

市场营销专业课中产教融合的挑战与解决方案

许佳奇 刘磊 滕珊珊 范荣荣

哈尔滨北方航空职业技术学院

DOI:10.12238/ej.v8i1.2234

[摘要] 本文围绕市场营销专业实训课中的产教融合现状展开研究,重点分析了当前面临的主要挑战及其成因。首先,校企合作的沟通与协调不足,导致合作深度不够,难以有效融入教学环节;其次,教学内容与市场需求之间存在脱节,使学生在实训中难以掌握最新的市场动态和技能;最后,教学评价体系有待完善,无法全面反映学生在实践中的综合能力。针对这些问题,本文提出了创新校企合作机制、优化课程设计、应用数字化教学技术、构建灵活教学评价体系等解决方案,以期提升市场营销专业实训课中产教融合的效果,为职业教育人才的培养提供参考路径。

[关键词] 市场营销; 产教融合; 校企合作; 实践教学

中图分类号: F241.2 **文献标识码:** A

The challenges and solutions of integrating education and production in marketing courses

Jiaqi Xu Lei Liu Shanshan Teng Rongrong Fan

Harbin Northern Aviation Vocational and Technical College

[Abstract] This paper focuses on the current state of the integration of industry and education in practical courses for marketing majors, with a particular emphasis on analyzing the key challenges and their underlying causes. First, the lack of communication and coordination between schools and enterprises leads to insufficient depth in cooperation, making it difficult to effectively integrate into the teaching process. Second, there is a disconnect between the curriculum content and market demands, resulting in students struggling to acquire the latest market trends and skills during practical training. Finally, the incompleteness of the teaching evaluation system hinders a comprehensive reflection of students' practical abilities. In response to these issues, this paper proposes solutions such as innovating cooperation mechanisms between schools and enterprises, optimizing course design, applying digital teaching technologies, and establishing a flexible teaching evaluation system. These measures aim to improve the effectiveness of industry-education integration in practical marketing courses and provide a reference pathway for the cultivation of vocational education talents.

[Key words] Marketing; Industry-education integration; School-enterprise cooperation; Practical teaching

引言

随着我国经济快速发展和市场环境的变化,培养适应新时代需求的人才成为教育改革的重要目标。近年来,国家层面相继出台了一系列政策文件,如《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010-2020年)》和《新时代职业教育改革实施方案》,强调产教融合的重要性。这些政策明确指出,高校应与企业加强合作,共同培养高素质技能型人才,以实现教育与经济的良性互动。在市场营销专业中,实训课作为实践教学的重要组成部分,其产教融合的有效实施尤为关键。然而,在具体实施中,许多高校仍面临校企合作沟通不畅、教学内容与市场需求脱节等挑战,制约了教学效果的提升。为了顺应政策导向,提高学生的实践能力和就业竞争力,深入探讨市场营销专业实训课中的产教融合问题显

得尤为必要。

1 产教融合相关概述

产教融合是指教育体系与产业界之间建立起紧密的合作关系,以实现教育与经济的协调发展。高校与企业共同参与人才培养的全过程,使教育内容和形式更加贴近市场需求,提升学生的实践能力和职业素养。产教融合主要体现在以下几个方面:首先,共建实训课程是产教融合的重要内容之一。高校与企业可以联合开发课程,使课程设置更符合行业标准和市场需求。通过企业专家的参与,课程内容可以融入最新的行业动态、实际案例和职业技能要求,确保学生所学知识具有实际应用价值。其次,搭建实践基地是产教融合的重要环节。高校可以与企业建立长期的合作关系,共同设立实习实训基地,让学生在真实的工作环境

中进行学习与实践。这种直接的实习经历不仅能增强学生的动手能力,还能让他们深入理解理论知识与实践操作之间的联系。最后,校企联合科研同样也是产教融合重要内容。高校与企业可以在科研项目上开展合作,结合学术研究与产业需求,推动科技成果的转化。这不仅能提升高校的科研水平,还能为企业提供创新动力,促进产值的增长,最终实现双方共赢。

2 市场营销专业实训课中产教融合的主要挑战

2.1 校企合作沟通协调困难,合作深度不够

在市场营销专业实训课程中,校企合作是实现产教融合的关键。然而,许多高校与企业之间在沟通和协调方面存在显著困难。一方面,双方的目标和需求往往不一致,高校侧重于学术研究和理论教育,而企业则关注实际操作和市场反馈,这种价值观的差异导致了合作意愿的减弱^[1]。另一方面,校企合作深度不足也使得双方在资源整合和优势互补上存在障碍。企业在参与课程开发和实践指导方面的投入不足,往往限制了实践内容的丰富性和专业性,从而影响了学生的实训体验。

2.2 教学内容与市场需求脱节

市场营销专业的教学内容与市场需求之间的脱节,是当前产教融合面临的一大挑战。随着市场环境的快速变化,尤其是在数字化转型和消费者行为的多元化方面,许多高校的课程设置和教学内容未能及时进行调整,导致学生所学知识与实际市场需求之间存在明显差距。传统的课程往往依赖于理论知识,而缺乏对现代营销工具和方法的实际应用,这使得学生在进入职场时难以适应瞬息万变的市场需求。例如,社交媒体营销、数据分析和用户体验设计等新兴领域的相关知识,往往在课程中没有得到充分的覆盖。

