

# 构建中职院校市场营销专业教学体系的探索

张亚敏

邢台技师学院

**摘要：**目前，社会对市场营销人才提出了更多更高的要求。本文介绍了市场营销专业教学的培养目标，并以此为切入点，阐述了当前时代背景下中职院校市场营销专业教学的基本情况。在此基础上，结合实践案例从多个角度分析并研究了有效完善中职院校市场营销专业教学体系的策略。希望可以为相关人士提供帮助和借鉴，结合新的时代背景和优势条件健全教学体系，提高教育质量，推动教育事业的进步和发展。

**关键词：**中职院校；市场营销；专业教学体系；探索

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2023.12.090

## 引言

市场营销专业的实践性较强，在社会建设和经济发展中发挥了切实作用，起到了加快经济发展、推动社会进步的作用。在互联网以及信息技术广泛应用的背景下，教育工作者可以在市场营销专业中增加电子商务以及新媒体的相关内容，健全教学体系，使市场营销专业的教育工作更加契合社会发展的现实情况，为建设活动输送大量人才，真正发挥教育事业的作用。

### 一、市场营销专业教学概况

市场营销专业属于工商管理类专业中较为重要的专业之一，结合现代化市场经济的发展需求，向学生传递管理学、经济学等多个方面的专业知识，使其掌握基本的理论知识和专业能力，能够结合所学知识解决实际的营销问题。当前，互联网和信息技术在各行各业中均有着较为深入的应用。教育工作者结合大数据时代的发展趋势，将大数据思维融入市场营销专业教学中，培养学生的营销能力，夯实学生的理论知识基础，提升学生发现、思考、分析、解决问题的能力，为市场经济的发展建设提供助力。在此基础上应当提升学生的大数据能力，能够运用基础的大数据技术完成数据信息的收集、处理和传输，实现学生的综合全面发展，为经济建设提供高质量的复合型人才<sup>[1]</sup>。

### 二、中职院校市场营销专业基本情况

中职院校为了向社会建设输送人才、充分发挥自身的教育职能，结合经济发展的客观需求开设了市场营销专业，培养专业的市场营销人才。移动互联网时代，中职院校的市场营销专业教学面临着相应的机遇和挑战，更加关注学生在市场洞察力、营销能力、创新策划能力等多个方面的能力提升问题，并以此为基础，调整了教育工作的细节和过程，结合教育改革开展了教学创新工

作，丰富了教学内容，解决了部分教育工作的弊病，提高了人才质量。然而，中职院校市场营销专业的教育工作并没有完全贴合当前时代背景提出的多样化要求，在教师队伍建设、课程体系设置、教育方式方法、互联网环境运用、实践教学完善、产教融合推进、教学评价体系等方面存在一定问题，特点不鲜明，方向不精确，影响了中职院校市场营销专业教学工作的高效进行。

### 三、完善中职院校市场营销专业教学体系的策略

#### （一）完成师资结构优化

教师是中职院校市场营销专业教学的重要落实主体，其能力素质与教学质量息息相关。构建专业教学体系时，教育工作者应当将教师摆在重要位置，优化师资结构，提升教师的能力素质，组建更加优秀的教师队伍<sup>[2]</sup>。职业教育的专业性和技能性更强，要求教师和学生均具备较强的实践能力和技术水平。基于这一特点，中职院校可以构建双师型师资队伍，打造能力突出的育人团队。此时，中职院校需要为教师打造相应的职业技能提升路径，使教师能够通过学习活动提升个人的专业能力。例如，中职院校可以强化校企合作，安排市场营销专业的教师参与到企业的营销工作中，在市场营销活动中发光发热，通过市场营销项目方案的制定、执行、调整等工作了解行业发展的真实情况，把握市场营销工作的根本目的和措施手段，在教师的心目中形成更加全面、立体的市场营销工作认知，从而将科学真实的市场营销专业知识传授给学生，有效提升学生的专业素养和技术能力。在此基础上，中职院校可以按照“强化能力培养”的目标组织相应的岗位职业培训，并鼓励教师积极参加等级资质培训考试，获得相应的资质证书。除此之外，中职院校可以加强教师群体之间的沟通和交流，邀请优秀教师和专家学者以课程培训、专业讲座等方式

