

市场营销专业实践教学体系构建与学生创新创业能力培养研究

马明茜

江苏财经职业技术学院

摘要：本研究探讨了市场营销专业实践教学体系的构建及其对学生创新创业能力培养的作用。通过分析新经济时代对市场营销人才的需求，提出构建系统连贯的实践教学体系的必要性与策略。研究还提出了通过校企合作、创新教学方法和融入创新创业教育等途径，提升学生的实践能力和创新创业能力的具体路径，旨在推动市场营销专业教育的改革与发展。

关键词：市场营销专业；实践教学体系；创新创业能力；人才培养

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6288.2025.02.183

引言

随着新经济时代的到来，市场营销专业人才的需求发生了显著变化，企业对具备创新创业能力的人才愈发重视。然而，目前高校市场营销专业的实践教学体系在满足这一需求方面仍存在不足。本文基于市场需求变化，探讨了市场营销专业实践教学体系构建的必要性，并提出了具体的构建策略。研究指出，创新创业能力的培养应贯穿于实践教学各个环节，以提高学生的实践能力和职业素养。

一、市场营销专业实践教学体系构建的必要性与现状

（一）必要性分析

在新经济时代的背景下，对市场营销专业人才的培养，构建实践教学体系显得尤为重要。随着社会经济的迅猛发展，市场营销领域对人才的需求日益呈现出多元化的特征，企业不仅寻求理论基础深厚的专业人才，对具备卓越实战经验和创新精神的人才也有着迫切的需求。在历史视域中，市场营销的教育模式倾向于理论的教授，却忽略了对学生实际操作技能的培育。在当前的经济环境中，仅有理论知识是不足以满足市场多变且复杂的需求的。在不断演变的市场环境中，企业日益重视员工的专业技能，特别是针对数字营销与精准营销领域，期望学生能够熟练掌握并有效运用相关知识，以便迅速融入职场。通过建立实践教学的体系，显著提高了学生步入职场后的竞争能力。市场营销专业的学生，在毕业之后常常遭遇激烈的职场竞争环境。在学生求学期间，通过实践活动累积经验，不仅能够深化理论知识，而且助于在就业市场竞争中突显其实践技能，进而提升整体的职业竞争水平。在实际操作的学习过程中，学生得以接入市场实际运作情景，洞察产业发展之最新趋势，此种经

历为求职环节中的学生提供了对市场变化的敏感认识及职业技能素质的展示。实践教学体系的构建还是推动市场营销专业教育改革的重要环节。传统的专业教育方式以理论教学为主，实践教学环节较为薄弱，这种局限性使得学生无法有效地将理论与实际操作结合。构建一个系统化、连贯性的实践教学体系，不仅有助于提高学生的实际操作能力，还能够推动整个教育体系的改革创新，促进理论与实践的深度融合，提升教育质量和学生的综合素质^[1]。

“旺出淡归 螺旋提升”市场营销人才培养模式，即实施商业旺季学生去企业进行岗位实习和校外实训，商业淡季学生回学校进行理论学习和校内实训的多学期、分段式教学组织模式，学生在工学交替过程中接受“双导师”（学院和企业各1名导师）的指导和评价，使其专业能力、职业能力和就业能力得以螺旋提升的人才培养模式。如图1所示的专业知识和职业能力的螺旋提升。

（二）现状分析

高校教育实践中，市场营销教育环节暴露出多项待解决的难题。在现行教育架构下，实际操作的学习阶段常常是孤立且碎片化的，各个实际操作环节之间缺少必要的联系和协同，这使得学生的实践经验难以构建为一个完整的体系。在众多课程中，实践教学环节往往被孤立成单独的作业，而非作为整体教学的有机组成部分来进行系统化设计，这种做法使得学生难以在整个学习历程中构建起完整的实践技能与知识应用的体系。由于缺乏有序的实践活动教学，学生未能在实践中构建起逻辑一致的能力结构，这对其职场表现产生了不利影响。

