

就业导向视角下中职市场营销教学改革探讨

费婉芳

郑州财经技师学院

[摘要] 中职学校对学生就业很重视, 笔者经过调查和分析, 发现从就业导向的视角看, 中职学校市场营销教学改革中存在问题, 如何推行以就业为导向的教学改革, 提高就业率, 提升教学质量, 是中职学校市场营销教学改革的重点。笔者提出了以就业为导向的中职学校市场营销教学改革的几点建议: 1. 推动教学内容改革, 优化课程体系建设; 2. 提高教师的实践能力, 打造双师型教师队伍; 3. 推动教学方法、教学模式的改革, 增加互动式教学; 4. 深入开展校企合作, 深化产教融合; 5. 重视教学实习, 实施工学结合的人才培养模式。为中职学校以就业为导向的教学改革提出了有意义的探索。

[关键词] 中职学校; 市场营销; 就业导向

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.1835

中职学校坚持以就业为导向的市场营销教学改革, 是提升中职学校教学质量, 保证学生就业率的需要, 有利于学校高质量发展, 也有利于满足企业对市场营销人才的需要。

一、中职学校市场营销教学改革中存在的问题

(一) 人才培养目标定位模糊, 教学目标宽泛

中职学校在市场营销专业的教学改革过程中, 需要紧密联系市场的变化和需求。教师应当根据企业对人才的需求, 充分结合当前实际, 从具体的营销需求出发, 制定相应的人才培养目标, 结合企业对市场营销人才的需求调整人才培养方案。但在市场营销专业的实际教学活动中, 教师所设定的教学目标很少结合企业需求, 人才培养目标存在定位模糊, 目标广而泛的问题。专业目标设定模糊, 学生很难学到最新的市场营销理论和技能, 教学效果不明显; 教学目标设定宽泛, 导致教师在教学过程中传授各种理论知识, 使学生接触的知识很多, 但是缺乏精简和归纳, 不够精准, 缺乏专业性, 影响学生的实践应用; 教学目标狭窄, 教师将教学重点放在销售和推销上, 过分强调销售技巧, 使教学效果受到了影响。

近年来, 市场营销专业培养方向较多, 以网络营销、新媒体营销、短视频营销等方向为主, 不少院校的市场营销专业在追求专业全面性上涉及多个营销领域, 但在人才培养与课程体系建设方面仅在少数专业课程方面有所差别, 而在人才培养与学生就业、创业能力提升、服务区域经济建设等方面目标并不明确。部分职业院校将“万能型”人才作为市场营销专业人才培养目标, 让学生学习各种职业技能, 这种“大而空”的人才培养目标致使学生学得多、学得杂, 难以专注某个方向, 不能深入学习某些职业技能, 使得学生好像是什么也学了, 但却什么也没学会, 最终导致培养出的学生不能满足就业岗位比较细致、具体的实际需求。

(二) 双师型教师数量不足, 实践能力不强

双师型教师是中职学校师资队伍的重中之重, 也是中职学校突出实践环节, 提高教学质量的关键因素。目前, 中职学校市场营销专业课教师中双师型教师数量严重不足, 由于大多数市场营销专业课教师是从“大学校园”直接步入“中职校园”, 缺乏熟练的专业技能和丰富的营销经验, 对学生实践和实训指导甚少。市场营销教学具有实践性, 学生实践能力的培养非常重要, 教师如果缺乏实践经验, 就会使教学活动成为纸上谈兵。

(三) 教师忽视对学生的实践能力的培养, 理论内容所占比重较大

在市场营销教学过程中, 教师不仅要让学生掌握理论知识, 还要提高实践技能, 培养学生的实践能力, 帮助学生更好地立足于社会。在市场营销专业的实际教学中, 教师设定的教学内容过于重视理论知识的学习, 忽视了对学生实践能力的培养, 没有做到理论知识和实践活动结合, 也很少从市场实际出发。目前中职学校的市场营销课程教学大多偏重理论、缺乏实践, 制约了市场营销教学的顺利开展。在这种模式下所培养的毕业生难以适应企业的用人要求。

