

创新高职市场营销教学促进学生职业能力培养研究

石双燕

广西经济职业学院 广西 南宁 530105

[摘要]当前社会正处在经济大发展的过程,是一个最需要营销而又最缺乏营销人才的时代,需要大量高素质的市场营销人才。高职院校作为大专学生培养的主阵地,在重视专业教学过程的同时更应该重视学生职业能力的培养,提高学生的实践能力。本文分析当前高职院校市场营销教学存在的问题,并针对问题重点提出了如何促进学生职业能力培养的方法对策。

[关键词]高职院校; 市场营销; 职业能力培养

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2020.02.398

市场营销作为企业和市场之间的桥梁,鉴于我国正处于经济飞速发展时期以及市场竞争的加剧,各行各业对市场营销专业人才均有需求。在经济发展过程自然需要大量高素质的市场营销人才,需求最旺盛的专业非市场营销莫属,这也为市场营销专业和高职业院校培养市场营销人才提供了广阔的发展前景。

一、研究高职市场营销教学创新的意义

(一)有利于在“十四五”规划背景下指导课程教学改革

高校是影响我国经济发展的主体,在这承载着崇高历史使命的关键时期,“十四五”规划为高等教育领域未来的远期规划提供了基本遵循,为迈向高质量教育体系建设提出了新的目标与要求。在“十四五”规划背景下,创新高职市场营销课程教学的手段和方法有重要指导意义。

(二)推动学生日后的就业

创新的市场营销教学模式有助于提高学生的职业能力。通过新颖的教学方式让学生从中获得知识与技能,对传统教学过程进行更新,培养学生的创新意识,对教育资源的优势进行充分发挥,有利于对学生全面职业能力的培养,对学生在日后的发展有很大帮助,并可以在提升学生职业能力的基础上帮助学生更好的完成就业。现如今,市场营销的就业形势较好,每个企业在发展的过程中都需要销售人员,因为企业需要销售产品才能获取经济效益,所以,高职院校在培养学生的过程中应其掌握良好的市场营销能力,学生在具备其能力后在日后的就业工作中才能展示自己,并可以减轻工作压力。

(三)有利于教师教学能力的提升

高职院校是培养我国社会发展所需人才的重要基地之一,其中的重要组成部分是市场营销教学。因市场营销专业本身原因,它具有很强的技能性和实践性,在进行教学过程中教师需要了解市场营销的具体发展流程,据市场发展阶段、发展趋势,发现当前营销过程中存在的一系列问题,教材内容随后根据存在进行修改,并有深度的拓展和延伸,通过相关的实践教学活动激发学生的创造性和创新性,提高学生分析问题、解决问题的能力,这样有助于教师自身教学能力的提升。

二、高职传统的市场营销教学存在的问题

(一)理论为主,实践教学少

高职教育如今的发展形势是非常严峻的。目前高职院校教授市场营销课程的老师仍有不少人倾向于传统教学模式,不少人仍以讲授为主。教学案例比较陈旧,不够新颖,教学理念更新度不够,大部分的教学仍依靠现有教材内容进行开展,这样子学生自主创新意识就得不到很好培养,同时也不利于学生的实践动手能力的提高。有不少老师还没提高与时俱进的意识,没能很好将互联网思维、大数据理念、生态化营销观念、跨界融合等真正融入课程教学内容。

高职教育不同于一般的高等教育,在人才培养上更注重实践性。有些老师没有企业工作经验,从高校毕业后就直接的从事市场营销教学工作,这导致他们缺乏必要的市场营销实践经验,授课时从表层的角度来阐述市场营销理论,学生无法从中吸收到市场营销理论的精髓。大多数学生没有机会接触实际工作,还有一些学生并未认识到实践对其未来发展的重要性。

在市场营销教学过程中不仅注重理论,也需要重视实践,理应是理论与实践相结合。受实训设备影响,目前部分院校老师在教室内开展进行角色扮演和情景教学没有相应的教具,学生的体验值降低。从校外实训来看,校企合作不够理想,双方达成共建难度大,企业不愿意提供场地或者提供的场地不适合学生校外实训,即使有提供实训的,企业也不愿意有针对性对学生进行指导,因为企业觉得这些花时间精力多,投入和产出不成正比。

(二)部分学生学习态度不够端正

高职院校学生与本科院校的学生生源情况还是有区别的,相对本科院校来说,高职院校的学生生源比较差,学生主动学习的动力不足,有些学生学习态度不端正,甚至有迟到早退旷课现象,上课玩手机等。课程安排教师布置的课后作业有些学生不写,笔者常在在课程完结时再讨论“什么是市场营销”,仍有不少学生认为市场营销是卖东西的,还有学生认为市场营销就是不择手段把东西推销出去...这是学生对企业市场营销活动不熟悉导致的认知出现偏差。有些学生认为这个课程与自己没关系或者觉得对自己没有用,也就不认真学习;有些学生敷衍学习,不会主动学习,缺乏专业知识,不额外拓展视野,社会性的营销实践更不会自己主动去进行,导致理论知识和实践能力非常薄弱。

(三)考核方式比较单一

受传统教学模式的影响,当前高职院校的评教不够合

理,评价体系不够完善。目前大部分院校的市场营销课程考核主要以传统的试卷考核为主,难以检验出学生对营销知识的掌握程度和实际运用的能力,也可能出现“高分低能”的情况。学生的学习能力的提升可能会受到这种不够全面客观的教学评价体系的影响。学生无法感受到知识的乐趣所在,无法共情,自身的参与度和热情自然不高。学生不积极参与、学习力不足也会影响学生自主学习习惯的养成,严重的还有可能不够自信怀疑自己能力的情况。