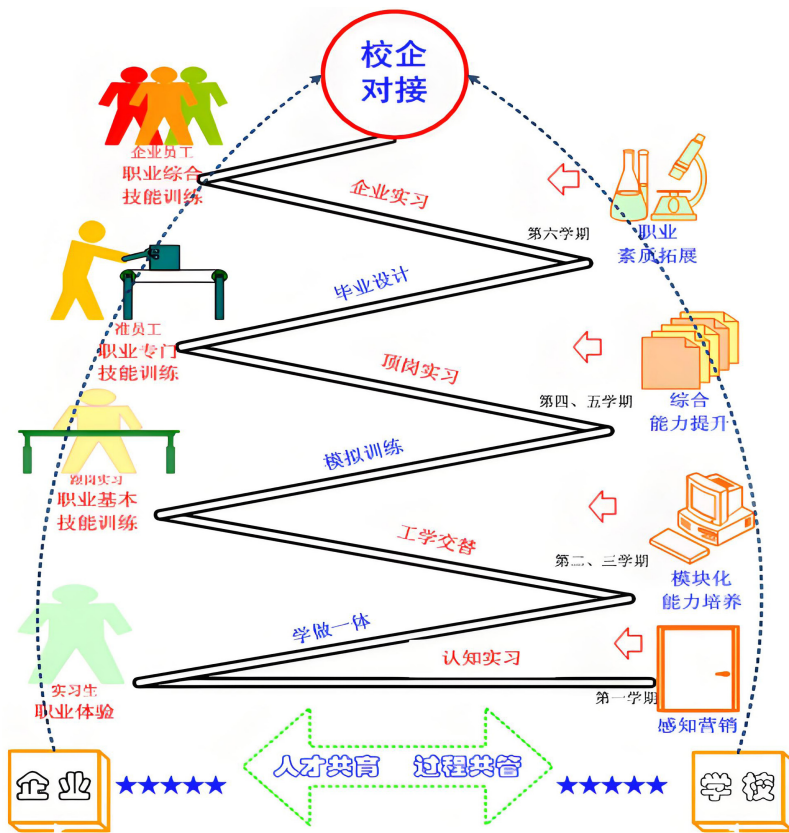


图1 “旺出淡归 螺旋提升” 市场营销人才培养模式

在教学的实操部分，常常出现了与现实市场和企业所需技能不符的状况。在众多高等教育机构中，市场营销专业课程的理论部分过多，而实际操作的机会偏少。在现实市场场景及行业操作流程的接触缺乏，致使学生群体的实际操作技能及市场反应灵敏性难以提升。虽然某些课程安排了实践教学部分，但这些内容通常仅仅停留于形式，未能与市场营销领域的实际工作有效对接。在众多高等教育机构中，实习计划往往仅停留于表面的短期活动，未能允许学生真正融入企业的实际工作项目中。在当前市场营销专业的实践教学体系中，单一的教学方法成为了主要的问题之一。在市场营销的教育领域，主导地位被传统的讲述式教学所持有，而与此相伴的实践训练，其设计和形式单调乏味，对学生主动参与及创新思维的激发效果不佳。

二、市场营销专业实践教学体系构建策略

(一) 明确实践教学目标

在市场营销领域，致力于打造一个以增强学生实践技能与职业品质为根本的教学体系模型。四个中心目标成为实践教学体系构建的焦点：在高等教育过程中，学生需深入学习市场分析、商品策划以及促销等营销领域的根本知识点与实操技巧。通过实际操作的锻炼，学生可以将理论中学到的知识应用于现实情境中。例如在案例分析与模拟市场环境的实践中，致力于提升学生对

市场调查及营销策略制定的流程与技巧的掌握。在市场营销领域，团队合作至关重要，因此，教学过程中应着重训练学生在此方面的技能，实际工作中的团队项目设置，能有效提高学生的团队协作与沟通能力。职业素养中，学生须具备初步的创业精神和创新能力，此二者可通过创业相关项目训练以及创新思维的培养得以实现。设定清晰目标后，学生将得以遵循融合理论与实践的学习途径，从而在市场中提升其竞争能力^[2]。



图2 能力目标

（二）设计系统连贯的实践教学环节

实践教学环节的构建对于系统连贯性的实现具有根本性的重要性。针对市场营销领域的专业课程，其教学规划应着重围绕四个核心部分进行实践教学环节的布局：进行专业课程的实训操作、投身于不同专业的校外实习、参与社会活动的实践以及参加学科内的竞赛活动，均是重要的学习过程。实训类课程作为理论知识与实践问题对接的桥梁，使学生有机会加深对学科的认识。真实职场氛围中的专业实习，使学生有机会通过实际岗位的体验，掌握宝贵的实践技能。本文对 420 名已经毕业的学生进行了问卷调查，通过电子邮件、微信和 QQ 等社交媒介向毕业生发放调查问卷。共发放了 420 份问卷，其中无效问卷 30 份，有效问卷 390 份，有效问卷率 93%。调查数据显示参与实习期超过六个月的学生中，大约有 80% 在毕业后成功获得了就业机会，这明确地指出了长期实习在提高就业竞争力方面所具有的重要影响。市场一线的实际操作应被提倡，让学生在社会实践调研与推广，洞察行业脉动，掌握需求的演变。例如商业模拟大赛等学科竞赛，成为学生综合实践能力锻炼的平台，在仿真情境中提升其商业操作与应用能力。连贯性是各部分环节设计中的关键要素，应精心规划课程内容的承前启后，以便学生能在逐步递进的学习与实践过程中，不断丰富其知识和技巧，以防知识技能的脱节。

