

产教融合视角下高职《市场营销》课程教学改革路径研究

邓文丽

广东茂名农林科技职业学院, 广东 茂名 525000

摘 要 : 随着教育改革深入, 高职市场营销课程教学工作应得到进一步优化, 教师要积极引入新的育人理念、教学方式, 以此更好地引发学生兴趣, 强化他们对所学知识的理解 and 应用水平, 提升育人效果。产教融合作为当前时兴的教育模式, 能够极大丰富高职市场营销课程教学内容, 拓宽育人路径, 对学生更全面发展有极大促进作用。鉴于此, 本文将针对产教融合视角下高职市场营销课程教学改革展开分析, 并提出一些策略, 仅供各位同仁参考。

关 键 词 : 产教融合; 高职; 市场营销; 教学改革

Research on the Teaching Reform Path of "Marketing" Course in Higher Vocational Colleges from the Perspective of Integration of Industry and Education

Deng Wenli

GuangDong MaoMing Agriculture & Forestry Technical College, Maoming, Guangdong 525000

Abstract : With the deepening of education reform, the teaching of marketing courses in higher vocational education should be further optimized. Teachers should actively introduce new educational concepts and teaching methods to better stimulate students' interest, strengthen their understanding and application of the knowledge they have learned, and enhance the effectiveness of education. The integration of industry and education, as a current popular educational model, can greatly enrich the teaching content of vocational marketing courses, broaden the path of education, and greatly promote the comprehensive development of students. In view of this, this article will analyze the teaching reform of marketing courses in higher vocational education from the perspective of industry education integration, and propose some strategies for reference only by colleagues.

Keywords : integration of industry and education; vocational school; marketing management; reform in education

一、产教融合视角下高职《市场营销》课程教学改革的价值

(一) 激发高职生潜能

在产教融合的宏观视阈下, 教师不仅要高度重视理论知识的传授, 更应紧密关注高职生实践能力的培养, 以确保学生形成端正的学习态度、科学的职业观念, 从而培育出兼具综合性、创新性和职业性的优秀人才。^[1]此外, 在高职院校市场营销课程的教学过程中, 我们宜逐步构建“学中做、做中学”的教学模式, 使学生在丰富市场营销理论知识的同时, 不断提升其知识应用能力, 进而充分激发高职生的内在潜力, 实现育人效果的显著提升。

(二) 符合时代要求

现阶段, 我国市场营销行业发展到了一个新的阶段, 各个企业对于市场营销类的人才提出了很多新的要求, 市场对于此类人才的质量、数量有了很大需求。在市场营销课程教学中, 通过开展教学改革工作, 能够让教师在帮助学生理解、掌握理论知识的同时, 形成良好的专业技能, 这样能更好地满足市场对人才的期

待。^[2]通过将产教融合理论引入市场营销课程教学中, 能够大幅提升教学效果, 进而培养出更多符合时代需求的优质人才, 为市场营销行业的长远发展打下坚实基础。

(三) 推动教育改革

现阶段, 很多高职教师在开展市场营销课程教学工作时, 存在一定的理论与实践脱节的情况, 这样会对后续教学工作产生不良影响。通过开展基于产教融合的高职市场营销课程教学改革, 能够帮助教师更好地将理论知识与实践技能融合, 让高职生掌握更多解决实际问题的方法与手段, 这对他们之后投入实际工作有极大促进作用^[3]。不仅如此, 引入产教融合能够对理论与实践教学的形式、思想等展开优化, 进而有效推动教育改革, 为市场营销课程教学注入更多活力。

二、高职市场营销课程教学现状分析

(一) 学习兴趣不足

兴趣会在很大程度上影响高职市场营销课程教学效果, 但

是,当前很多高职生在展开市场营销课程知识的学习与探索时,学习兴趣并不高,这样会对之后育人工作的开展产生极大影响。在开展高职市场营销课程教学工作时,教师常会发现一些高职生存在上课走神、玩手机等情况,这些情况除了会对他们的学习效率产生影响,还会阻碍良好教学环境的构建,对学生未来发展极为不利。^[4]出现这种情况的原因在于,一些高职生并没有认识到市场营销课程知识对自己未来发展的重要性,他们缺乏一个明确的学习目标,这样会对其学习兴趣的产生极大阻碍作用。此外,一些高职生对于基础知识的掌握不够扎实,这样会导致其在学习新知识时,遇到一定阻碍,导致高职生产生畏难心理,从而影响其学习主动性生成。缺乏学习兴趣会导致高职生难以感受到市场营销课程知识的魅力,从而阻碍其学习效率提升。

