

产教融合背景下高职新商科数字营销人才培养模式研究

陆春晖

(江海职业技术学院, 江苏扬州 225000)

[摘要] 信息技术的迅猛发展有力推动了数字经济的高速增长,也促使市场对营销人才的需求发生深刻变革,数字营销人才匮乏的状况愈发显著。当下,高职院校在人才培养方面暴露出教学内容陈旧、实践教学环节薄弱、校企合作流于形式、学生综合能力欠缺等短板。对此,可从优化课程架构、充实实践教学、创新校企联动机制、强化创新创业教育等维度制定改进策略。产教融合能够突破学校教育与企业需求之间的壁垒,通过探索跨学科交叉融合和双轮双轨模式的多元化路径研究,为社会经济的蓬勃发展提供强劲助力。

[关键词] 产教融合;新商科;数字营销;人才培养;产业学院

[中图分类号] G718.5+F713.36

[文献标识码] A

[文章编号] 2096-711X(2025)15-0061-03

doi:10.3969/j.issn.2096-711X.2025.15.021

[本刊网址] <http://www.hbxb.net>

“十四五”规划提出发挥数字经济新优势,加快数字化进程,构建数字中国。在此规划中,数字经济是指依托数字知识和信息为关键生产要素,以信息技术网络为载体,通过高效运用信息通信技术推动经济效率提升和结构优化的经济形态。在当今数字浪潮汹涌澎湃的时代,产业发展与教育紧密相拥是不可阻挡的趋势,而产教融合宛如一座坚固的桥梁,连接着教育与产业的两端,有力地打破了传统教育与企业实际需求之间的那道壁垒。通过产教融合,学校得以深入洞察企业的真实需求和行业发展趋势,进而灵活调整教学内容与方式;企业也能够积极投身人才培养的进程,为自身储备更契合岗位需求的专业人才,最终实现学校、企业与学生的共赢局面。高职院校市场营销专业对数字营销人才培养模式展开探索与实践,具有不可忽视的理论价值和现实意义。

一、数字经济发展对市场营销领域人才的需求变化

国家统计局发布的《数字经济及其核心产业统计分类(2021)》勾勒出数字经济产业的清晰轮廓,涵盖数字产品制造业、数字产品服务业、数字技术应用业、数字要素驱动业和数字化效率提升业这五大领域,并将数字经济精准界定为以数据资源作为关键生产要素、现代信息网络为重要载体、信息通信技术有效使用为效率提升和经济结构优化重要推动力的一系列经济活动,其中数据资源、现代信息网络和信息通信技术这三个要素如同三足鼎立,缺一不可。为适应数字经济的发展,短视频、直播等新兴营销方式的蓬勃发展,为数字营销市场注入了新的增长活力,企业对处于数字化时代的营销人才也有了更高的期待。

(一) 岗位工作内容的具体化

数字营销岗位的工作内容愈发精细具体,这要求营销人才不仅要筑牢营销专业知识根基,还需掌握数据分析、产品设计、创新思维和创造能力等多元知识与技能,方能从容应对市场的风云变幻。以客户运营岗位为例,市场数据分析是用户运营的基础,通过对用户行为数据和市场趋势的深度剖析,精准把握用户的需求和行为模式,为后续的用户画像完善和策略制定奠定坚实的数据基础,这能助力企业更深入地了解目标用户,根据用户的年龄、性别、兴趣爱好等特征量身定制个性化的营销方案,精准推送不同的产品和服务信息,优化用户体验,进而提高用户的活跃度和忠诚度。

(二) 岗位需求能力复合化

数字营销岗位需求能力的复合化是数字经济时代的必然趋势,这迫切要求数字营销人才持续提升自己的综合素质,以适应市场的需求,为企业的发展贡献力量。这种复合能力不仅包括市场营销和技术方面的知识,还涵盖了创新思维、团队协作能力、沟通能力等软技能。在竞争白热化的数字营销竞技场中,唯有持续创新,才能如璀璨之星般吸引消费者的目光,脱颖而出。

