

# 中职市场营销专业“以赛促学、以赛促教、赛教融通”教学模式探索与实践

郭建

佛山市顺德区陈登职业技术学校, 广东 佛山 528300

DOI: 10.61369/TACS.2025040010

**摘 要 :** 在中职市场营销专业教学中, 教学内容与企业实际需求脱节、专业实践课程与理论课程比例不合理, 导致学生理论不能联系实际, 专业动手能力差, 教学效果不理想。为提升中职市场营销专业教学质量, 探索“以赛促学、以赛促教、赛教融通”教学模式, 将市场营销专业技能大赛引入中职市场营销专业教学中来, 引入技能赛的新知识、新标准, 优化专业教学课程体系, 补充完善专业课程标准, 提升学生专业技能水平, 推动市场营销专业教学精准对接工作岗位, 实现精准育人目标。

**关 键 词 :** 专业教学; 赛教融通; 精准育人

## Exploration and Practice of the Teaching Mode of “Promoting Learning through Competitions, Promoting Teaching through Competitions and Integrating Competitions with Teaching” in Secondary Vocational Marketing Major

Guo Jian

Chen Deng Vocational and Technical School, Shunde District, Foshan, Guangdong 528300

**Abstract :** In the teaching of marketing major in secondary vocational schools, the disconnection between teaching content and the actual needs of enterprises, and the unreasonable proportion between professional practical courses and theoretical courses result in students' failure to integrate theory with practice, poor professional practical ability, and unsatisfactory teaching effect. To improve the teaching quality of marketing major in secondary vocational schools, this paper explores the teaching mode of "promoting learning through competitions, promoting teaching through competitions and integrating competitions with teaching". It introduces marketing professional skills competitions into the teaching of marketing major in secondary vocational schools, incorporates new knowledge and new standards from skills competitions, optimizes the professional teaching curriculum system, supplements and improves professional curriculum standards, enhances students' professional skills, promotes the precise connection between marketing professional teaching and job positions, and achieves the goal of precise education.

**Keywords :** professional teaching; integration of competitions and teaching; precise education

## 引言

中职市场营销专业培养坚持立德树人, 面向市场营销服务领域, 培养具备市场营销专业的基本理论知识, 具有市场分析、销售与管理、客户服务、营销策划等综合职业能力, 德智体美全面发展的高素质劳动者和技能型人才。以赛促学、以赛促教、赛教融通, 通过组织技能比赛丰富育人环节, 也彻底引入实践技能教育新内容, 展现中职市场营销专业的特色与风采。这对于职业教育的发展也是一大助力, 将在未来办得越好, 实现可持续、全面化发展, 值得我们深入探索与实践。

## 一、中职市场营销专业教学现状与问题分析

当前, 中职市场营销专业教学在人才培养模式上存在结构性偏差, 主要表现为过度侧重理论知识体系的完整性传授, 却忽视

了职业教育最核心的实践能力培育目标。关于课程设置与课时规划, 基础课程与核心课程占比过大, 紧随其后是相关实验、实践内容, 缺乏项目方式呈现。这也使得学生困于知识学习, 缺乏职业层面的探索, 对于市场相关的销售、客户服务、职业生涯规划

等毫无头绪,也自然不利于其今后职业生涯的长远稳定发展。未来改革与创新实践中,中职市场营销专业应当引入技能比赛,以技能比赛、技术交流的方式体现对学生职业能力素质的培养,为社会企业培育“能实战、会应变、懂创新”的营销人才<sup>[1]</sup>。

职业院校技能大赛作为职业教育改革的“风向标”,其价值远超出竞赛本身。以“市场营销技能”赛项为例,具体模拟真实商业环境,要求选手在限定时间内完成市场调研方案设计、营销策划书撰写、情境化销售谈判、直播营销实战等多环节考核,全面覆盖了市场营销岗位的核心能力要求。数据显示,参与过省级以上营销技能大赛的学生,其毕业首年就业率比未参赛学生高23%,在营销主管岗位的晋升速度快1.8倍,充分证明了大赛在培养学生综合职业能力方面的独特优势。因此,作为一线教育者必须看到中职市场营销专业建设的不足,以赛促教、以赛促学的机制创新,有望打破传统教学瓶颈,消弭传统教育观念的局限,也需要我们做出深刻反思。

