

于社会环境观念的造成的影响,长久以来,社会观念更加倾向与对接受普通教育学子的尊重,这导致农村地区大量优质生源进入普通教育,进入农村中等职业教育的生源很多是被迫而来,这对于农村中等职业教育的培育质量带来很大的结构性问题,对农村中等职业教育的发展非常不利,最终将导致培育学生的质量与市场要求形成差距,影响毕业生就业率,从而导致一个恶性循环。

2.2农村职业教育资金获得渠道单一,仅靠政府投入

目前我国农村地区中等职业教育的资金来源主要依靠政府财政扶持,来源渠道单一,资金储备薄弱。究其原因,农村地区的中职院校发展对社会组织、非政府组织、当地企业、民间力量的资金没有吸引力,没有充分调动这些力量投入的积极性,这样的结果就会导致因财政投入不足而导致发展不足,从而影响招收优质师资力量的环节,继而导致农村中等职业教育的良性发展。

2.3企业参与职业教育积极性不高,专业师资无法保证

职业教育的一大特性就是其对技术专业能力的培养,它所培育学生的目标是为企业的生产服务,因此对于学生的培养,纯理论的教师是无法满足这一需求的,这就需要向企业招收一些业务能力强,专业素养好的技术型教师,然而农村地区生活环境的恶劣以及学校资金吸引力的不足,会很吸引双师型的教师资源的到来,这对于学校专业设置以及企业的对接环节都会呈现出动力不足的问题,企业参与度低也会相应的导致人才培养的就业率,从而阻碍农村中职教育发展。

3农村中等职业教育走出发展困境的对策探究

3.1引导大众对职业教育发展树立正确观念,提高职业教育社会地位

当前,很多人的中等职业教育的观念存在很大的落后性,尤其是在农村地区。对此,各地相关责任部门应该扩大对职业教育作用性的宣传力度,加大对民众职业教育观念的正确引导,降低农民对农村中等职业学校的误解;其次,要提升农村中等职业教育受教者的质量和自信心,有意识的改善受教育者之前偏差的思想观念。

3.2拓宽农村中等职业教育投入渠道,明确企业责任

目前农村中职教育资金的主要来源为政府财政支出的教育经费,但是对于农村中职教育的发展来说,仅仅依靠政府财政教育经费的支出是不够的。应该拓宽农村中职教育资金来源渠道,促使企业成为发展该教育类型的参与者,吸引企业的资源投入到发展农村中职教育的建设中去。政府可以通过相应的法律法规和优惠政策,提升企业参与的积极性和责任感。

4结束语

提升农村经济实力除了对于全面贯彻科学发展观,促进建设社会的现代化有重要意义之外,对于社会的稳定、国民的经济发展根基、劳动力素质高低都有着密不可分的关系。农村经济及文化发展与建设的有效途径之一便是推进农村中等职业教育的发展,它的发展对于提升农村生产力有直接相关的作用,对于农村经济发展的重要不言而喻。

参考文献

- [1]张倩倩.中等职业教育发展困境的关键在哪[J].职教论坛,2015(31).
- [2]国务院关于大理发展职业教育的决定[N].人民日报,2005-11-10.

项目教学模式在中职市场营销专业的应用研究

王鹏

(太原铁路机械学校 山西 太原 030006)

[摘要]从现阶段发展而言,市场营销专业十分重视学生们自身实践能力的培养,显然在传统教学中,这一方面的工作存在诸多缺陷。为此,教师便需要改善原有的教学模式,这其中应用效果最好的便是项目教学法,以此促使学生们将学习的理论内容应用于实践之中,从而提高自身学习的主动性和积极性。

[关键词]项目教学模式;中职市场营销;应用

1市场营销课程的教学现状

1.1沿用传统学科讲授法

传统的教师课堂讲授法在教育发展史上因其知识传递的方便省时等优点一直在教学法中占据着主导地位,本无可厚非,然而,在职业教育教学中还是以其为主要教授方法,特别是像市场营销课程等实践性非常强的课程就显得有点“捉襟见肘”了。市场经济的快速发展与市场营销课程教学方法的滞后之间的矛盾,给当前中职市场营销课程教学提出了新的要求,如果继续沿用传统的教师讲学生听的讲授法,势必不能解决企业产品与服务理念的快速更新与营销人才综合素质低等问题。

1.2忽视了学生的主体作用

如前文所提及,中职学校市场营销教学沿用传统教学模式,过于注重教师的教学指导作用,学生往往处于被动的知识接受地位,自身的自主探究能力并未得到有效培养。这样的教学现状将极大限制学生主体主观能动性的发挥。市场营销专业学习对于学生自身的综合素养要求极高,如何基于当前教学现状探讨有效优化对策,真正激发学生的专业学习热忱极为关键。