向基层教师传递科学先进的教育理念和方式方法，革新传统陈旧的理念手段，实现专业教学质量的提升，完善市场营销专业教学体系。

### （二）调整专业课程设置

专业课程是教学体系的重要组成部分，直接决定了学生学习的理论知识和专业技能。在互联网和信息技术不断发展进步的背景下，教育工作者在构建教学体系时可以将课程设置作为切入点，调整专业课程，站在更加现代化的角度培养学生的营销能力。调整市场营销专业的课程设置时，教育工作者需要立足于知识传授、素质要求、能力素养等多个方面的客观实际，将多样化的手段工具应用在课程调整工作中，培养学生的新媒体能力、数据分析能力、大数据应用能力等，使学生能够适应电子商务快速发展的市场环境，开展营销工作。

教师需要打好教学体系的基础，科学规划通识教育、专业基础教育、营销能力提升教育等多个层次的课程设置。通识教育需要丰富学生的知识储备，从数学、语文、英语、思想政治、计算机基础等层面提升学生的综合素养。专业基础教育以市场营销工作中需要具备的基本能力为主，教师可以从不同课程之间的逻辑关系入手，调整开课顺序和课程内容，夯实学生的基础能力。营销能力提升方面，教师需要关注行业的发展情况和实际需求，塑造学生的专业技能和职业素养。信息时代背景下，教师应当增强学生的大数据思维和应用能力，结合大数据工具开展教学工作。另外，教师可以结合学生的能力水平增设创业学、运营管理、公司治理等课程，多方位培养复合型的市场营销专业人才。

### （三）革新教学方法手段

教学方法手段的运用与教学质量有着较为紧密的关系。科学的教学方法可以提高教学质量，降低学生的抵触心理和理解难度，将专业知识以更加科学有效的方式传递给学生。随着时代的发展与进步，学生素质提升，思想认知发生变化。基于这一特点，教师需要在构建教学体系的过程中实现教学方法手段的革新，结合学生群体的实际情况和行业发展的客观需求开展市场营销专业的教学工作。

现代学生的成长与信息技术的发展进步密切相关，互联网已经成为学生休闲、娱乐、学习、交友的重要媒介和载体。教师可以运用互联网环境和大数据时代的优势条件，使用信息技术开展专业教学，构建教学体系。

教育行业的专家学者结合新的时代背景和教育要求研究了多种多样的教学理念和方式方法，极大提升了教育事业的现代化程度，提高了教学质量。结合互联网环境和现代化的信息技术，教育工作者实现了教育资源的信息化和网络化，促进了教育资源的流通。此时，教师可以利用微课、慕课等线上资源和学习平台开展教学工作，在线下教学的基础上拓展线上教学，使用学生喜闻乐见的方式完成课程教学，健全教学体系。

### （四）衔接线上网络环境

信息时代背景下，互联网环境的发展日渐成熟，影响了各行各业的发展建设。在市场营销专业的教学工作中，教师需要将课程教学融入互联网环境，增进互联网信息技术与市场营销专业教学的紧密程度，借助互联网环境培养学生的市场洞察力，使学生能够全面分析用户行为，将其作为基础开展相应的营销工作<sup>[3]</sup>。另外，互联网营销手段在经济发展中较为常见，学生需要熟悉互联网营销手段，将其有效运用在营销工作中，利用新媒体的优势条件完成营销策划，培养全渠道营销能力，提升学生的适应性，使其能够结合市场营销条件开展更具针对性的营销活动。

教育部门十分重视市场营销在新时代背景下的发展和进步，牵头建立了“3e习商网实训创业平台”，实现了生活、学习和创业三者的融合。该平台中有许多实践项目，建立了新商科O2O教育社区，为市场营销专业的学生提供互联网环境的实践学习机会。学生可以借助这一创业平台学习互联网环境的营销技术和方式方法，总结互联网环境的特征，结合行业标准、资格证资质要求等多方面的因素学习专业知识，以更加开放的形式完成知识学习。这一教学平台的出现打破了原有教学体系的束缚和限制，将多个学科综合起来，注重培养学生的专业核心能力，从岗位能力、专业技能、课程教学、资质认证等多个维度开展教学工作，提升了教学工作的科学性和有效性，有利于教学体系的构建和完善。

### （五）拓展课外实践教学

实践教学是知识教学的补充，检验了学生的理论知识水平和技术能力，借助实践机会锻炼了学生的能力素质。中职院校应当充分发挥课外实践教学的优势和价值，借助实践教学带领学生深入了解行业发展情况，把握市场营销行业的前进趋势，按照市场需求不断提升个人能力，塑造核心素养。实践教学需要与知识教