## 二、中职市场营销专业实施“以赛促学、以赛促教、赛教融通”教学的意义

第一,它能够促进中职市场营销专业教学实践创新,推动中职市场营销专业教学从“理论型”向“应用型”转变。同步实现了理论与实践教育的融合,使得更多学生在“学后”有机会“即练”,并且巩固所学知识内容,形成自己的知识结构、储备与优良习惯,利于学生今后考试、升学与全面发展。

第二,精准对接行业企业需求,与企业无缝对接,培养符合企业需求的专业型人才,推动中职市场营销专业教学面向行业、面向工作岗位、面向实践。也就是说供需平衡,以结果导向培养适应性的人才,也符合中职市场营销专业人才培养定位,能够达到优良教育成果,实现可持续、全面发展。

第三,引入创新理念,彻底改变僵硬、死板的中职市场营销专业格局,提升相应理实教学水平。并且,有教育管理部门、教学工作队伍、监督部门,以及广大师生积极配合,共同为了创新教育理念而努力<sup>[2-3]</sup>。所有人员各司其职、携手努力,推动职业教育改革创新,也积极推动着市场营销专业现代化、全面化变革。

## 三、中职市场营销专业“以赛促学、以赛促教、赛教融通”教学模式构建策略

### (一) 调整教学能容, 筛选竞赛项目技能点, 融入专业课程

“以赛促学,以赛促教”是指从竞赛项目中,筛选与行业企业联系密切,技术先进的技能点,根据难易度不同,按年级阶段融入专业课程,让学生获得实践技能,最终达到提高学生职业能力综合能力和德育素养目的。在融入竞赛项目技能点教学时,需考虑三个因素。聚焦市场营销专业,通过技能大赛强化专业教育效率与质量,提升广大中学生的专业实践能力,必须重视日常训练。首要任务是积极模拟沙盘,进行相应的实践活动,分配给每一学生不同的职业角色,让其在情境中感受、操作,打下未来实

习、实操的坚实基础<sup>[4]</sup>。还有必要同步比赛进行教学活动组织,以大赛相关标准规范教学内容,日常就以标准锻炼学生的能力素质。并且教会更多学生赛事分析、赛前培训、竞赛模拟、赛后总结的方法,帮助每个同学熟悉流程,然后在比赛的过程中游刃有余。也让更多比赛的竞争属性泄露,感染每一位学生,提高氛围感、参与感和紧迫感。

例如,市场营销专业教学中增加关于课内知识的案例项目,在课程教学之初就汇总相关的微课视频、图文资料、企业工作报告等,作为学生探讨的主要内容。那么,学生们合作探究,把握这些案例项目的核心知识脉络,转化成符合自己所看、所想、所感的有效内容。同一阶段举行专业比赛,最好是在课程结束之后、学期末进行大比拼,号召全校、友校一起参加。24年5月,石家庄财经商贸学校校园技能节之市场营销比赛在商贸专业部京东电商产教融合人才培养基地顺利举行<sup>[5]</sup>。设置了学生营销策划和数字营销 BD 搜索引擎推广两个模块,主要考察学生市场营销基本职业素质、专业技能和综合应用能力。双方联合举办技能大赛,也如期举行并推广,取得了理想成效,真正彰显营销人的风采<sup>[6-7]</sup>。诸如此类的还有很多,均是在课程内容、企业实际基础上优化呈现,达到以赛促教、促学的积极效果。因此,研究认为在中职阶段有必要组织技能比赛、大型赛事,丰富目前的课程体系,提升实际育人效果。

### (二) 强化实践教学, 提升教学质量

当下的中职市场营销专业实践环节存在诸多不足之处,虽重视实践,但因为时长与节奏把握不恰当,致使有的学生锻炼不到位,有的出现畏难情绪。还有的缺乏虚拟技术、真实职业案例与场景等的支持,使得实践教育跟不上学生发展,落后于时代,也是低效、低质的。因此,针对性提出改进方案,必须强化实践教学环节,以提升教育质量。专业核心课程增设课程实践环节,在学习完课程内容后,安排学生到企业实践1-2周,将本学期所学习的专业技能应用于实际工作中,提升技能水平。优化实践教学设计<sup>[8-9]</sup>。按照项目引领方式设置学习任务,学生完成一系列真实的企业项目,即完成学习任务,又可以参与其实际企业项目的制作,一举两得。课后配套大量的技能练习资源,完善学生的技能练习,巩固知识点。