（三）强化校企合作与产学研结合

在提高市场营销专业的实践教学成果中，学校与企业之间的合作起到了至关重要的作用。为了契合市场需求，高校和企业应构建长期稳固的合作伙伴关系，共同策划并实施实践教学计划。举例来说，学术机构可与企业界协作，构建实作训练项目，借此为学生营造逼真的职业场景及岗位体验，从而提升他们对于市场营销实践活动理解的认识深度。例如，院校与实体的联动能够孕育出诸如学生参与企业市场分析、商业战略规划等实际操作训练项目。企业能将市场营销的最新动态和需求，及时反映并整合到教学内容中，从而保障教学的时效性与实用性。研究机构应当强化与产业的协同，把企业的具体需求和学术机构的科研成果予以整合，借由研究项目的形式推进技术创新，并将这些技术成果转移至企业的日常运营之中。经过调查 390 名受访者发现，在参与校企合作项目的学生群体中，有 70% 的人实践技能得到了显著增强；超出 60% 的比例获得了由合作企业所提供的职业就业机会。数据显示，学校与企业之间的合作，不但促进了学生实践技能的提升，而且也为他们未来的职业生涯奠定了坚实基础^[3]，如表 1 所示。

表 1 校企合作对学生实践能力的提升效果

参与校企合作 (%)	实习时长 (月)	实践能力提升 (%)	就业机会 (%)
100	6+	70	60
80	3-6	60	45
50	1-3	40	30
20	<1	20	15

（四）创新实践教学方法和手段

随着市场营销行业的迅速发展，传统的讲授式教学方式已经难以满足现代市场营销专业对人才培养的要求。为了提升教学效果，高校应创新实践教学方法，采用多种手段。例如，情景模拟和案例分析是有效的教学工具，能够让学生在实际场景中运用所学理论解决问题。通过角色扮演，学生可以模拟企业中的不同岗位，从不同角度理解市场营销策略。项目导向式的教学方法能够将课程内容和实际项目结合起来，让学生在完成具体任务的过程中，培养实践能力和创新思维。现代信息技术的发展为市场营销实践教学提供了更多工具。例如，虚拟仿真实验室和在线学习平台的引入，不仅可以为学生提供更加真实的实践环境，还能够突破时间和空间的限制，提升教学的灵活性和效率。经过调查 390 名受访者发现，采用多元化教学方法的课程，其学生的实践能力提升率达到了 75% 以上，而传统教学方法却低于 50%，表明创新实践教学方法对学生能力提升效果显著。



图 3 不同教学方法对学生实践能力提升效果对比图

三、学生创新创业能力培养路径

（一）融入创新创业教育理念

在市场营销专业教学过程中，融入创新创业实践活动，对学生能力的提升具有显著效果。在高等教育中，应强化实践教学部分，纳入关于创新和创业的相关理论阐述、实际案例剖析及深入研讨。举例来说，教育机构能够采纳一些历史上著名的创业成功故事，通过这些案例，向学生展现企业在充满竞争的市场环境中如何通过创新来克服障碍并实现业绩增长，进而理解创新创业如何在现实世界中发挥作用。高等教育机构应当推行旨在培养创业精神和实施项目管理的计划，比如，学生被指派构思一个假设的创业计划，涵盖市场分析、产品设计及营销计划书的编制。通过这样的流程，学生能够显著提升其创业思考及项目实施技巧。在实践

教学的评价体系中,应当引入创新与创业能力的考核,并设立具体明确的评价准则,通过项目设计及其执行成果,对学生创新创业能力进行量化评估。经过调查390名受访者发现,采纳了创新及创业教育课程的大学院校中,多数学生(超过60%)感受到其创业观念得到了强化,而接近半数的学生(约40%)表达了毕业后的创业意愿,这一现象表明,该教育模式对于学生创新及创业素质的提高具有显著效果^[4]。

