

就业导向下中职市场营销专业人才培养模式 改革创新探讨

孙梦怡

红河州财经学校, 云南 红河 661199

摘 要 : 在快速发展的经济背景下, 中职市场营销专业的人才培养面临新的挑战与机遇。随着市场环境的变化和技术的发展, 传统的人才培养模式逐渐显现出诸多问题, 如理论教学与实践相脱节、课程设置与就业岗位需求不匹配、职业素养和岗位能力培养不足、教师实践经验不足且教学方法单一等。这些问题直接影响了学生的就业质量和职业发展, 也制约了中职院校的长远发展。面对这一现状, 就业导向下的中职市场营销专业人才培养模式改革创新迫在眉睫。

关 键 词 : 就业导向; 中职市场营销专业; 人才培养模式; 改革创新

Discussion on the Innovation and Reform of the Training Mode of Secondary Vocational Marketing Professionals under the Employment Orientation

Sun Mengyi

Honghe Finance and Economics School, Honghe, Yunnan 661199

Abstract : Under the background of rapid economic development, the talent training of secondary vocational marketing majors is facing new challenges and opportunities. With the changes in the market environment and the development of technology, many problems have gradually emerged in the traditional talent training model, such as the disconnection between theoretical teaching and practice, the mismatch between curriculum and job demand, the lack of professional quality and job ability training, the lack of practical experience of teachers and the single teaching method. These problems directly affect the employment quality and career development of students, and also restrict the long-term development of secondary vocational colleges. In the face of this situation, it is urgent to innovate and reform the training model of secondary vocational marketing professionals under the employment orientation.

Keywords : employment orientation; secondary vocational marketing; talent training model; innovation and reform

一、当前中职市场营销专业人才培养模式的困境

(一) 理论教学与实践相脱节

在中职市场营销专业的传统教育模式里, 理论教学与实践教学之间存在着较为明显的脱节现象。^[1] 学校教育更侧重于课堂教学, 教师依据教材进行知识点的讲解。然而, 这些理论知识停留在书本层面, 缺乏与实际商业环境的有效连接。学生在课堂上所学到的概念和模型, 在真正面对市场时可能显得苍白无力, 无法直接应用于解决现实问题。课堂内的理论讲授通常遵循固定的模式, 按照章节顺序逐步推进, 这种方式难以激发学生的主动性和创造性思维。^[2] 以市场调研课程为例, 课本中会详细介绍抽样方法、问卷设计、数据分析等步骤, 但学生很少有机会亲自参与完整的调研项目。他们对市场的真实需求、消费者的反馈机制以及竞争对手动态的理解十分有限, 只能依赖于教科书中的案例, 与实际情况存在差距。

(二) 课程设置与就业岗位需求不匹配

一方面, 课程设置未能及时跟上市场变化的步伐。随着信息

技术的迅猛发展, 市场营销领域不断涌现出新的理念和技术, 如数字营销、社交媒体推广、大数据分析等, 但学校的课程更新速度跟不上市场需求的变化。部分中职院校的教材和教学内容仍停留在几年前甚至更早的水平, 没有充分融入最新的行业动态和发展趋势, 这使得毕业生在面对新兴营销手段时显得手足无措。^[3] 另一方面, 学校对不同岗位的具体要求了解有限, 课程安排缺乏精准性。市场营销岗位种类繁多, 包括市场调研、品牌策划、销售管理、客户服务等多个方向, 每个方向所需的技能和知识结构都有所不同。然而, 当前的课程设置采取“一刀切”的方式, 课程设置缺乏灵活性, 无法满足个性化发展需求。^[4] 部分中职院校为了便于管理和统一标准, 采用固定化的课程体系, 忽略了学生的兴趣特长和个人职业规划。一些具有创新思维或特定技能的学生, 在这种标准化的教学模式, 难以得到充分的发展空间。

(三) 职业素养和岗位能力的培养不足

在中职市场营销专业的人才培养过程中, 职业素养和岗位能力的培养未能达到理想状态, 制约了学生未来的职业发展。^[5] 从职业素养来看, 当前教育注重的是基础知识的传授, 在塑造学生职

业道德、职业态度等方面存在明显短板。传统课堂往往将更多精力放在理论知识讲解上，对于诚信理念的渗透力度不够，使得部分学生在面对利益诱惑时难以坚守原则底线，这无疑为日后步入职场埋下了隐患。就岗位能力而言，现有教学模式下所培养出来的学生普遍存在实际操作技能薄弱的问题。^[6] 市场营销工作本身具有很强的应用性和实战性，要求从业者具备市场调研分析、营销策划执行、客户服务管理等多项综合能力。但现阶段许多学校在教学安排上仍然以理论课程为主导，忽视了对学生动手能力和创新能力的锻炼。学生虽然掌握了大量书本上的概念术语，却不知道如何将其灵活运用到具体业务场景当中，导致毕业后很难快速适应工作岗位的需求。

