

# 基于互联网市场营销专业“金课”课程体系优化实证研究\*

## ——以广西国际商务职业技术学院为例

张婷

(广西国际商务职业技术学院, 广西 南宁 530007)

**摘要:** 本文通过分析高职市场营销专业学生培养模式现状, 阐述“互联网+”和“金课”培养模式的基本内涵, 以广西国际商务职业技术学院为实证研究, 阐述在学校层面、学院层面以及专业层面的具体优化内容, 总结优化后的应用成效并提出展望。

**关键词:** “互联网+” “金课” 市场营销专业课程体系

**DOI:** 10.12319/j.issn.2096-1200.2022.25.91

### 一、高职市场营销专业学生培养模式现状

在市场经济一体化趋势的高速发展下, 市场营销在企业的发展中占据着不可动摇的重要地位<sup>[1]</sup>。在移动互联网时代, 在我国产业结构转型的关键时期, 对市场营销专业人才提出了新的技能需求, 新商业时代对高职市场营销专业的人才培养也提出了新的要求, 市场营销从业人员要在新零售商业形态中找到立足点, 就要不断创新去适应市场及消费趋势的变化<sup>[2]</sup>。随着“互联网+”“双创教育”“新媒体时代”以及“新零售时代”等概念的发展, 市场营销专业的课程体系结构持续优化<sup>[3]</sup>。

#### (一) 供需不匹配

目前, 应用型高职市场营销专业的培养目标虽然定位于培养高级技能人才, 但是因校企融合、产教融合不够深入, 高职人才培养供给和企业人才需求之间数量和能力均不匹配。在数量方面: 广西人才网出具的2021年度人才供需分析报告显示: 求职人才数为72.2万余人, 比2020年增长了19.16%; 企业方需求的人才数量才只用53.8万人, 相比2020年度下降17.08% (见表1)。

根据报告数据, 在行业分布方面广西人才网在零售业的需求排在前位, 同时, 在用人单位最紧缺的前十名具体职位中都是和市场营销专业相关的岗位, 从表2常年缺人具体职位人才缺口前十位显示, 在广西最缺人、最紧缺的岗

位还是营销。高职市场营销专业学生就业第一岗位基本都是销售岗, 而从广西人才网人才供需分析报告看到, 销售类等职位由于流动性强, 需求长期旺盛, 但也一直遭到供求不匹配问题, 供求比长期位于缺口前位。

#### (二) 课程设置滞后

随着互联网时代的发展, 电子商务、网络营销、直播带货、网红经济、数字营销等新兴产业、行业、岗位如雨后春笋般涌现, 在市场营销领域对专业技能人才的需求早已打破对传统营销人才的技能需求, 而高职市场营销专业人才培养方案对课程体系的设计相对技术发展相对滞后。

如表2所示, 2017年至2019年市场营销专业高职培养方案中显示, 课程体系在总学分、门数、学时比例上呈现小幅度提高趋势, 从2017年75学分, 学时占比70%提高到2019年91学分, 占比73%, 这一趋势表明高职院校对专业课程的重视。但是从专业模块设置和核心课程名称上可以看出, 课程模块校企融合深度不够, 课程名称显示产教融合程度不高。

同时, 在高职人才培养方案中, 从课程体系思路的变化: 2017年课程体系构建的基本思路是构建就业导向的模块化动态课程体系, 是一个系统的过程, 涉及多方面的因素。2018年和2019年课程体系构建的思路是构建工学结合的人才培养模式, 把工学结合作为人才培养模式的重要切

表1 常年缺人具体职位人才缺口前十名 (单位: 人)

排位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
职位	客服专员	销售代表	业务员	销售经理	置业顾问	电话销售	招商专员	导购员	市场推广	营销专员
缺口	20612	14393	9982	9571	7916	7225	5937	5928	4713	4356

\* 项目名称: 广西国际商务职业技术学院 2020 年度校级科研项目: “互联网”背景下市场营销专业“金课”课程体系建设, 项目编号: GSA2020001。

表2 2017—2019年高职市场营销专业课程体系设置情况

专业课程情况	2017年	2018年	2019年
总学分	75学分	85学分	91学分
门数	28门	26门	27门
模块	专业核心能力、专业实践能力、专业拓展能力。	专业核心能力、专业实践能力、专业拓展能力。	专业通用能力、专业实践能力、专业核心能力、专业拓展能力
学时比例	70%	72%	73%
核心课程名称	消费者心理与行为、营销活动策划与管理、销售管理实务、分销渠道执行与管理。	消费者心理与行为、营销活动策划与管理、销售管理实务、分销渠道执行与管理。	消费者心理与行为、分销渠道执行与管理、销售管理实务、营销活动策划与管理、推销实训