学紧密结合, 锻炼学生的理论运用能力, 帮助学生理解市场营销专业的理论知识, 学会利用所学知识完成市场营销工作。中职院校可以将“综合素质提升训练”作为实践教学的基本目标, 建立校外实训基地, 联合当地政府部门和企业组建市场营销项目, 为学生提供实践机会。在此过程中, 应当结合行业发展和背景选择新兴企业, 积极与跨境电商企业、互联网企业等建立合作关系, 使学生与行业发展接轨, 学习更加科学先进的市场营销工作理念和方式方法。另外, 中职院校可以加强体验式营销, 增强学生的体验感和参与感, 在实践活动中激发学生的营销思维, 培养学生的创造性思维, 探寻市场营销的真谛, 深度理解市场营销工作的内涵和意义, 抓住市场营销的关键点, 提升学生的营销能力。

#### (六) 深度发展产教融合

产教融合是当前职业教育发展的趋势, 主张将学校教学与产业发展相结合, 增强专业教学工作的科学性和有效性。构建中职院校市场营销专业教学体系时, 教育工作者需要在产教融合的基础上建立教学体系, 实现产业和教育的紧密融合, 实现人才资源供给侧改革。

产教融合工作应当充分发挥政府部门的职能和作用, 增进政府和学校之间的沟通和联系, 为学生就业提供保障。中职院校可以联系当地的政府部门, 为毕业生提供事业编制, 支持中职院校应用型、创新型人才的培养工作, 结合当地的发展战略和建设目标助力中职院校构建教学体系, 提升就业关联性, 提高中职院校教学质量。除此之外, 中职院校需要按照产教融合的实际需求调整教学体系, 将产业发展融入专业教学, 结合专业认知实训、课程实训、岗位模拟实训、顶岗实习等多个教学环节充实并完善教学体系, 带领学生深入产业发展, 参与到市场营销实际工作中, 锻炼学生的实践操作能力, 使其能够将所学知识应用在工作中, 解决问题, 策划科学的营销方案。

#### (七) 完善教学评价体系

教学评价体系的建立可以帮助教师从更加全面的角度掌握专业教学工作的实际情况, 从而明确现有教学中存在的问题, 研究相应的解决策略, 不断完善专业教学体系。在市场营销专业的教学工作中构建教学体系时, 教师可以从教学评价体系入手, 提高教学质量。

现阶段, 学生需要学习的理论知识和专业技能越

来越多, 客观上丰富了教学工作的流程和环节<sup>[4]</sup>。基于此, 教师需要建立科学合理的评价指标, 以评价指标为基础, 从更加全面的角度了解市场营销专业教学工作的基本情况。此时, 教师需要从人才培养目标和课程教学内容入手, 结合定性考核和定量考核, 使评价体系的权重分配更加合理, 指标计算较为明确。另外, 教师需要扩展课程评价主体, 将教师、学生、管理者、专家学者等多个主体纳入评价体系中, 便于从多个视角审视市场营销专业的教学工作, 为教学体系完善提供更加全面可靠的信息参考。

将学生的专业能力作为主要的评价对象时, 教师应当从理论和实践两个角度开展课程评价, 判断学生的理论运用能力, 提升学生的综合能力。此外, 可以将过程性考核和结果性考核相结合, 注重学生能力素质的同时更加关心学生的学习过程, 确保学生可以在专业课程的学习过程中获得提升。

#### 结语

综上所述, 教育工作者需要结合时代需求和优势条件构建更加科学完善的市场营销专业教学体系。为此, 需要注重双师型教师的培养, 优化师资结构。教师在日常教学中需要调整课程设置, 选择更加科学合理的教学内容, 并综合运用多样化的教学方法。另外, 教师需要将专业教学与互联网环境衔接起来, 加强实践教学与产教融合, 通过课程评价体系的完善进一步健全教学体系。

#### 参考文献

- [1] 丁洪福, 于秀芝, 李树玲. 基于大数据营销能力培养的营销专业教学改革研究[J]. 大学教育, 2023(11): 48-51.
- [2] 师东菊, 郭继民, 宁伟东, 等. 产教融合实践教学体系的构建与实施——以牡丹江医学院市场营销专业为例[J]. 中国中医药现代远程教育, 2022, 20(08): 30-33.
- [3] 谢亚妮. 对市场营销专业实践教学体系的重构探讨[J]. 陕西教育(高教), 2022(11): 63-64.
- [4] 苍英美, 弓萍. 高校《市场营销学》课程混合式教学评价体系构建研究[J]. 老字号品牌营销, 2023(04): 170-172.