

借力“双高”建设，推动专业服务区域中 小企业创新发展路径研究*

——以市场营销专业为例

孙 莉

(包头轻工职业技术学院, 内蒙古 包头 014035)

摘要: 市场营销专业课程发展, 直接影响该专业的教学质量, 也影响学生的学习和成长, 需要加强研究, 保证发展水平和成果, 这使工作过程导向理论得到了更多关注。本文首先简述工作过程导向理论以及市场营销专业课程的相关内容, 在此基础上研究工作过程导向视角下, 市场营销专业课程发展问题, 并论述可行的应对建议, 包括明确发展目的、确定发展重点、重视分析市场需求、避免过度关注综合性等。最后做工作过程导向视角下市场营销专业课程发展展望, 以进一步评估相关专业课程的未来发展态势, 服务教育活动和管理工作。

关键词: 工作过程导向 市场营销专业 课程发展 市场需求

DOI: 10.12319/j.issn.2096-1200.2023.01.76

工作过程导向等理论因其优越性得到了专业教育机构、人员的重视, 包括职业院校的市场营销专业在内。我国对高等教育重视度较高, 以《中国高等教育学会事业发展“十四五”规划》等文件指导相关管理工作^[1]。各地区教育部门、人员和职业院校基本均能一体遵行。然而由于具体教育工作依然需要落实到学校处, 后者具有较大的管理主动权, 这导致其市场营销专业课程发展情况各有参差, 不能一体培育具有高素质的复合型人才。在此背景下, 为发挥教育工作作用、促进教育事业发展、培育更多优秀人才, 有必要分析工作过程导向视角下市场营销专业课程发展问题、建议, 并做未来发展展望。

一、工作过程导向理论以及市场营销专业课程简述

(一) 工作过程导向理论

工作过程导向, 是旨在达到工作目标而采用的行为逻辑结构的一种管理学思想、理论^[2]。早期该理论主要用于企业管理, 随着其优势渐渐得到重视, 也逐步应用于教育管理等领域。

(二) 市场营销专业课程

市场营销专业是全日制本科和职业教育的常见专业(系)之一, 一般纳入工商管理大类范围内。其专业课程强调结合现代社会发展、商业经济、市场活动特点, 进行管理学、经济学、市场营销学的基本理论方法等知识传授, 以

培育具备创新创业思维和综合运用相关知识发现、分析和解决营销实际问题的能力的应用型、复合型专业人才。市场营销专业课程一般包括管理学、战略管理学、财务管理学、会计学等^[3]。

二、工作过程导向视角下市场营销专业课程发展问题

(一) 发展缺乏目的性

工作过程导向视角下, 各地职业院校市场营销专业课程发展并不完善, 存在发展缺乏目的性的问题。主要表现为职业院校重视技术应用、师资力量优化、扩大招生规模、增加沙盘和实验室建设水平, 使市场营销专业课程发展的软硬件设施、条件更趋完善, 从而提升教育工作水平和体量。然而这一发展模式过于强调基础资源的投入, 并未充分结合市场特点、用人单位需求进行专业课程发展评估, 没有明确的发展目标、目的性不明确, 实际价值也比较有限^[4]。

(二) 发展重点不明确

发展重点不明确, 是指职业院校在市场营销专业课程发展过程中, 偏重于全面化和整体性, 如上文所述的强调技术应用、优化师资力量、扩大招生规模、增加沙盘和实验室建设水平等。这些措施能够在一定程度上推动职业院校教育事业的发展, 提升市场营销专业课程发展水平, 但过于泛化, 重点并不明确。在工作过程导向视角下, 学生的

* 本文系 2022 年包头轻工职业技术学院研究课题: 借力“双高”建设, 推动专业服务区域中小企业创新发展路径研究——以市场营销专业为例(编号: QY2022-1-11)。

工作情况不能得到有效收集、用人单位的情况也不明朗，学校工作存在“为了发展而发展、泛化发展”的问题。

（三）与市场需求脱节

任何教育工作对人才的培育，均应关注市场需求，以市场需求为基础、结合工作过程导向理论，才能更有效地掌握用人单位、市场的用人情况，以发展专业课程。目前，部分职业院校对此重视不足，其市场营销专业课程发展与市场脱节，如学校盲目照搬其他高等级学校的经验设置市场营销专业课程、根据自身管理需要拟订市场营销专业课程发展计划等，其初衷是积极的，但发展效果往往不能尽如人意，不能符合市场对市场营销专业人才的实际需要^[5]。