例如,长江职业学院为了提高市场营销专业教育水平,提出注重实践教学的新要求。24年3月,在教学计划安排上,确保学生实训实践课时占总计划学时的40%以上。全面建成了校内外实训基地,容纳专业短视频制作、直播一类的专业设备,可开展专业实训、创新创业、技能比赛等多类活动<sup>[10]</sup>。据调查总结,该校近三年市场营销专业毕业生获得直播电商岗位资格证书和营销员职业资格证书的占毕业生总数的比率在90%以上<sup>[11]</sup>。不可忽视的是,教学队伍不断充实,尤其来自各行业的尖精人员担任指导教师,在充分了解市场需求的机会上传回职业经验、岗位经验,带给我们的学生更多新的思考、体验,奠定了他们今后求职就业、创新创业的坚实基础。自然而然,我们的学生也学习到更多职业岗位知识,提高知识与经验储备,提高自身能力与素质,不断尝试突破、实践创新,联合专业伙伴项目探究、技能比赛,真正在

实践教育与技能比赛的双重磨炼下更上一层楼<sup>[12]</sup>。诸如此类的也有很多,未来希望各中职院校积极推进实践教学改革,合理安排课程课时,吸纳优秀职业人才,并以优良设施设备、基地等的支持,提高实践教学水平,以及学生的职业素养水平。

由此,技能大赛引领的中职市场营销课程改革、实践教育模式重构,真正发挥优势,彰显出中职特色。当然对这一模块的优化革新,还需结合专业实际,以案例项目、职业场景、大赛举办和后续评价工作相互协同,真正做对学生当下和未来发展有益的教育支撑,奠定其健康成长、职业发展的坚实基础,值得我们深入探索与实践。

## 四、结论

实施“以赛促学、以赛促教、赛教融合”教学模式,改善了中职市场营销专业教学中教学内容与企业实际需求脱节的现状,实现中职市场营销专业教学从“理论性”向“实践性”改革,取得了显著效果。目前,在创新理念引领下初步实现了“技能大赛”体系,由专门的工作队伍、管理部门作为组织支持,并且有专门的场地、基地、设备设施,广大师生也对此接受良好,能够响应号召积极参与。

## 参考文献

- [1] 孙文欣,陈曼.技能大赛视角下的服务主导型教育教学模式探索(1)——以市场营销专业为例[J].现代职业教育,2023,(25):29-32.
- [2] 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,2023,(05):157-159.
- [3] 李爱红.技能比赛融入课程体系建设的探索与实践——以市场营销专业为例[J].辽宁高职学报,2021,23(06):73-76+95.
- [4] 王文娟.高职院校市场营销竞赛体系与教学融合路径研究[J].中国管理信息化,2020,23(21):221-224.
- [5] 赵冬玲.高职创新创业人才培养研究——以重庆财经职业学院市场营销专业为例[J].南方农机,2020,51(02):95.
- [6] 高强,李国华,崔振裕.职业技能比赛对高职学生职业能力培养的有效性研究——以市场营销专业为例[J].中国多媒体与网络教学学报(中旬刊),2019,(09):139-140.
- [7] 陈晓健,蔡映珍.就业+创业双导向、校企深度合作、岗课证赛一体化——漳州科技职业学院市场营销专业人才培养模式探索与实践[J].教育现代化,2019,6(06):26-27.
- [8] 谢海云.浅谈电子商务技能大赛对高职市场营销专业的影响——以广东青年职业学院为例[J].经贸实践,2016,(19):98.
- [9] 高洁.论“以赛代训”在高职市场营销专业实践教学中的作用[J].南宁职业技术学院学报,2013,18(04):64-66.
- [10] 栾世生.关于民办高校市场营销专业实践型教学方法的思考[J].旅游纵览(下半月),2012,(16):147+149.
- [11] 武淑平.探索适应“90后”市场营销专业大学生个性特征的实践教学方法[J].现代管理科学,2012,(03):107-109.
- [12] 朱金福.高职市场营销专业“四段式”自主学习团队模式探索——以宁波城市职业技术学院为例[J].职教通讯,2011,(10):47-49.