(二) 授课模式陈旧

在高职市场营销课程教学中,很多教师会采用灌输的方式展开育人活动,在此模式下,教师很难对市场营销课程知识内容展开更有效拓展,不利于高职生创设一个属于自己的知识体系。^[5]此外,在传统市场营销课程教学中,高职生学习知识的效率较为低下,这样会对教师的教学效率、课程质量等产生负面影响。此外,对于高职生来说,良好的氛围能够大幅提升其学习效率,单一、固化的教学模式也会对之后的教学模式改革产生阻碍作用,不利于提升市场营销课程教学效果。

(三) 课程设计不合理

当前,很多教师在展开市场营销课程的教学设计活动时,并没有对高职生之后的就业展开深入分析,这样会导致市场营销课程教学设计不够合理。同时,一些教师在展开课程教学工作时,会将主要精力放在理论知识上,难以结合高职生后续的工作展开针对性教学,这样会导致一些高职生在毕业后,难以快速融入到对应的岗位工作中,从而阻碍高职生的综合水平提升。^[6]

三、产教融合视角下高职《市场营销》课程教学改革路径

(一) 结合市场需求,明确教学目标

在产教融合背景下,高职市场营销课程的教学工作改革需稳步进行,育人模式的转变非一蹴而就,须由教师持续深化、逐步推进。在此过程中,我们必须精准把握教学目标,明确育人方向,以确保市场营销课程教学策略的有效实施。^[7]鉴于当前互联网时代的特性,为提升市场营销课程的教学成效,可考虑引入信息技术手段,通过网络平台深入市场调研,明确市场对市场营销人才的实际需求,进而确立符合时代要求的现代化教学目标,坚定育人方向的正确性。

一方面,教师应深入行业、企业,结合市场营销岗位的实际工作内容、标准、流程等,与企业相关人员、行业专家共同探讨现代化教学目标与育人内容,确保市场营销课程的教学内容与岗位需求紧密契合。^[8]另一方面,应摒弃过去“重理论、轻实践”的育人观念,根据产教融合的特点,明确市场营销课程的教学目标,致力于培养具备扎实专业基础和技能的高素质市场营销

人才。

(二) 立足工作流程,优化课程体系

从客观、全面的视角审视,提升高职院校市场营销课程的教学质量,必须坚定不移地推进教学理论与实践的深度融合。因此,我们应在产教融合理念的指引下,紧密围绕市场营销行业的工作流程,构建一套理实融合的市场营销实训课程体系,以切实增强高职生的学习效果、课程能力和综合素养,为其未来职业生涯奠定坚实基础。^[9]

具体而言,我们应紧密结合市场营销行业的发展趋势和特性,精心打造一套涵盖基础知识教学、课程能力培养、前沿知识渗透的全方位、一体化的课程体系。同时,积极引入市场营销信息化等前沿知识,凸显市场营销实训课程的发展动态,确保高职生能够从中感受到鲜明的时代性和趣味性。^[10]通过这一课程体系的学习,高职生将能够更全面地了解当前市场营销市场对课程知识的应用情况,为其后续就业实践和工作创新提供有力支撑。

(三) 丰富教学路径,激发高职生兴趣

兴趣在高职院校中,是激发学生深入学习市场营销课程知识的基石,同时也是教师开展高质量市场营销课程教学的核心要素。鉴于高职生普遍存在的文化基础薄弱问题,教师在实施市场营销课程教学时,应选取更为高效、富有趣味性且适宜的教学辅助手段,以帮助学生更好地掌握市场营销知识内容,进而培养其知识探究和实践的良好习惯,逐步构建完善的市场营销课程知识体系。^[11]

为此,在推进现代化教学过程中,教师可结合市场营销实际案例,精心制作微课教学,以确保学生有针对性地理解和运用所学知识,为其将来进入企业解决实际市场营销问题奠定坚实基础。此外,我们还可采用小组合作的教学模式。在实施小组合作教学前,应合理分组学生,并提出具有探究性的实际问题,引导学生围绕企业经营中的实际案例展开讨论,从而深化对所学知识的理解和应用能力,提升教学效果。^[12]通过丰富多样的教学路径,我们能够有效激发学生的学习兴趣,为他们后续学习更深层次的市场营销知识奠定坚实基础。

(四) 重视环境建设,培养双师团队

随着时代的不断进步,高职院校在市场营销课程教学中,务必重视教学环境的重构与更新。应积极引入前沿的教学设备与软件,确保学生能够紧跟市场步伐,掌握新兴技术与市场营销理念。^[13]同时,高职院校亦应致力于建设高水平师资队伍,为学生构建一个支持有力、设施完备的学习环境,以显著提升市场营销课程的教学效率。