(四) 校企合作的深度和广度不够

大多数中职学校开展校企合作还处于探索与起步的阶段, 还存在很多问题。目前, 很多中职学校市场营销专业的校企合作仅仅停留在企业接收学生实习的浅层次上, 没能从人才培养目标与评价、课程体系建构、专业设置标准、实训基地建设、实训教学等方面进行深层次的合作。

二、以就业为导向的中职学校市场营销教学改革的几点建议

(一) 明确培养目标, 把握专业定位

按照高质量发展要求, 坚持立德树人, 以服务为宗旨, 以就业为导向, 走产教融合发展道路; 紧密结合地方经济社会发展需要, 培养良好的综合职业能力和人文素质。XX学院结合“岗课证赛一体化”和学院专业发展要求, 优化市场营销人才培养方案, 系统整合专业课程标准体系。中职学校在课程设置时, 应当将学生作为教学的中心、就业作为课程导向, 不仅要重视专业理论知识的传授, 更要重视学生实践能力的培养, 提升学生的实践能力。教师要做好基础课程的教学, 培养学生的综合素质, 在市场营销专业要保证理论课程和实践课程的结合, 将国家职业教育标准、行业和企业准入标准、社会生产岗位标准、竞赛标准、某一产业链具体工作任务规定、学习者职业发展自我标准纳入专业人才培养计划, 并进行细分, 明确培养目标, 把握专业定位。

(二) 提高教师的实践能力, 打造双师型教师队伍

中职学校要鼓励中青年教师不仅积极申报双师型证书, 而且要积极下企业, 参与企业实践活动, 提升自己的专业技能, 成为名副其实的双师型教师, 既要有充分的专业理论知识储备, 具有双师型证书和相关职业资格证书, 更要了解专业发展趋势, 掌握专业核心技能, 打造一支懂理论、会实操的

双师型团队。

教师实践能力的提高可以有效促进学生的专业技能和实践能力的培养。中职学校可以邀请企业专家和技能人才到学校为学生授课,使学生了解到真实的营销环境,拓展课程内容,也可以组织学校的市场营销教师到企业中实践锻炼,市场营销专业课教师以企业员工的身份参与企业的市场调研、营销策划、现场销售等相关工作,真正做到了与企业的“零距离”对接,为教学积累了丰富的“实战”经验,使市场营销教学活动更具有说服力。同时也更深入了解了企业的用人需求,不断优化人才培养方案,有利于课改教改。通过把企业能手“请进来”和市场营销专业课教师“走出去”,也增进了中职学校与企业之间的沟通和了解,为促进中职学校双师型教师队伍建设打下良好的基础。

(三) 推动教学方法、教学模式的改革,增加互动式教学

学校要做好教学改革,就要创新教学方法,突出就业导向,提升学生的就业能力,将学生的知识能力培养和实践能力培养作为必要的教学目标。通过教学资源的优化配置,有效开展教学改革。有针对性地采取案例教学、情景教学、模拟教学和项目教学等体现“教、学、做”合一的教学模式研究和实践。在课堂上可以采用案例教学法,利用真实案例引导学生发现市场营销中蕴含的理论知识,利用模拟情景教学,使学生得到丰富的活动经验,在不同的案例中体会市场营销技巧,提升其营销技能。创建推动实践教学的环境和氛围,引进实训教学平台,建立实训教学场地,积极邀请有实践经验的企业能手在学校中担任兼职教师,讲授实践课程,帮助学生提高实践能力,建立完善的实践教学培养模式。

互动式教学法以学生为中心,教师引导,有效提高学生学习的积极性。可以通过案例教学、销售模拟、角色扮演等方式,通过教师的引导,使学生自主学习,提高学生的学习积极性。可以组织学生以小组合作的方式,开设模拟营销公司,通过小组成员的商议思考,决定模拟公司的经营方向,进行产品的选择和分配职务,专业学习和训练都可以通过小组展开,小组作为一个单位,遇到问题可以组织组员之间分工合作进行讨论,形成解决方案,并由小组代表阐述解决方案,小组之间开展互评,提高学生的参与意识和竞争意识,帮助学生深入掌握知识。教师通过总结点评,起到评价和考核的作用,建立以互动和考核为主的全新的教学模式。