2.3 教学评价体系有待完善

在市场营销专业的实训课程中,教学评价体系的完善程度直接影响到产教融合的效果。目前,大多数高校的教学评价依然偏重于传统的考试和作业提交,过于注重理论知识的考核,而忽视了实践能力和综合素质的评估。这种单一的评价方式无法全面反映学生在实训过程中的真实表现,尤其是在实践操作、团队合作和创新思维等能力的培养上^[2]。此外,现有的评价标准多为固定模式,缺乏对市场变化和行业需求的敏感性,无法及时调整以适应新的教学目标和市场需求。同时,教师在评价过程中的主观性也可能导致评价结果不公平,进一步影响学生的学习动力和参与积极性。

3 提高市场营销专业实训课中产教融合效果的建议

3.1 创新校企合作机制,提升合作深度

为了提高市场营销专业实训课中产教融合的效果,学校应当积极创新校企合作机制,以增强双方的合作深度。首先,建立长期稳定的合作关系至关重要。高校应当与企业签署战略合作协议,共同制定人才培养方案,明确各方的责任和权益,确保合作的长期性和有效性^[3]。同时,还要定期举办校企合作研讨会,邀请企业代表、学者和行业专家共同探讨市场动态与人才需求,从而使高校的课程设置更具针对性。其次,促进企业参与课程的

开发和更新,学校应邀请企业专家参与教学内容的设计,确保课程能够反映最新的市场趋势和技术应用。这不仅有助于提升课程的实用性,还能让学生直接接触到行业前沿的知识与实践。最后,企业应当提供适当的实习岗位和项目机会,让学生在实际工作中锻炼技能,增强其就业能力。

3.2 优化课程设计,增强市场需求导向

优化课程设计是提升市场营销专业实训课中产教融合效果的关键环节。学校应在课程设置上更注重市场需求的导向,通过调研行业发展趋势和用人单位的实际需求,及时调整课程内容,以确保教学能够跟上时代步伐。首先,高校应当根据不同市场需求设立选修课程,如数字营销、品牌管理、消费者行为分析等,帮助学生掌握多样化的技能。其次,课程应当结合实际案例进行讲解,鼓励学生分析真实的市场营销案例,从中学习有效的策略和方法^[4]。同时,开展项目驱动式学习,让学生在小组内完成实际的市场调研和营销策划,提升他们的团队合作能力,使其在实践中运用所学知识,增强实际操作能力。此外,课程中还应加入新兴技术的应用,如数据分析工具和营销自动化软件,使学生熟悉现代营销的技术手段,从而更好地适应未来的职业挑战。

3.3 应用数字教学技术,提升实践教学质量

在市场营销专业的实训课中,应用数字教学技术可以显著提升实践教学的质量。学校应充分利用现代信息技术,如在线学习平台、虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术,以构建更具沉浸感和互动性的学习环境。例如,采用虚拟现实技术进行市场模拟,让学生在模拟的市场环境中进行决策与操作,增强学习趣味性,提高学生的实际操作能力。其次,学校应当利用数据分析工具和软件进行市场调研与消费者分析,帮助学生掌握数据驱动决策的方法,提升其对市场动态的敏感度。学校还可以引入在线课程和网络研讨会,使学生能够随时随地获取最新的市场营销知识,并与业内专家进行交流和讨论。此外,还要利用学习管理系统,跟踪学生的学习进度和实训表现,以便及时进行个性化指导。应用这些数字教学技术,不仅能够提升教学的灵活性和效率,也能为学生提供丰富的实践机会,促进产教融合的深入发展。

3.4 构建灵活教学评价体系,推动产教协同发展

构建灵活的教学评价体系对于推动市场营销专业实训课中的产教融合至关重要。首先,学校应当从多维度对学生进行评价,除了传统的笔试和作业,增加对实践能力、团队合作、创新思维等综合素质的考核^[5]。例如,采用项目制评价,让学生在实际营销项目中进行表现评估,考量他们的策划、执行和反思能力。其次,学校还可以引入企业导师参与评价,基于学生在实习中的表现给予反馈,增加评价的客观性和实用性。此外,还可以定期组织自我评价和同伴评价,让学生参与到评价过程中,增强其对学习结果的反思和理解。教学评价体系还应具有灵活性,能够根据行业变化和课程目标进行适时调整,确保评价标准的前瞻性和适应性。

4 结语

综上所述,市场营销专业实训课中的产教融合既面临挑战,也蕴含机遇。通过创新校企合作机制、优化课程内容设计、广泛应用数字化教学工具,以及构建灵活的教学评价体系,产教融合的实施效果有望得到提升。展望未来,随着数字化技术的不断发展和市场需求的快速变化,产教融合将在实践教学中发挥越来越重要的作用。这不仅有助于培养出更加符合市场需求的复合型人才,也为职业教育在新时代背景下的改革与发展提供了新的思路和方向。

[课题类型]

黑龙江省教育科学“十四五”规划2024年度规划课题;课题名称:市场营销专业实训课中产教融合的挑战与解决方案;课题编号:ZJB1424184。

[参考文献]

[1]叶立润.产教融合式市场营销专业课程改革实践——以

甘肃农业大学为例[J].陇东学院学报,2024,35(04):136-140.

[2]李金东.产教融合视角下高职院校市场营销专业教学改革研究[J].老字号品牌营销,2024,(10):201-203.

[3]周建芳.产教融合背景下的市场营销专业人才培养路径探索[J].产业创新研究,2023,(14):184-186.

[4]韦林利,杨蕾.市场营销专业“五对接”“五匹配”校企合作模式研究——产教深度融合视角下[J].现代商贸工业,2022,43(17):72-74.

[5]张悦.高职市场营销专业产教融合实训培养新思路[J].辽宁高职学报,2021,23(09):74-76+87.

作者简介:

许佳奇(1984--),男,汉族,黑龙江哈尔滨人,硕士研究生,副教授,研究方向:经济学、市场营销。