入点，带动课程体系建设，引导课程设置、教学内容和教学方法改革。无论是以就业导向还是工学结合的课程体系建设思路，都不足以支撑现下互联网经济和“金课”要求的两性一度和高阶性、创新性、挑战度的要求。通过梳理2017—2019年人才培养方案中呈现的专业课程设计的基本情况，明显看出现行的专业课程体系远远无法满足现下商业经济形势下企业对人才的需求，进行专业课程体系的优化迫在眉睫。

## 二、“互联网+”和“金课”培养模式的基本内涵

基于对高职市场营销市场围绕“以学生为主体”的教学理念，积极探索基于技能的高技能人才培养模式和课程体系建设思路。本文研究也是从“互联网+”和“金课”理念视角基础下进行课程体系优化。

### （一）“互联网+”理念

随着当今科技技术的迭代更新加速发展，“互联网+教育”能助力教育公平，通过“互联网+”的模式，促进教育信息化，利用信息技术提高学生的学习兴趣，并提升学生“互联网+”的专业技能。“互联网+”是一种思维，是一种互联网思维的实践成果，它代表着一种先进的生产力，同时，“互联网+”通俗理解就是“互联网+各个传统行业”，其内涵就是各传统行业充分挖掘与互联网相关的移动互联网，实现自身的深度融合发展。

随着“互联网+”理念的融入，营销领域涌现出电子商务、网络营销、直播等新兴专业方向，企业也产生了新媒体运营岗位、主播等新职业岗位，“互联网+”的课程也急需开设。

### （二）“金课”理念

“金课”理念中的“两性一度一高阶性、创新性、挑战度”，即教学形式体现先进性和互动性、课程内容有前沿性和时代性及学习结果有探究性和个性化等内容，从而培养学生的高级思维能力和解决复杂问题的综合能力，这些为课程“诊改”今后的发展指明了新的方向<sup>[4]</sup>。打造“金课”课程体系是实现“双创型”营销人才培养的关键。2018年

以来，成为一种高质量课程称呼的“金课”，被政府、高等教育等院校为主体，纳入了建设的发展主轨道中，“金课”的发展被分为五种类型：线下“金课”、线上“金课”、线上线下混合式“金课”、虚拟仿真“金课”和社会实践“金课”。其中线上“金课”2018年立项680门本科课程，“双一流”建设本科院校依然是线上“金课”开发的主力军<sup>[5]</sup>。近来，许多学者基于“金课”两性一度的理念，进行课程诊改，打造线上、线下以及线上线下混合式“金课”，但这些研究的课程或课程体系以本科专业为主，高职院校涉及甚微。推进“金课”建设成为未来高等教育的根本选择和基本趋势，其已经在高等教育界掀起了一股研究、实践“金课”的热潮。本文以此为出发点，将“金课”理念与高职双创教育理念结合，通过淘汰市场营销专业“水课”，打造“金课”，实现市场营销专业“互联网+”课程体系结构的优化。

## 三、课程体系优化后的实施——以广西国际商务职业技术学院为例

### （一）学校层面，专业核心课程新增“技能进阶周”

为进一步加强专业学生的专业技能，2020年广西国际商务职业技术学院学校层面统一布局规划，在前4个学期每个学年的第10周、第11周学校统一开展技能进阶周。市场营销专业在技能进阶周一安排商贸流通综合实训1，在技能进阶周二安排创业技能进阶1，在技能进阶周三安排商贸流通综合实训2，在技能进阶周四安排船业技能进阶实训2，通过每个学期固定全校性质覆盖各个专业的技能进阶周实训，进一步提升学生的专业实操技能。

### （二）二级学院层面，融入“互联网+”的课程

广西国际商务职业技术学院现代流通学院市场营销专业2019年的人才培养方案中，根据“互联网+”的技能要求，结合电子商务平台技术对营销专业人才的需求，2019年人才培养方案专业选修课程模块增加了“互联网+产品推广”“互联网+创业实务”课程。这两门“互联网+”课程的影响辐射面逐年扩大，其他二级学院也相应开设了此类课程，将“互联网+”课程从专业层面的影响力扩展到全校性

质的课程。

### （三）专业层面，结合“1+X”进行岗课赛证的课程优化

广西国际商务职业技术学院现代流通学院市场营销专业2019年的人才培养方案，在专业选修课程模块增加了1+X考证培训课，在2020年的人才培养方案在第二学期和第三学期都开设了1+X考证培训课，在2021年的人才培养方案专业选修课课程模块根据1+X具体考证要求，开设了数字营销课程。