(四) 深入开展校企合作,深化产教融合

推进产教融合,构建行之有效的运行机制和管理机制,坚持产教协同,积极拓展校企合作新模式,加强学校内涵建设,打造双师型教师团队,增强企业合作动力,实现双方互利共赢,搭建校企信息服务平台,实现线上线下融合。以XX学院为例,通过与郑州丝路天语电子商务有限公司,郑州软银科技公司和云和数据科技公司的多次调研和探讨,优化人才培养方案,在课程设置、师资培养、学生竞赛、实习实训、就业指导等方面实现校企合作的深度融合。

(五) 重视教学实习,实施工学结合的人才培养模式

以就业为导向,培养学生的营销综合能力,要采取理论与实践相结合的教学模式,重视教学实习,开展校企合作、

工学结合的培养模式,传统的校企合作都是由学校就业安置部门主导,以“顶岗实习”这种模式为主,但是这种初级层次的校企合作远远达不到“深化产教融合、校企合作”的要求。要想增加校企合作的深度和广度,教学管理部门也要发挥作用,要高度重视教学实习、工学交替,让学生在真正进入企业之前就对企业和本专业有了感性认识和岗位认知,专业课教学的针对性加强,学生能够学以致用,教学相长。因此,“教学实习,工学交替”校企合作模式是今后职业教育教学工作改革的必然之路,有效实现教学与职业岗位的有效对接,实现“教、学、做”技能递进提升。

(六) 在学校实训期间,积极开展形式多样的技能竞赛

中职学校教学模式以技能培养和实践为主要内容,多种形式的技能竞赛活动可以全面提升学生的技能素养,提高学生的就业能力。对于市级以上的技能比赛,院校可以鼓励和组织本校学生、教师积极参加,并对成绩突出、获得名次 的学生进行不同层次的奖励,提高学生参赛和 实践的兴趣。学校也可以开展校级的竞赛活动,以XX学院为例,每年的11月份即为“校内竞赛月”,各个专业的教师和学生开展技能大比拼,提升了师生的技能水平,同时及时总结经验,建立符合当前职业教育特点和教学特色的技能大赛制度体系。

(七) 加强基础设施建设,完善学生实训管理

中职学校加强基础设施建设,可以有效培养学生的营销能力和专业技术。以XX学院为例,市场营销实训室由原来的“模拟超市”“蜗牛创业工作室”“市场营销综合实训室”等5个实训室,近两年又新建了“财经微商城”“商务技能实训室”等共计7个实训室。通过建立模拟实训室,配备现代化办公设备和多媒体设备,满足市场营销专业学生市场营销综合实训的需要,训练学生的创业创新能力和新媒体营销技能,满足学生实践教学的需要,使学生可以接受良好的实训教学。根据教学培养目标的需要,开展学生实习管理,为学生的就业奠定良好的基础,使学生毕业后能够迅速融入企业和社会,避免理论与实践脱节。

三、结语

随着企业用人需求的要求越来越高,市场营销专业学生不仅要提高理论水平,更要具备充分的实践能力,良好的职业道德,满足企业的用人需求,才能保证对口就业率,提高学生的岗位适应能力。在中职学校的教学改革中,只有充分重视以就业为导向,才能提高教学质量,提高中职学校教学效果,促进学校高质量发展。

参考文献:

- [1]周业锐.就业导向下市场营销专业职业教育分析[J].现代职业教育,2017(14).
- [2]吴智萍.市场营销专业教学改革研究[J].现代职业教育,2017(27).
- [3]代敏.以就业为导向的市场营销专业教学改革探讨[J].山西青年,2017(18).
- [4]程季红.市场营销专业教育教学改革分析[J].人力资源开发,2016(8).