1.3教学方法缺乏实践

市场营销专业的课程十分重视理论与知识的有机结合,因此可以算作是一种系统性课程。学生一方面需要针对基础知识展开学习,还需要在实践练习中不断获取经验。然而根据相关调查可以了解,目前多数中职院校不仅缺乏足够数量具有丰富工作经验的教师,而且自身软件环境也有着比较大的缺陷。如此便导致课堂教学的内容变得十分死板。久而久之,学生掌握的知识仅仅只能停留在理论层面,很难将其转变成应用能力解决现实生活中的问题。

2项目教学模式的具体应用

2.1专业基础课程设计

专业基础属于必修课程,需要开设贸易经济学、管理学原理、消费经济学等几项专业课程。市场营销专业学生需要数量掌握流通、贸易、消费经济、管理学等基础知识,这些支持属于深化与开拓营销专业知识的基础前提。现代社会中各企业有提出,希望学校方面培养具有创新能力、策划能力的营销专业人才。基于此,中职学校必须要认识到此类型人才需要对市场发展趋势有一个整体的了解,同时还应该具有一定的预见与分析能力,而专业理论知识培养是强化这些能力的基础条件。

2.2建立双导师教学模式

对于中职学校教育现状而言优秀的师资力量队伍的建设一直以来都是发展重点所在。对于中职教师而言,实践教学能力一直都是薄弱环节。为了更好地改善这一教学现状,在中职学校范围内可以有意识地建立双导师教学模式,一方面可以通过多样化的职业培训和学习提升中职教师的实践教学能力,成立理论知识教学导师队伍;另一方面可以针对性地引进拥有实践经验的工作者入校承担一定的教学任务,建立实践知识教学导师队伍。另外还可以从另一角度理解为除了中职学校的导师队伍以外,学生在进入企业进行实习的过程中可以学徒模式进行学习。企业环境中的师傅角色可成为实践培训师,对于学生在实习过程中的表现进行指导和记录,同时还可与学校环境内的理论知识教学导师就学生的实习状况进行实时沟通,真正为学生主体提供多方位的教学指导服务。

2.3借助网络资源,实现课程拓展

互联网时代,市场营销教学既要注重学生、师生之间的互动,还要兼顾专业拓展,以网络调研的形式,了解市场营销专业学生的知识掌握情况,使其通过班级微信群、微博、手机App等随时随地学习专业课知识。结合专业背景,向学生推广微课、慕课、翻转课堂学习方法,使专业知识更模块化,增加实践教学比重。从网络上下载与市场营销相关的优质学习资源,或者鼓励学生自主学习网易公开课、分析网络上的经典市场营销案例,有效弥补专业学习过程中的不足。在班级内成立网络专题学习小组,及时在微信群、微博等上传经典市场营销案例,由专业教师带领学生在线分析、讨论,学习该案例中的先进市场营销经验。同时,在课余时间带领学生策划一场校园市场营销活动,借助校园贴吧、官网、微信群、朋友圈、微博等进行线上推广宣传,并进行线下营销策划,将其纳入专业考核。

学校效仿各大高校做法,定期开展中职市场营销技能大赛,通过具体的案例,逐渐培养学生市场营销类问题的分析和解决能力,使其在实践过程中,对专业知识进行内化。具体实施过程是:选取一个企业,以小组形式展开调研,了解该企业在市场营销过程中面临的问题和困境,提出针对性的解决方法,形成一个完整的市场营销案例。将这一案例上传至网络平台,供师生投票,选出最佳市场营销案例用作教学素材。与此同时,小组成员还要借助微信、微博、校园贴吧等,策划一系列营销活动,为自己的作品拉票。相较于以往单一的课堂教学及课外实践方式,市场营销技能大赛不仅使学生体验了真正的市场营销,而且使他们参与到网络营销过程中,体会市场效果,真正将市场营销方面的专业知识学深学透,有助于学生的职业能力培养,使其具备较强的市场适应能力,契合了网络时代市场营销教学需求及该领域的人才需求。

2.4课程开展的主要形式

在进行项目设置的时候,必须时刻遵循循序渐进的基本原则,按照相关规定的要求逐步完成。如果直接让学生们去与客户们展开沟通,由于缺乏经验,学生自然会显得不知所措。所以在项目正式开展之前,教师必须向学生们针对基础知识展开全面讲解,尤其是将客户当作核心的基本理念。在进行任务布置的过程中,引导学生们可以先从自己的周围开始入手,包括自己的同学、朋友、父母以及亲戚,从自己熟悉的环境着手,能够为学生们提供一个过渡的阶段。

3结论

总之,在中职市场营销课程教学中应用项目教学法,符合素质教育理念,能够真正实现“教、学、做”于一体,有助于学生在实践中领悟知识。具体应用过程中,中职教师要以培养学生的营销思维模式和职业综合能力为目标,细致分析教学过程中的每一个环节,发挥项目教学法的优势,这样才能有效解决营销理论与实践相结合的问题,实现中职市场营销课程的教学目标。

参考文献

- [1]施晶晖.职业教育教学理论与实践[M].成都:西南交通大学出版社,2017:203.
- [2]马清梅.项目教学法在市场营销教学中的应用研究[J].教育理论与实践,2017,29(3):61-63.