（四）过于重视综合性

过于重视综合性，是指职业院校在市场营销专业课程发展过程中，对不同科目均给予了较多关注，使有限的资源不能最大化得到利用，课程设置和发展不能真实契合工作过程导向信息特点，也不能充分服务学生的学习和成长。如职业院校在初步了解工作过程导向相关信息的情况下，同步加强必修专业课、选修课的建设，配置人员和资金，不能使工作过程导向理论发挥作用，市场营销专业课程发展也缺乏实际价值，效果比较有限。

三、工作过程导向视角下市场营销专业课程发展建议

（一）明确发展目标

工作过程导向视角下，市场营销专业课程发展应明确目标，强调以目标引导专业课程发展。具体工作中，各教育组织可借助大数据了解本专业毕业生的就业情况，据此分析市场营销专业课程发展目的。大数据可通过付费方式获取，考虑到各校具体工作情况的差异，也应重视本校工作数据分析。假定大数据显示，工作过程导向下，大部分市场营销专业毕业生不能有效掌握管理知识，需要在毕业后做二次学习，掌握管理方法匹配用人单位需要。这表明当前市场营销专业课程发展不能充分符合实际需要，在管理知识的传递方面有所欠缺。职业院校可对市场营销专业课程设置进行调整，在符合职业院校教育规定的情况下，适当增加管理相关课程的比重。大数据的客观性是保证市场营销专业课程设置调整科学合理的基础条件，学校的管理权限则为相关专业课程设置和发展提供了可操作空间。建议职业院校在完成一次市场营销专业课程调整后，根据其应用情况，了解市场营销专业课程发展情况，随时进行优化和改进，契合工作过程导向理论特点，服务学生成长。

（二）确定发展重点

工作过程导向视角下，发展重点不明确的问题，使市

场营销专业课程不能充分发挥作用、培育复合型高素质人才。未来可采用突出发展重点、均衡谋求发展的模式，尝试予以应对。

发展重点的突出化，主要强调专业知识的高质量传递、有效反馈。职业院校可在现有工作的基础上，进一步加强专业课程管理，引入更多先进理论、工作方法支持教育活动。在此过程中，学生能够了解自身不足，确定下一阶段学习重点，将其见习心得反馈给学校后，学校可以从学生和见习组织角度，深入发挥工作过程导向理论的价值，了解学生、用人单位对市场营销专业学生的具体要求，据此确定市场营销专业课程的发展重点，指导教学工作。均衡发展则关注其他辅助性科目、知识的教授，以保证市场营销专业课程发展的全面性，在明确了发展重点的情况下，其他科目常规组织更新、教育即可。

（三）重视分析市场需求

工作过程导向视角下，市场营销专业课程发展必须重视市场特点、变化，以保证培育的人才与市场高度匹配，应对市场营销专业课程发展与市场人才需求的问题。具体方法包括大数据分析、学生反馈分析两种。

大数据分析强调学校发挥主动性，在资金条件允许的情况下，学校可选派工作人员到当地、邻近区域人才市场进行调查，同时借助网络渠道收集数据，专门针对市场营销专业学生的就业、发展情况进行研究，以企业为直接研究对象，分析企业的对市场营销专业工作人员的具体工作要求，以评估市场情况。假定大部分企业在用人过程中提出要求：“市场营销专业工作人员应掌握一定的电脑操作技巧和实用外语能力”，这表明工作过程导向视角下，具有电脑操作、实用外语能力的市场营销专业毕业生更受市场青睐，未来本校可适当加强上述两个科目的教育管理，少许增加课时数、改善教育模式，使本校市场营销专业课程发展符合市场特点。学生反馈信息的分析、评估方式与此相同，关注学生提供的工作过程有关信息，尤其是在工作过程中的困惑、不足，生成工作过程导向相关信息。值得注意的是，由于学生对工作的理解、对岗位的理解尚不完善，其反馈意见可作为企业调查情况的补充，使学校可以更客观地了解市场的用人情况，保证对相关情况了解的全面性和客观性，进而保证市场营销专业课程发展与市场需求紧密关联。

（四）避免过度关注综合性

当前很多学校市场营销专业课程发展过程中重视综合性，实际上弱化了专业课程的发展质量。未来应予以避免，通过加强专业课程管理、发挥学生主动性的方式，确

保市场营销专业课程发展不会过于泛化。

加强专业课程管理,主要要求学校根据工作过程导向理论开展管理,结合市场需求分析情况、发展重点分析情况、发展目的分析情况,综合做出市场营销专业课程发展评估,适当增加、减少不同科目的资源投入,使该专业发展符合客观需要,也能保证学生的成长效果。在此基础上,发挥学生主动性,所有学生在见习过程中,均会获取不同心得,这些心得因人而异,但由于企业用人的关注点总体相似,学生工作心得也会带有一定的相似性。学校可鼓励学生对见习工作进行深入分析,将所有学生分为若干小组,每个小组5到6人,设置组长一名,由组长对本组的见习工作进行汇总分析,确定工作中的困惑、问题,并据此拟定个人(小组)的发展目标,形成书面报告。

