建立评价标准以及进行模拟考试及认证指导。同学们通过这几门课的学习不但可以获得必备的市场营销知识和技能,更重要的是能够理解行业规范,职业道德以及在今后的职业生涯当中可能会面临的一些特定的问题与挑战。通过职业认证还能给学生简历添彩,增强其就业吸引力及业内认可度。课程与职业资格认证相衔接,从本质上增强中职教育针对性、实效性,让学生更有信心、更有充分准备进入到激烈竞争的就业市场中。

#### 3. 创新教学方法,如案例教学、角色扮演

中职市场营销教育要想提升学生的就业能力,创新教学方法是关键一环。案例教学和角色扮演等教学方法能够激发学生的学习兴趣 and 参与度,同时促进其批判性思维和问题解决能力。案例教学通过引入真实的商业

情境，让学生分析和讨论市场营销中的实际问题，旨在培养学生的市场洞察力和决策能力。学生需要在教师的引导下，从多个角度审视问题，提出解决方案，并预测可能的结果。这样的过程能够增强他们将理论知识转化为实际操作能力的的能力。角色扮演则是另一种有效的教学手段，学生通过模拟特定角色，如销售代表、客户服务经理等，来体验实际工作情境。这种模拟活动不仅能增进学生的同理心和客户服务技巧，还能让他们在安全的环境中犯错和学习，从而在未来的工作中减少错误。创新教学法如案例教学和角色扮演不但以学生为中心，强调互动和参与，同时也能够让学生在有趣的学习过程中，无缝地将课堂学习与职业实践相结合，为将来步入职场打下坚实的基础。

#### 4. 提供实习机会，增强学生实战经验

在中等职业教育中，实习不仅是课程的一部分，更是学生职业技能发展的重要环节。实习让学生有机会将课堂上学到的理论知识运用到实际工作中，这对于市场营销学科尤其重要。市场营销的本质在于理解并满足客户需求，而这些技能通常需要在实际工作中才能充分培养。中职学校应建立与企业的紧密合作关系，为学生提供多样化的实习机会，包括在广告公司、市场研究机构、销售部门、客户服务团队等不同的市场营销环境中实习。这样，学生可以根据自己的兴趣和职业规划选择最合适的实习岗位。在实习过程中，学生不仅能够深入理解市场营销的基本流程，还能够学习到如何协调不同部门之间的关系，如何与客户进行有效沟通，以及如何分析市场数据来制定营销策略。这些经验将极大地丰富学生的职业技能，并帮助他们在未来求职时脱颖而出。此外，实习还能让学生体验工作压力和团队合作，这对于培养他们的职业素养和适应未来工作环境至关重要。学校应定期收集和分析实习反馈，包括学生的自我反思报告、企业导师的评价以及实习成果的展示。这些信息对于评估和改进实习项目至关重要。同时，学校还应提供专业的实习指导服务，帮助学生在实习前做好准备，如撰写简历、模拟面试、职业规划等，以及在实习期间提供必要的支持和指导。通过这些综合性的服务，学校能够确保实习不仅是学生获取工作经验的机会，更是他们个人职业发展道路上的一次重要跳板。

#### 5. 定期评估与调整教学内容，以符合市场需求

在快速变化的市场环境中，中职市场营销教育的教学内容需要定期评估和调整，以确保毕业生的知识和技能能够满足行业的最新需求。这种评估应该是一个系统的过程，涵盖了对行业趋势的持续监测、与企业的密切沟通、教学成果的定期检查，以及对教学计划和课程的实时更新。通过与行业专家、企业合作伙伴以及校友进行深入的交流和反馈收集，教育机构能够获得关于哪些技能和知识最为紧缺和受欢迎的第一手资料。此外，学生的就业情况和职场反馈也是评估教学内容是否契合市场需求的重要指标。基于这些信息，学校应主动调整课程设置，引入新的教学理念和技术，淘汰过时的内容和方法。例如，随着数字营销的兴起，传统市场营销课程应增加社交媒体营销、数据分析、在线广告等模块。教学内容的更新不应仅仅局限于技术或工具的更换，更应包括对市场营销理念、战略和伦理的深入探讨。定期的评估和调整确保中职教育与市场需求同步，为学生提供有价值的教育，使他们能够在未来的职业生涯中保持竞争力。

#### 结束语

中职市场营销教育在培养学生专业知识和技能的同时，更应注重提升其实战能力和就业竞争力。通过校企合作、课程内容与职业资格认证的对接、创新教学方法、提供实习机会以及定期评估教学内容等措施，可以有效地促进教育内容与市场需求的对接，为学生顺利进入职场打下坚实的基础。未来，中职市场营销教育应继续探索与时俱进的教育模式，以培养更多适应社会发展和市场需求的高素质营销人才。

#### 参考文献

- [1] 谢静. 情境教学法在中职《市场营销基础与实务》教学中的应用研究[D]. 贵州师范大学, 2022.
- [2] 张傲. 任务驱动教学法在中职《市场营销基础》课程中的应用研究[D]. 江西科技师范大学, 2022.
- [3] 谢基邦. 中职市场营销专业课程思政教学改革研究[J]. 教师, 2022, (16): 105-107.
- [4] 陈琳. 大数据时代中职市场营销教学信息化建设探索[J]. 现代职业教育, 2021, (51): 208-209.
- [5] 郝莉莉. 新媒体时代下的中职市场营销教学改革研究[J]. 现代职业教育, 2021, (39): 206-207.