

创业背景下高校市场营销实践教学优化措施分析

郭玉珍 曹瑶 龙琪

湖南应用技术学院

摘要:在“双创”的时代背景下,培养具备创新创业能力的中职人才对于推动社会经济发展方式转型,实现中职教育的可持续发展至关重要。相较于其他专业,市场营销专业具备与市场契合度高、与市场经济发展密切相关的特性。然而,在当前复杂多变的国际和国内经济发展环境中,市场营销人才需求不断升级,这也加大了中职市场营销专业学生就业的挑战。为此,中职学校需要在创业背景下寻求学生就业的新路径。实践教学作为培养学生创业能力的重要环节,对于提升学生综合素质、促进创业理论与实践的结合具有重要意义。在创业的大环境下,中职学校应全面优化市场营销实践教学,使其更好地适应创业的需求。

关键词:创业背景; 市场营销; 实践教学

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2024.04.181

引言

中国经济发展正进入新的阶段,特别是涌现出为个人提供新机遇的新型营销模式。政府高度重视职业教育的就业和创业问题,出台了一系列旨在改善就业和创业环境、转变观念、提升学生创业能力的政策和措施。工业各领域的快速发展离不开高质量、高技能、有实力的专业人才的支持和保障。因此,在创业背景下,教师需要思考如何优化职业营销实践教学。创新创业是培养营销人才实践技能的核心。学生需要满足雇主的高标准,不仅需要具备良好的综合素质,还要具备适应市场需求的实践能力和创新创业能力。然而,在人才培养过程中,营销实践教学的效果并不理想,往往与企业的发展脱节,教学内容不足。

一、创业背景下中职市场营销实践教学优化的价值

(一) 促进社会经济转型

在创业背景下,优化中职市场营销实践教学可以发挥重要作用,促进社会经济转型。通过实践教学,学生将更深入地了解市场营销的实际操作和行业需求,培养创新思维和实践能力。这不仅有助于提升学生的就业竞争力,还为企业的市场拓展和产品创新提供更多可能性。实践教学模式能够培养适应市场变化、具备创新创业能力的中职市场营销人才,从而推动企业的转型升级,助力经济结构的优化和升级。通过这种方式,中职学校能够为社会经济发展提供更多具有实践能力和创新精神的人才,为经济转型提供了坚实的人才支撑。

(二) 缓解学生就业压力

优化中职市场营销实践教学不仅有助于提升学生的就业竞争力,还能够有效缓解他们的就业压力。通过实践教学,学生将不仅掌握市场营销的专业知识,更能够

熟练掌握实际操作技能,从而更具备市场竞争力。此外,实践教学还为学生提供了更广泛的就业机会,他们在实习过程中能够积累丰富的工作经验,建立起重要的人脉关系,进而增加就业机会。这种实践教学的模式不仅有助于学生更好地融入职场,减轻了他们的就业压力,也为个人就业与社会经济发展的良性互动提供了重要支持。

二、中职学校市场营销教学存在的问题

(一) 陈旧的营销理念

在市场营销教学中,陈旧的营销理念是一个显而易见的问题。一些学校在教学内容方面滞后,未能及时更新营销理论和实践,导致学生学习到的知识与市场需求脱节^[1]。这种情况下,学生很难适应现代市场的快速变化和激烈竞争,影响了他们的就业竞争力和职业发展前景。营销理念的陈旧性可能表现在课程设置、教材选择以及教学方法等方面,需要通过更新教学内容、引入最新的市场营销案例和实践经验等措施加以改进。

例如,一些学校在课程设置方面可能仍然沿用传统的教学内容,未能及时反映市场的最新变化和趋势。比如,在市场细分、目标定位和品牌定位等方面,仍然依赖过时的理论框架,无法适应当下市场的多样化和个性化需求。此外,教材的选择也可能存在问题,部分教材内容过于陈旧,未能涵盖新兴的营销理念和实践案例,给学生带来了知识上的滞后感。再者,一些学校可能还在使用传统的教学方法,如单一的讲授模式,而未能引入更加互动和实践性强的教学方式,导致学生对市场营销实践的理解和应用能力不足。

(二) 实践教学管理环节薄弱

在实践教学管理环节存在薄弱之处是一个显而易见

的问题。一些学校缺乏有效的实践教学管理机制，导致实践教学活动的组织、指导和评估不够规范。这可能导致实践教学质量参差不齐，一些学生未能真正获得实践经验，无法将理论知识应用到实际中去，进而影响了他们的综合素质和就业竞争力。管理薄弱可能表现在教学计划的制定、实践项目的组织与指导、学生实践成果的评估等方面，需要学校建立完善的管理体系，明确责任分工，加强实践教学过程中的监督与评估，确保实践教学活动的质量和效果。