为进一步优化教学环境,高职院校需加大人力资源与物力资源的投入,不断提高环境建设标准。此外,为增强师资力量,高职院校可派遣教师前往合作企业进行交流学习。在合作企业中,教师可以结合专业知识,协助企业解决生产、经营中的市场营销问题,同时接触并学习新兴的市场营销理念与设备,这对于提升市场营销课程教学质量具有积极的推动作用。^[14]同时,企业也可派遣市场营销领域的优秀员工到学校兼任教师,分享实际工作中的经验与问题,以增强学生对市场营销行业与知识的深入理解。

（五）深化校企合作，提升应用能力

为了有效提升高职院校市场营销课程的教学质量，我们必须深化校企合作，从而增强高职学生对市场营销课程知识的实践应用能力。在高职学生即将踏入企业之前，我们需结合相关企业的市场营销岗位需求，进行专项培训，确保他们掌握入职所需的必要知识与技能，进而减少其入职后的适应期。当学生进入工作岗位后，鼓励他们自发组建3至5人的互助小组，以便在工作、生活中相互支持，共同解决问题。^[15]在校企合作中，企业通常会为高职学生配备导师，传授实际工作技巧，并引导他们结合企业市场营销的实际情况，将所学知识转化为实践能力，这对学生的长远发展具有重大意义。通过深化校企合作，高职学生的实践能力将得到显著提升。

同时，深化校企合作活动也有助于企业解决人才短缺问题，高职院校的就业率也将得到大幅提高。在此过程中，企业应定期为高职学生提供市场营销知识的培训，帮助他们将学校所学转化

为企业所需的能力，这不仅有助于学生的职业发展，还能提高他们的工作效率，增强在企业的归属感，进而减少人才流失。长此以往，学生将形成一套独特的问题解决体系，更加高效地处理工作中的各种挑战，为企业创造更多经济价值，并不断提升自身在市场营销领域的应用能力。

总结

综上所述，若想提升产教融合视角下高职《市场营销》课程教学改革效果，我们可以从结合市场需求，明确教学目标；立足工作流程，优化课程体系；丰富教学路径，激发高职生兴趣；重视环境建设，培养双师团队；深化校企合作，提升应用能力等层面入手分析，以此在无形中促使产教融合视角下高职市场营销课程教学质量提升到一个新的高度。

参考文献：

- [1] 孔旋. 基于产教融合的市场营销课程教学实践与改革 [J]. 老字号品牌营销, 2023, (19): 161-163.
- [2] 严宇慈. 探究产教融合背景下应用型本科院校市场营销专业实践教学模式 [J]. 老字号品牌营销, 2023, (17): 185-187.
- [3] 周利星. 产教融合视角下的高职市场营销课程教学路径探究 [J]. 特区经济, 2024, (04): 94-97.
- [4] 丁敏. 产教融合视角下高职院校市场营销课程教学改革措施研究 [J]. 中国管理信息化, 2023, 26(17): 216-219.
- [5] 王心怡. 产教融合驱动下高职院校市场营销课程教学模式探究 [J]. 职业教育, 2022, 21(11): 75-77.
- [6] 张悦. 高职市场营销课程产教融合实训培养新思路 [J]. 辽宁高职学报, 2021, 23(09): 74-76+87.
- [7] 贾晓松, 何军. 从产教融合的角度论高职市场营销课程教学改革 [J]. 中外企业文化, 2021(08): 79-80.
- [8] 丁敏. 产教融合视角下高职院校市场营销课程教学模式研究 [J]. 中国管理信息化, 2021, 24(07): 216-218.
- [9] 夏雯婷, 周春林, 周欣. 产教融合视角下高职课程改革实践研究——以《酒店市场营销》课程为例 [J]. 职业技术教育, 2021, 42(02): 24-28.
- [10] 陈丽燕. 基于产教融合的高职市场营销课程实践教学研究 [J]. 就业与保障, 2020(24): 112-113.
- [11] 王文婷. 产教融合视角下高职院校市场营销教学模式研究 [J]. 质量与市场, 2020(24): 155-156.
- [12] 张悦. 高职市场营销课程产教融合协同育人的探讨 [J]. 辽宁高职学报, 2020, 22(10): 29-32.
- [13] 鲍珊珊. 产教融合的高职院校《商务谈判》课程改革与探索——以安徽商贸职业技术学院为例 [J]. 现代商贸工业, 2020, 41(16): 177. DOI: 10.19311/j.cnki.1672-3198.2020.16.084.
- [14] 周叶林. 校企融合的教学模式探究——以高职市场营销课程为例 [J]. 湖北农机化, 2019(21): 98.
- [15] 蒋文全. 基于产教融合的高职市场营销课程教学探究 [J]. 产业与科技论坛, 2019, 18(22): 169-170.