三、促进学生职业能力培养的对策

(一) 创新教学模式

大部分教师在以前的市场营销课程教学过程中根据教案、教学大纲来进行日常的课程安排,虽然这种授课方式不会出现差错,但难给学生带来耳目一新的感觉,还有可能因教学方法不够创新,过于陈旧,导致学生对教学内容理解不够透彻,从而影响了学生学习市场营销知识的兴趣,导致学生学习质量和效率降低。

为了能让高职院校市场营销专业学生更贴合社会需求,针对目前状况,转变教学理念与思路对教师来说极其重要。教师需要通过融合“教、学、做”为一体,强化改革教学方法和手段,提高学生能力的培养。教师需要改变应试教学模式,教学方法上以学生为主体,通过生动有趣的课堂互动形式引导学生对市场营销课程内容全面了解与深入掌握。鼓励创新项目教学法、案例教学法、情景教学法、互动教学法等教学方法,举个例子,比如积极采用现代企业实战培训等讲学手法,通过组织小组团队活动,模拟实地场景,开展情景式教学,体现活泼性、趣味性和互动性,多采用角色扮演、小组案例研讨、技能操作、主题辩论、拓展活动等多样化的教学方法,加强学生职业道德培训、职业生涯规划、职业技能培养,以适应新时期的就业大环境需要。

在课程设置方面可以适当增加实训课程,比如增加企业见习周,通过校企合作的方式,让学生提前走出校门熟悉企业环境,进入企业进行观摩学习,而不是等到学生实习阶段才安排学生出去跟岗实习。同时在课程设置上积极与企业接轨,可以进行项目教学,如企业策划方案可以让学生承接一些项目,学生既可以勤思考完成课程任务,调动学生的积极性,拓展新知识、开阔视野,企业又可以多一些方案上的参考,鼓励学生达到合作共赢。

在教学过程中,教师要把现代信息技术作为提高教学质量的重要手段,懂得利用网络资源,如中国慕课大学、超星学习通、蓝墨云班、智慧职教等平台,共建共享教学资源,让优质教学资源的使用效率大大提高。同时要懂得与时俱进,把抖音、快手推广、微视、频微信推广等新的营销模式带进课堂,让学生去学习新型的推广模式,拓展学生网络营销视野,与时俱进。

(二) 课程思政导入,树立学生正确价值观

高职院校中的学生学习原动力不足,大多文化成绩比

较差,成材先成人,教师要做好正确引导,将课程思政融入教学是非常重要的。比如在在产品营销章节中导入工匠精神巧妙进行课程思政的融入。让学生意识到市场营销课程教学内容的重要性,它是与实际生活紧密相连的,同时注重培养学生的学习兴趣,在相关案例讲解的过程中,学生便会不知不觉受到优秀精神品质的熏陶。为了能够让学生全面发展,在日常授课过程中教师需要改变填鸭式教学模式,丰富教学模式,让学生在对疑难问题探讨和各小组间深入交流的过程中,树立集体主义精神与相互交流、合作的价值观念,并养成艰苦奋斗、持之以恒的优秀品质,成为符合社会主义建设需要的全能型技术人才。

(三) 多元化的考核评价方式

针对高职院校市场营销课程教学现状,有专家认为问题主要存在于落后的教育理念、单一的教学方法以及科学评价体系的缺失,提出高职市场营销教学应当以培养学生的应用能力为主要目标,采用多样化的教学方法并改变传统的、“一张试卷决胜负”的考试方式,建立全过程的考核体系,进而调动学生积极性。比如在营销策划实践教学环节利用企业资源帮助企业出谋划策,采用过程考核和最后策划书的提交,邀请企业老师一同进行考核,这也是很好的产教融合,也加大了校企双方合作。高职院校可以采用多元化考核评价方式,改革以学校为单一评价主体、以卷面考试成绩为单一评价方式的评价模式,参照用人单位标准,构建评价主体多元、评价内涵全面(以职业能力为核心,涵盖职业道德和职业素质,采用理论考核和实践评价相结合的方式)、过程与结果并重的复式学生评价机制。

四、结语

总而言之,教学方法的改革与教学手段的运用是相辅相成的,在现如今这个多元化的时代当中,随着我国各行各业的快速发展,人才需求量逐渐增多高职院校作为培养社会发展所需人才的有效途径之一,如果高职院校教学方式仍墨守成规,不进行教学的创新,发展道路将越走越窄。教师应重视课程教学的创新,发现问题及时总结,积极探索市场营销教学改革之路,努力培养并向社会输送适应市场需求的技能型营销人才。

参考文献

- [1] 高强,李国华,崔振裕.职业技能比赛对高职学生职业能力培养的有效性研究——以市场营销专业为例[J].中国多媒体与网络教学学报(中旬刊),2019(09):139-140
- [2] 彭绮.基于高职市场营销“专业、职业、创业”三阶段教学模式创新探究[J].经营管理者,2017(10):382.
- [3] 王明霞.从预设到生成:行动导向项目教学法在高职教学中的应用:以市场营销专业为例[J].职教论坛,2017(3):77-80.
- [4] 陈威.浅谈市场营销专业的教学现状及改革趋势[J].知识经济,2016(11):114.