(二) 开展创新创业实践活动

学生实际创业能力的提升,关键在于开展丰富的创新创业实践活动。大学应当倡导学生们投身于创业规划比拼、商业模拟竞赛以及社会实际操作项目等活动中。让学生通过实际行动,直接感受创业的过程,从而锻炼并提升其创新思考和创办企业的技能。参与创业计划竞赛的学生需制订一套涵盖市场分析、财务预估及风险控制商业计划文档,借此深入认识创业全过程并增强实际操作技能。实践活动中,团队协作与沟通能力得到显著增强。据调查数据揭示,在参与创业计划大赛的学生群体中,四分之三的学生报告其创新技能有了显著增强,而超过六成参赛者表示在赛事中提高了对市场的敏锐感知及对竞争的认识。为了确保校园活动的顺畅进行和学生们的愉悦参与,各高等教育机构有责任提供必需的财政援助和策略指导。

(三) 建立创新创业导师制度

制度化的创新创业指导导师,能够向学生直接提供创业方面的辅导及援助。在高等教育机构中,可邀请拥有深厚行业背景和创业成就的校友及企业界人士,担任指导导师,为创业途中的学生提供个性化的辅导和支持。不仅为学生供应了业界的先进资讯与资源辅助,导师们亦凭借自身的创业历程,为学生们揭示了实践问题的应对策略。在创业路上,学生可能会遭遇市场进入的难题和产品定价的困惑,而导师的过往经验可提供启示与解决方案。通过该体制,学生们得以明晰未来的职业蓝图及前进轨迹,有效减少创业征途上的迷惘与差池。经过调查390名受访者发现,参与导师计划的学生中,有近80%的人认为导师所提供的行业资源及职业规划建议对其职业生涯起到了至关重要的作用,而70%的人表示导师协助他们解决了创业过程中所面临的实际问题^[5]。如表2所示。

表2 导师制度对学生创业能力的影响

导师参与 (%)	创业规划明确 (%)	行业资源支持 (%)	解决实际问题 (%)
100	80	70	70
75	65	60	55
50	50	40	35
25	35	25	20

(四) 完善创新创业服务体系

建立完善的创新创业服务体系,是保障学生创新创业能力持续提升的重要保障。高校应为学生提供全面的服务体系,涵盖政策咨询、资金扶持、项目孵化等方面。例如,高校可以设立专门的创新创业中心,帮助学生申请政府或学校提供的创业资金,同时提供创业政策的咨询服务和法律支持。创业服务体系应加强与企业、政府机构、行业协会等的合作与交流,通过资源整合,为学生创业项目的实施提供更多机会和支持。例如,学校可以与当地孵化器合作,为学生提供免费的办公空间和创业辅导服务,帮助其创业项目实现落地。经过调查390名受访者发现,建立完善创业服务体系的高校中,学生创新创业成功率提升了25%,而成功孵化的创业项目数量提升了15%。这种系统的服务体系有效保障了学生创新创业成果的持续转化与应用。

结语

市场营销专业实践教学体系的构建与创新创业能力的培养紧密相关,完善的实践教学体系不仅有助于提升学生的就业竞争力,还能推动专业教育的持续改革。通过校企合作、创新教学方法和加强实践环节,高校能够更好地培养适应市场需求的复合型人才。通过完善创新创业服务体系,可以为学生提供更好的创新创业支持,进一步提高他们的创新创业能力,助力其职业发展。

参考文献

- [1] 彭怡. 基于职业素质培养的营销专业实践教学体系研究[J]. 老字号品牌营销, 2023, (24): 177-180.
- [2] 王慧, 陈春晓, 刘桂菊. 高校市场营销专业“专创融合”教学体系构建与探索[J]. 科学咨询(科技·管理), 2023, (09): 141-143.
- [3] 赵蕾. 市场营销专业现代学徒制实践教学体系构建——评《基于现代学徒制营销专业实践教学体系构建》[J]. 中国教育学刊, 2023, (08): 128.
- [4] 杨龙女. 基于大学生创新创业能力培养的实践教学体系构建与实施——以服装智慧营销专业为例[J]. 四川劳动保障, 2023, (05): 99-100.
- [5] 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.

作者简介: 马明茜, 江苏财经职业技术学院, 1985年9月, 女, 江苏淮安, 汉族, 博士研究生, 讲师, 市场营销。