## 四、成效与展望

### （一）优化后的课程体系结构

1.优化之前2019年的专业课程体系开设课程情况。第一学期，开设“市场营销基础”；第二学期，开设“消费者心理与行为”“市场调查实训”“广告实务”“管理学基础”“营销服务技能”“互联网+产品推广”；第三学期，开设“分销渠道执行与管理”“推销实训”“商贸流通综合实训”“卖场管理实务”“营销公关”“市场营销沙盘”“加盟与创业”“互联网+创业实务”；第四学期，开设“销售管理实务”“营销活动策划与管理”“毕业设计答辩”“行业营销实务”“营销谈判技巧实训”“现代营销礼仪”“新媒体营销”“品牌营销实务”。

2.优化后的专业课程体系开设课程情况。第一学期，开设“市场营销基础”“市场营销沙盘”“管理学基础”“技能进阶1”；第二学期，开设“消费者行为分析”“市场调查与分析”“经济学基础”“商品学”“技能进阶2”“广告实务”“互联网+产品推广”“策划文案写作”“绿色营销”“数字营销基础”““1+X”证书培训课”“品牌推广”；第三学期，开设“渠道管理”“商务数据分析与应用”“客户服务与管理”“技能进阶3”“推销技术”“国际市场营销”“公共公关”“数字互动营销”；第四学期，开设“商务沟通与礼仪”“技能进阶4”“卖场管理实务”“商务谈判”“社群营销”“农产品营销”“房地产市场营销”“服装营销”“直播营销”“电子商务基础”。

3.优化后的整体情况。“金课”的发展被分为五种类型，线下“金课”、线上“金课”、线上线下混合式“金课”、虚拟仿真“金课”和社会实践“金课”。广西国际商务职业技术学院市场营销专业按照金课理念对专业课程体系全面优化：在线下“金课”方面，融入了“互联网+”的相关课程，前置“市场营销沙盘”，增加“1+X证书培训课”；在线上“金课”方面，核心课程均在超星或智慧职教上搭建了课程框架，并在逐步完善线上课程教学资源；在线上线下混合式“金课”方面，利用超星或智慧职教的作业功能，课后在线上平台布置了相关项目任务，线下进行交流讨论；在

虚拟仿真“金课”方面申请了虚拟仿真实训基地建设项目；在社会实践“金课”方面，在专业的1~4学期每个学期的第10~11周开展“技能进阶”课程，通过引进企业项目，情景模拟项目、实践实操等方式紧密联系社会实践开展教学，提升学生的专业技能。

### （二）应用成效

在教师能力提升方面，广西国际商务职业技术学院市场营销专业团队教师将“互联网+”和“金课”理念应用在能力的提升上，在2019年获得区级教学能力课堂教学赛项区级一等奖2项，2020年获得区级教学能力课堂教学赛项区级一等奖1项。

在学生技能大赛方面，专业团队教师指导学生参加市场营销技能大赛在2019年、2020年荣获了区级高职组一等奖，成效也得益于“市场营销沙盘”课程的设置和教学形式的改革。

为贯彻落实《国家职业教育改革实施方案》《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》等文件精神，在1+X认证方面，学校成为中级“1+X数字营销技术应用”考点院校，专业团队教师均获得1+X数字营销技术应用职业技能登记证书中级培训教师证书，通过在专业课程中设置“1+X证书培训”课程，目前已有140名学生取得了该证书，也得到了专业学生的认可，从第一年40人报名参加，到2022年200多名学生报名，学生对该证书的认可度极大提高。

## 五、展望

“互联网+”背景下，“金课”理念的提出，为如何培养出具有创新创业高级技能人才指明了新的方向。打造“金课”课程体系是实现“双创型”营销人才培养的关键，如何整合线下、线上、线上线下混合式、虚拟仿真和社会实践这五方面类型的课程是今后课程体系设置的重要思考方向。

### 参考文献

- [1]李彬.高职院校创新创业教育与市场营销专业教育融合研究[J].青岛职业技术学院学报,2019,32(1):30-32.
- [2]薄蓉蓉,冷明祥.高校“金课”建设的基本认知、现实困境与实践路径[J].黑龙江高教研究,2019,30(8):141-144.
- [3]裴志坚.“金课”视角下对课程“诊改”与建设的思考[J].邢台职业技术学院学报,2019,36(5):32-35.
- [4]韩映雄,张静.“双一流”建设院校对线上“金课”的贡献[J].现代大学教育,2019,6(6):25-30.
- [5]姜庆.电子商务背景下高职院校市场营销人才培养模式探讨[J].科技文汇,2020,1(482):91-92.