四、工作过程导向视角下市场营销专业课程发展展望

(一) 技术运用

工作过程导向视角下,市场营销专业课程发展会更依赖现代技术,如上文的分析中,多次论及大数据技术,该技术可以全面、客观地提供各类信息,使学校在工作过程导向视角下分析市场特点、学生需求时,可以充分获取市场营销专业课程发展需求信息,以服务自身管理工作。未来市场营销专业课程发展会更依赖现代技术,除大数据技术之外,还包括信息技术、物联网技术等。以物理网技术为例,该技术可保证教师、学校、学生和见习组织(或实训基地、校办企业等)之间的实时联系,学生和各类见习组织可以随时根据工作情况,提出各类问题、反馈各类意见,使学校和教师可以实时结合工作过程导向理论和学生、见习组织提供的客观信息,汇总大数据,用以评估市场营销专业课程发展需求,拟定合理的发展计划,促进专业发展、教育发展。

(二) 体系建设

工作过程导向视角下,职业院校的市场营销专业课程发展带有长期性,用人单位对该专业人才实践能力、理论水平的要求往往存在波动和变化,这意味着学校对市场营销专业课程的建设也不是一蹴而就的,该专业课程的发展应以长期视角看待,给予重视。包括上文所述的明确课程发展目的、确定发展重点、重视分析市场需求、避免过度关注课程发展的综合性四项措施在内,职业院校对市场营销专业课程发展的管理,应以稳定、科学的工作体系为支撑,未来各校可建立对应的工作体系,体系内涵盖多个部门,以管理本校信息收集、学生诉求分析、企业反馈信息整理、市场调查等工作,确保各项工作可以妥善进行。体系建设完成后也应持续根据其运行情况,做必要的优化,

使基于工作过程导向的市场营销专业课程发展工作始终高质量推行。

(三) 顶层指导

顶层指导是指来自教育部门的指导。换言之,学校组织市场营销专业课程管理、组织工作过程导向相关信息分析,均应在教育部门一体领导下开展,符合国家法律规定、教育目标,才能具体进行内部组织和安排。未来工作中,市场营销专业课程发展必然是持续的、动态的,教育部门可以利用其组织、管理和信息方面的优势,更有效、更全面地了解市场态势,尤其是市场营销专业学生的就业态势、市场对相关专业人才的需求态势、专业毕业生的工作情况,汇总后可以获取基于工作过程导向的市场营销专业课程发展相关信息,如发展思路、可靠方向等。由于教育部门收集所获的信息更丰富、更完善,较各校独立收集的信息更具价值,可更有效地指导职业院校教育管理活动,推动其在工作过程导向视角下做市场营销专业课程发展安排。

五、结论

综上所述,基于工作过程导向的市场营销专业课程发展,有助于学生的成长,提高学习能力,应予以更多重视。工作过程导向视角下,当前市场营销专业课程发展并不完善,存在发展缺乏目的性、发展重点不明确、与市场需求脱节、过于重视综合性等问题。工作过程导向视角下,市场营销专业课程发展应关注相关问题表现,明确课程发展目的、确定发展重点,同时重视分析市场需求、避免过度关注课程发展的综合性。未来市场营销专业课程发展会在工作过程导向下更关注技术运用和体系建设,通过顶层指导实现高质量发展,促进教育事业逐步完善。

参考文献

- [1]宋新花.OBE理念导向下多维度构建市场营销专业实训课课程思政建设的探讨[J].重庆电力高等专科学校学报,2022,27(05):62-66.
- [2]冯路,王亚丽.面向专业链对接产业链的市场营销专业课程群建设研究与实践[J].高教学刊,2022,8(29):68-71.
- [3]景川.校企合作视域下市场营销专业课程体系优化研究[J].中国管理信息化,2022,25(16):233-235.
- [4]李雪.数字营销视角下高职市场营销专业课程体系建设研究与实践[J].老字号品牌营销,2022(15):27-29.
- [5]张爱萍,秦晓庆.典型工作任务导向下市场营销实训类课程改革探索——以市场营销专业社会调研为例[J].中国管理信息化,2022,25(13):207-210.