(三) 岗位能力需求细分化

随着数字经济的不断渗透,数字营销岗位细化趋势越发显著,呈现出多元化的繁荣景象,具体可细分为营销策划、内容策划、互动营销、品牌运营、广告推广等丰富多样的岗位,涉及范围更为广阔。如搜索引擎营销岗位需要深入钻研市场和消费者的搜索习惯,挖掘高价值的关键词;数字营销数据分析岗位则需要全面收集、细致整理和深入分析营销数据,清晰了解营销活动的效果和用户行为,依据数据分析结果制定、执行数字营销优化策略,提升营销活动的效果和投资回报率。

二、当代高职院校市场营销人才培养现状

在经济飞速发展和市场竞争日趋激烈的大背景下,市场营销人才的需求不断攀升。高职院校作为培养应用型人才的重要阵地,其市场营销专业的人才培养质量备受瞩目。然而,当前高职院校市场营销人才培养现状却存在不少问题,需深入剖析并加以改进。

(一) 教学内容滞后,课程设置缺乏时代性

众多高职院校的人才培养是对本科院校模式的模仿和学习,部分高职院校市场营销专业课程设置仍以传统营销组合、市场细分、目标市场选择等理论讲授为主,数字化营销新理论、新技术、新方法的知识严重匮乏,未能跟上数字经济市场发展和行业需求变化的急促步伐。学生在这种教学模式,只能被动接受知识,缺乏互动参与,创新实践能力的火花难以被点燃,导致他们在进入工作岗位后,面对实际工作往往束手无策,所学知识无用武之地。

(二) 实践教学环节薄弱,与市场需求脱钩

市场营销本就是一门实践性很强的学科,学生需要通过大量的企业实践将理论知识融会贯通。然而现实情况是在

收稿日期:2025-1-3

基金项目:本文系江海职业技术学院2023年教改课题“产教融合背景下高职新商科数字营销人才培养模式研究”(项目编号:2023jhjg013);2023年度江苏高校哲学社会科学一般项目“运河文化背景下扬州智慧康养产业集群路径研究”(项目编号:2023SJYB2130);江苏省职业教育现代商务创客“双师型”名师工作室。

作者简介:陆春晖(1984—),女,江苏扬州人,江海职业技术学院副教授,主要从事市场营销、电子商务教学研究。

校期间课程以理论教学为主,课程设置未能充分彰显产教融合的特色,与企业需求严重脱节。部分高职院校市场营销专业的实践教学内容陈旧,现有实践教学资源不足,还仅仅停留在案例教学和传统校内模拟项目阶段,没有充分引入数字化营销的实践内容,使得学生所学的实践技能与市场企业实际需求之间存在着鸿沟。

(三)校企合作不够深入,企业参与积极性不高

在产教融合的大背景下,校企合作是提升商科数字营销人才培养质量的必由之路。但目前一些高职院校的校企合作往往基于短期利益或个人关系,缺乏长期稳定的合作规划和保障机制,这使得学校无法充分挖掘企业的资源优势,同时也对学生实践能力和职业素养的提升产生了负面影响。企业在人才培养方案制定、课程开发、教学实践等关键环节参与程度较低,高校在科研实力和资源整合能力方面可能无法为企业提供行之有效的技术支持和解决方案,对企业的支持有限,导致学校在合作中常常处于被动地位,极大地影响了企业的参与积极性。

(四)学生实践能力和创新能力不足

部分高职院校学生受社会舆论环境的影响,错误地认为市场营销专业就是简单的销售工作,对营销专业的理解浮于表面,学习积极性和主动性严重不足,缺乏探索研究精神。在企业实践过程中,他们解决实际问题的能力较弱,独立思考和探索创新的精神匮乏,难以满足企业对创新型营销人才的迫切需求。

三、产教融合背景下市场营销专业人才培养模式改进对策

数字经济的蓬勃发展对市场营销专业人才提出了崭新的要求和严峻的挑战,为了适应市场需求的风云变幻,高职院校必须对市场营销专业人才培养模式进行深度改革和创新,致力于培养出具备数字营销能力和创新思维的高素质应用型人才。