二、就业导向下中职市场营销专业人才培养模式的创新途径

（一）加强校企合作，强化实践教学环节

通过与企业建立紧密的合作关系，能够使学校更加了解市场需求的变化趋势，从而调整课程设置和教学内容。^[7] 学校可以邀请企业参与人才培养方案的制定过程，确保课程体系与实际工作环境紧密结合。例如，企业代表可以在专业指导委员会中担任重要角色，根据行业最新发展动态提出建议，使课程内容紧跟时代步伐。在具体实施方面，建立实习基地是不可或缺的一环。实习基地不仅为学生提供了真实的职场体验场所，还让其有机会将课堂上学到的知识应用于实际工作中。学校应积极寻找并建立稳定的实习基地，确保每位学生都能获得足够的实践机会。^[8] 对于市场营销专业的学生来说，这包括但不限于市场调研、品牌推广、销售技巧等多个方面的实践活动。在实习过程中，企业会安排经验丰富的员工担任导师，指导学生完成相关任务，同时帮助他们发现自身优势与不足之处，以便及时改进。为了进一步深化校企合作，开展订单式培养也是值得提倡的方式。这种方式意味着企业在入学时就与学校签订协议，确定所需人才的数量、规格以及特殊要求等细节。随后，学校依据这些条件量身定制教学计划，在整个学习期间持续跟踪学生的成长情况，确保最终输出符合企业预期的人才队伍。如此，既解决了企业招人难的问题，又提高了毕业生初次就业率，实现了双赢的局面。^[9]

（二）构建知识、能力与素质并重的课程体系

首先，课程体系需涵盖全面的基础知识，包括市场营销原理、消费者行为学、市场调研与预测、广告学、销售管理等核心课程，让学生了解市场营销的基本框架和逻辑，为后续技能培养奠定坚实的基础。^[10] 对于基础知识的教学，可以采用案例分析的方式，选取贴近生活或行业经典案例进行讲解，增强学生的理解和记忆效果。其次，能力培养是课程体系的重要组成部分。学校可建立校内实训基地，模拟真实的企业营销场景，如开设模拟公司，让学生担任不同角色，从策划营销方案到执行促销活动，全程参与其中。通过这种方式，学生能够将所学知识运用到具体情境中，提高解决实际问题的能力。此外，鼓励学生参加各类职业技能竞赛，在比赛中锻炼团队协作精神和快速应变能力。邀请企

业专家作为评委或导师，提供指导和建议，帮助学生发现自身不足，进一步提升专业技能水平。^[11] 再者，职业素质的养成贯穿于整个教育过程之中。教师应引导学生关注社会热点话题，培养社会责任感，帮助他们成为既懂专业知识又具有高度社会责任感的复合型人才，为将来面对职场挑战做好准备。最后，构建科学合理的课程评估机制，确保课程体系的有效实施。定期对课程内容进行更新调整，保证其时效性；收集师生反馈意见，不断改进教学方法；建立多元化的考核方式，综合考量学生的理论成绩、实践表现以及个人成长情况，促进全面发展。

（三）推进教师队伍建设，提升教学质量

在就业导向下，教师队伍的建设更需要紧密结合市场需求，不断进行自我更新与升级。教师需要具备扎实的专业知识，同时还要掌握最新的市场动态和行业趋势，将理论与实际相结合，为学生提供更加贴合就业需求的教学内容。^[12] 首先，教师应积极参与企业实践，定期到企业挂职锻炼，了解企业的运作流程以及对人才的具体要求，积累丰富的实践经验。通过这种方式，教师不仅能够将企业的真实案例引入课堂，让课堂教学更加生动有趣，还能在教学过程中融入更多实用性的内容，增强学生的实践操作能力和解决问题的能力。其次，教师要不断更新教学理念，积极探索新的教学方法。传统的教学方式往往以教师为中心，学生被动接受知识，这种模式不利于激发学生的学习兴趣 and 主动性。^[13] 为了适应新时代的人才培养需求，教师应该转变角色，从知识的传授者变为学习的引导者和支持者。采用项目驱动式教学法，让学生参与到真实的营销项目中来，通过完成项目任务，提高学生发现问题、分析问题和解决问题的能力。再者，定期组织教师参加业务培训，提高其教育教学能力，确保教师队伍始终处于行业前沿，为培养高素质的市场营销专业人才奠定坚实基础。