例如，在教学计划的制定方面，一些学校可能缺乏系统性和科学性，没有充分考虑到实践教学的具体目标和学生需求，导致实践活动缺乏针对性和实效性。在实践项目的组织与指导方面，学校可能存在指导不到位、组织不够规范的情况，导致学生在实践活动中缺乏有效的指导和支持，无法达到预期的学习效果。另外，在学生实践成果的评估方面，由于评估标准不明确或评价方式单一，可能导致评价结果不准确或片面，无法客观反映学生的实际水平和能力。在实践项目的组织与指导中，学生可能存在不够主动地参与实践活动、缺乏计划性和目标性的情况。这可能导致实践活动的开展缺乏组织性和条理性，学生未能有效地安排时间和任务，导致项目进展缓慢或效果不佳^[2]。此外，学生可能在实践过程中缺乏自我约束，无法有效地管理自己的学习时间和行为。他们可能容易受到外界干扰，导致学习效率低下或者产出质量不高。这种情况下，学生需要培养自我管理能力和计划执行能力，学会设立明确的学习目标和时间安排，以提高学习和实践的效果。同时，学校也需要加强对学生的指导和监督，引导他们养成良好的学习习惯和自我约束能力，从而提升实践教学的效果和学生的综合素质。

（三）学生缺乏自我约束

在实践教学管理环节存在薄弱之处是一个显而易见的问题。一些学校缺乏有效的实践教学管理机制，导致实践教学活动的组织、指导和评估不够规范。这可能导致实践教学质量参差不齐，一些学生未能真正获得实践经验，无法将理论知识应用到实际中去，进而影响了他们的综合素质和就业竞争力。管理薄弱可能表现在教学计划的制定、实践项目的组织与指导、学生实践成果的评估等方面，需要学校建立完善的管理体系，明确责任分工，加强实践教学过程中的监督与评估，确保实践教学活动的质量和效果。

例如，在校园企业合作项目的开展过程中，一些学

生可能表现出参与意愿不强、自我管理能力较差的情况。这可能导致项目组织和实践指导方面存在一定的困难，学生未能有效地参与到项目中去，导致项目实践活动的开展出现混乱和无序的现象。学生可能缺乏对实践活动的主动性和积极性，未能充分利用实践机会，无法将课堂学习的理论知识与实践操作相结合，从而影响了项目的实施效果和学习效果。这种情况下，学生需要加强自我管理能力的培养，提高对实践活动的重视程度，同时学校也需要加强对实践项目的组织和指导，为学生提供更好的实践环境和指导支持，从而提升实践教学的质量和效果。

三、创业背景下中职市场营销实践教学优化的具体措施

（一）校企合作优化实践教学设计

积极开展校企合作，将市场营销实践教学与企业实际需求相结合。学校可以与企业合作，邀请企业专业人员或市场营销从业者参与教学设计和实践指导，确保教学内容贴近实际市场情况，提高学生的实战能力和就业竞争力。

例如，学校与当地一家小型企业合作，共同开展市场调研项目。学生可以在企业的指导下，实地进行市场调研，了解产品市场需求、竞争对手情况等。通过与企业的合作，学生可以亲身体验市场营销实践过程，了解市场营销策略的制定与实施。同时，企业可以从学生的市场调研报告中获得实用的市场信息，为企业的市场决策提供参考。这样的校企合作项目既能够提升学生的实践能力，也能够促进学校与企业之间的深度合作，实现双赢局面。在校企合作优化实践教学设计方面，学校可以与当地企业合作，开展市场营销实践项目。

例如，学校与当地一家小型企业合作，共同开展市场调研项目。学生可以在企业的指导下，实地进行市场调研，了解产品市场需求、竞争对手情况等。通过与企业的合作，学生可以亲身体验市场营销实践过程，了解市场营销策略的制定与实施。同时，企业可以从学生的市场调研报告中获得实用的市场信息，为企业的市场决策提供参考。这样的校企合作项目既能够提升学生的实践能力，也能够促进学校与企业之间的深度合作，实现双赢局面。

（二）建设实训场所，提高技能水平

建设配套完善的实训场所，如模拟市场营销实验室、营销策划实训基地等，为学生提供仿真实战场景，进行市场调研、营销方案制定、推广实施等实践活动。

通过实际操作，学生能够提高市场营销的操作技能和解决问题的能力。为了提高学生的市场营销技能水平，学校可以建设模拟市场营销实验室。这个实验室可以模拟真实的市场环境，包括展示陈列、产品推广、客户服务等各个方面。学生可以在这个实验室中进行市场调研、产品定位、市场推广等实践活动。