(一)优化课程体系和教学内容

对市场营销专业课程进行全面梳理和整合,优化课程体系结构,明确各课程之间的衔接关系和逻辑顺序;密切关注数字经济领域的最新发展动态和趋势,及时更新教学内容,引入最前沿的营销理念和生动的案例;加强对数字技术的讲解和应用,让学生熟练掌握数字营销工具;构建一个涵盖市场调查、营销策划、品牌推广、销售管理等环节的系统性课程体系,全方位培养学生的综合营销能力。

(二)丰富实践教学形式,完善实践教学队伍

高职院校应积极与企业开展实践课程、实习项目、创新创业大赛等丰富多彩的活动,推行项目驱动式实践教学,引导学生深度参与企业实际的数字营销项目,从项目策划、执行到评估,让学生在实践环境中锻炼解决问题的能力 and 团队协作能力;积极组织学生参加各类数字营销竞赛、创新创业项目,通过竞赛激发学生的创新思维和实践能力,利用创业孵化项目培育学生的创业精神和实践能力。

同时高职院校要定期组织教师参加数字营销培训和学术交流,让教师紧跟数字营销领域的前沿动态和先进教学方法,持续提升教学水平;选派教师到企业挂职锻炼,参与企业的数字营销实践活动,提高教师的实践教学能力和业务水平;聘请企业数字营销专家担任兼职教师,承担实践课程教学、指导学生实习和毕业设计等重要任务,为学生带来行业最新的实践经验和案例,在加强教师队伍建设的同时,为培养具有实际操作能力和创新能力的数字营销人才筑牢根基。

(三)创新校企合作模式,拓展合作渠道

建立长期稳定的校企合作关系,双方共同精心制定人才培养方案、课程标准和教学计划,确保人才培养与企业需求紧密契合。积极开展校企联合课程开发,邀请企业专家参与课程内容和教学资源建设,将企业实际项目和案例巧妙融入课程教学之中。大力推进校企共建实习就业基地,企业

为学生提供实习岗位和就业机会,学校为企业输送优秀人才,实现校企双赢的美好愿景。

实施订单式人才培养模式,根据企业定制个性化的人才培养方案,学生培养完成后直接进入企业就业。采用现代学徒制模式,让学生在企业和学校之间交替学习,由学校教师和企业师傅担任双导师共同指导,实现理论与实践深度融合。建立校企合作产业学院,整合学校和企业的优势资源,共同开展人才培养、技术研发、社会服务等工作,精心打造产教融合的创新平台。

(四)加强创新创业教育,提高学生主动性

引入创新课堂,将传统课堂与实践学习有机结合,鼓励学生在课外时间自主学习,课堂上运用启发式、讨论式等教学方法,激发学生的学习兴趣和创新思维能力,鼓励学生与实践学习项目中的问题进行深入分析讨论,提高学生独立思考解决问题的能力。通过小组作业、团队项目等形式,培养学生的沟通能力、团队协作能力和领导力,丰富学生的实践经验,全方位提高学生的综合素质和适应能力。

四、数字时代营销人才培养的多元化途径探索

数字经济时代,市场营销专业与多个学科领域都有紧密联系。产教融合背景下,高职新商科数字营销人才培养应该侧重于跨学科的融合,注重培养学生多元化的知识和技能,助力学生构建以“数字营销技能与营销创新能力”为核心,校企合作共育,融合理论与实践的“双轮驱动、双轨培育”数字营销应用型本科教学体系。

(一)跨学科融合培养模式

传统市场营销人才培养方式难以满足企业发展需求。产教融合背景下,营销人才培养需突破常规、开拓视野,构建适应数字经济变革的课程体系;需体现数字化核心与跨界融合特性,以应对数字经济中新兴业态对营销人才提出的跨学科知识整合能力要求;需聚焦跨学科教育,着力培养学生的综合素质能力。营销综合型人才培养应引入数据分析、心理学、艺术设计等多元化相关学科,增加“新媒体运营”“数据抓取”“图形设计”“视频制作”“消费者心理学”“行为经济学”等相关课程,以便更好地顺应数字经济的发展潮流。