（四）以就业为导向，完善教学评价体系

传统教学评价侧重于理论知识的记忆和理解，忽视了对学生实际操作能力和职场适应性的评估。然而，在就业导向下的人才培养模式中，教学评价应当更加注重学生在真实工作场景中的表现，以及其是否具备应对复杂职场环境的能力。因此，构建一个全面、科学、动态的教学评价体系至关重要。^[14] 首先，教学评价应从单一的知识考核转向综合能力测评。评价内容不仅要涵盖专业知识和技能的掌握程度，还应包括沟通技巧、团队协作、创新能力等软技能。例如，可以通过模拟企业项目或实习报告的形式，考察学生在实际情境中运用所学知识解决问题的能力。同时，评价主体也应多元化。除了教师评价外，还应引入行业专家、企业导师甚至同学之间的互评机制。通过多方参与的评价体系，不仅可以让学生获得来自不同视角的建议，也有助于增强他们对自身优势和不足的认识。为了确保教学评价的有效性，还必须建立一套完善的反馈机制。及时有效的反馈可以帮助学生明确改进方向，提高学习效果。具体来说，可以在每次评价后安排专门的时间进行一对一交流，帮助学生分析成绩背后的原因，制定个性化的学习计划。此外，还可以利用信息技术手段，如在线测评系统或移动应用程序，实现即时反馈，方便学生随时了解自己的学习进度。

（五）利用大数据技术，辅助就业服务

在当今数字化时代，大数据技术为中职市场营销专业的人才培养提供了全新的视角和手段。借助大数据平台，可以实现对学生学习过程的全程跟踪，从入学时的兴趣爱好评估到毕业前的职业倾向测试，全面记录学生的成长轨迹。通过建立行业企业数据库，整合来自不同渠道的招聘信息、企业需求报告以及行业发展预测等内容，学校能第一时间掌握市场最新动向。这不仅有利于课程设置紧跟时代步伐，确保所学知识技能贴合实际工作要求，还可以帮助学生提前熟悉职场环境，增强适应能力。^[15]例如，当某一特定领域突然涌现出大量职位空缺时，学校可以通过数据分析快速响应，在相关课程中增加针对性培训模块，帮助即将踏入社会的学生具备更强竞争力。此外，利用大数据进行个性化推荐也是辅助就业服务的重要组成部分。基于每位学生的学习成绩、

实践活动经历、个人特长等因素构建用户画像，结合企业招聘偏好建立数学模型，从而实现精准匹配。一方面，对于求职者而言，他们能够接收到更加符合自身条件和发展目标的职位推荐，减少盲目投递简历造成的资源浪费；另一方面，企业也可以从中筛选出最合适的人选，提高招聘效率。

三、结束语

综上所述，在就业导向指引下，通过对中职市场营销专业人才培养模式进行全面改革创新，能够有效解决当前存在的问题，培养出更多符合市场需求的应用型高素质营销人才，促进学生高质量就业，推动中职教育事业健康持续发展。

参考文献

- [1] 吴丽娟. 探索任务驱动法模式背景下中职市场营销教学模式的改革 [J]. 老字号品牌营销, 2023(23).
- [2] 唐凯杰. 中职市场营销教学中课程思政元素设计——以市场定位教学案例分析 [J]. 老字号品牌营销, 2023(17).
- [3] 周芳. 市场需求引导下的中职市场营销专业人才培养模式的有效研究 [J]. 科学咨询 (科技·管理), 2023(03).
- [4] 倪小君. 实践性教学方式在中职市场营销课程中的应用探讨 [J]. 科技经济市场, 2023(01).
- [5] 杨璐. 就业导向下中职市场营销专业教学探究 [J]. 理财, 2022(11).
- [6] 周玲妃. 新媒体背景下中职营销类课程线上线下实践教学改革探索 [J]. 新教育时代电子杂志 (学生版), 2021(43): 164-165-166.
- [7] 钟颖; 梁炎新. 高校思政课程实践教学体系构建研究 [J]. 教育观察, 2023(26).
- [8] 郑志梅. 中职市场营销专业课程融入“思政元素”的路径思考 [J]. 黑龙江教师发展学院学报, 2022(04).
- [9] 陈彦雄. 实践性教学方式在中职市场营销课程中的应用探讨 [J]. 现代职业教育, 2021(34).
- [10] 巴哈尔古丽·牙合甫. 实践性教学方式在高职市场营销课程中的应用探讨 [J]. 营销界, 2021(03).
- [11] 于茂荐; 鲁虹. 市场营销学课程思政实施探索 [J]. 营销界, 2020(38).
- [12] 马近卿. 中职院校市场营销专业人才培养的研究与实践 [J]. 营销界, 2020(16).
- [13] 马妍. 基于翻转课堂的课程思政教学——以《市场营销学》课堂教学为例 [J]. 现代营销 (信息版), 2019(10).
- [14] 兰晓华. 实践性教学方式在中职市场营销课程中的应用探讨 [J]. 数码世界, 2019(07).
- [15] 刘程晨. 浅析任务驱动法在中职市场营销教学中的应用 [J]. 大众投资指南, 2019(04).