例如，学生在模拟市场环境下可以分成小组，每个小组负责一个特定的产品或服务，并根据市场调查结果制定相应的产品定位和市场推广方案。他们可以利用模拟展示陈列来展示他们的产品或服务，并演示销售技巧。在这个过程中，学生需要运用所学的市场营销理论知识，同时面对实际的挑战和问题，如市场竞争、消费者需求变化等，从而培养他们解决问题的能力 and 团队合作精神。同时，学校可以邀请具有丰富市场营销经验的专业人士来指导学生的实践活动，提供宝贵的实战经验和专业指导，帮助学生更好地理解市场营销的实践要求，进一步提升他们的实践水平和职业素养。

（三）教学的主要目的是培养实用应用型人才

教学的主要目的在于培养学生的实用应用能力，这意味着注重培养学生的市场洞察力、创新能力和团队协作能力。通过项目驱动式教学、案例教学等方式，学生能够参与真实的市场项目或案例分析，从而在实践中提升自己的能力。例如，在项目驱动式教学中，学生可以分组开展市场调研、策划营销方案等实践项目，从中学习如何分析市场情况、制定有效的营销策略。而在案例教学中，学生通过分析真实的市场案例，掌握市场营销中的实际操作技巧和策略，培养解决问题的能力 and 创新思维。通过这些教学方法，学生不仅能够提高自己的实践能力和创新意识，还能够培养团队协作精神，为将来的职业发展打下坚实的基础。

例如，可以组织学生参与真实的市场调研项目，让他们深入了解市场的运作机制和消费者需求，从而培养他们的市场洞察力。同时，学生可以参与市场营销策划比赛或模拟经营项目，通过实际操作来制定营销方案和解决实际问题，从而锻炼他们的创新能力和解决问题的能力。此外，通过小组合作的方式，让学生共同完成市场营销项目，培养他们的团队协作能力和沟通能力。通过这样的教学方式，学生不仅能够掌握市场营销的理论知识，还能够培养实际操作能力，为将来成为实用应用型人才打下坚实的基础。

（四）注重专业知识培训

加强市场营销专业知识的培训是至关重要的，这包括市场调研、营销策划、品牌推广、销售技巧等方面的知识。通过多种教学手段，如课堂教学、实践操作和行业研讨等方式，学生可以全面地了解市场营销领域的相关知识和技能。在课堂教学中，教师可以系统地讲解理论知识，为学生奠定坚实的学科基础；在实践操作中，学生将所学知识应用到实际项目中，通过实践掌握操作技巧和解决问题的能力；而行业研讨则提供了与行业专家和企业代表交流的平台，学生可以从实践经验中汲取宝贵的教训和经验，了解行业最新动态和趋势。通过这些方式，学生不仅能够建立起扎实的专业基础，还能够提高在市场营销领域的竞争力和适应能力，为未来的职业发展打下坚实的基础。

例如，学校可以邀请市场营销领域的专业人士或企业高管来进行专题讲座，介绍市场营销领域的最新发展趋势、案例分析和实践经验。同时，开设专业课程，如市场调研与分析、品牌管理与推广、数字营销等，通过理论教学和案例分析，帮助学生系统掌握市场营销领域的核心知识和技能。此外，学校还可以组织学生参与实践项目，如实地考察、调研报告、市场营销方案设计等，让学生在实践中深化对专业知识的理解和应用，提高他们的实践能力和专业素养。通过这样的专业知识培训，学生将更加深入地了解市场营销领域的实际操作，为未来的就业和创业奠定坚实的基础。

四、总结

在创业背景下，高校市场营销实践教学的优化措施是非常重要的，它不仅可以促进学生的创新创业能力培养，还能够更好地适应市场需求，提高学生的就业竞争力。通过校企合作、建设实训场所、注重实用应用能力培养以及加强专业知识培训等具体措施的实施，可以有效地优化市场营销实践教学，提升教学质量和学生综合素质。未来，随着创业环境的不断变化和市场需求不断升级，高校应继续探索更加创新的教学方法和手段，不断提高市场营销实践教学的针对性和实效性，为培养更多优秀的市场营销人才做出更大的贡献。

参考文献

- [1] 朱力, 周朋程, 张必风. “互联网+”环境下应用型本科院校市场营销学课程教学改革探究[J]. 江苏商论, 2022(1): 117-120.
- [2] 樊涛. 创业背景下高校市场营销实践教学优化措施分析[J]. 中国管理信息化, 2022(6): 194-196.