(二)“数字营销技能+创新创业能力”双轮双轨培养模式

数字营销技能是新时代营销人才必备的基础能力。从社交媒体营销到搜索引擎优化,从数据分析到内容创作,营销人才需要熟练掌握各种数字营销工具和技术,才能在激烈的市场竞争中占据一席之地。通过系统的课程学习和实践训练,学生可以深入了解数字营销的各个环节,掌握数字营销的核心技能。但仅有数字营销技能还是不够的,创新创业能力才是数字营销人才脱颖而出的关键。在日常教学中融入创新意识与创业理念,不仅限于创业基础课程,亦需贯穿于专业平台课程及实习实践训练之中。进而激发学生的创新热情与创业精神。校企双轨共同培养是实现双轮驱动目标的重要途径,企业的实际项目和案例能够激发学生的创新创业灵感,学校的学术氛围和理论指导则有助于学生对创新创业方案进行深入思考和完善。通过参与创新创业项目和竞赛,学生可以锻炼自己的数字营销技能,培养勇于尝试、敢于突破的营销创新创业精神。

五、结论

产教融合背景下高职新商科数字营销人才培养是一项复杂而系统的工程,它与数字经济发展紧密相连,是适应时代潮流的必然要求。学校、企业和社会三方持续不断地探索与实践,积极应对过程中出现的各种问题与挑战,围绕重构后的营销人才能力体系,校企双方共同制定人才培养方案,优化课程体系与教学内容,加强实践教学环节,构建双轮驱动+双轨培养模式,确保培养出适应数字经济时代需求的高素质应用型营销人才,为社会输送更多具有适应性和竞争力的数字营销人才,推动经济朝着数字化、智能化方向高质量发展。

参考文献:

- [1] 陈小秀. 数字经济背景下高职市场营销专业人才培养模式改革与实践[J]. 九江职业技术学院学报, 2024(2): 69-72.
- [2] 邓莎, 冯泽宇. 产教融合背景下的高职新商科专业数字营销人才培养模式研究[J]. 中国管理信息化, 2022, 25(21): 152-155.
- [3] 周桂芳. 数字经济背景下市场营销专业人才培养策略研究[J]. 河南工学院学报, 2024, 32(3): 56-58.
- [4] 夏黎. 数字经济视域下新商科人才数字营销类课程教学改革路径研究[J]. 学周刊, 2024(22): 21-24.
- [5] 袁基瑜, 于静, 邵明晖, 等. 数字经济下基于产学合作的营销人才培养路径[J]. 经济研究导刊, 2022(26): 126-128.
- [6] 郁珏, 葛辰佳. 基于数字化转型背景下高职营销专业人才培养模式研究[J]. 湖北开放职业学院学报, 2024, 37(19): 160-161, 164.

Research on the Training Model of Digital Marketing Talents in New Business Disciplines in Higher Vocational Colleges under the Background of Integration of Industry and Education

LU Chun-hui

(Jianghai College, Yangzhou Jiangsu 225000, China)

Abstract: The rapid development of information technology has vigorously promoted the high-speed growth of the digital economy and also led to profound changes in the market's demand for marketing talents. The shortage of digital marketing talents has become increasingly prominent. Currently, higher vocational colleges have exposed shortcomings in talent cultivation, such as outdated teaching content, weak practical teaching links, superficial school-enterprise cooperation, and lack of students' comprehensive abilities. In response to this, improvement strategies can be formulated from dimensions such as optimizing the curriculum structure, enriching practical teaching, innovating the school-enterprise linkage mechanism, and strengthening innovation and entrepreneurship education. The integration of industry and education can break through the barriers between school education and enterprise needs. Through exploring the diversified paths of interdisciplinary cross-integration and the two-wheel and two-track model, it can provide a strong boost for the vigorous development of the social economy.

Key words: integration of industry and education; new business disciplines; digital marketing; talent training; industry college

(责任编辑: 范新菊)

(上接第51页)

[6] 魏明. 服务产业集群的职业教育专业集群建设逻辑与策略[J]. 教育与职业, 2021(11).

[7] 曾三军. 对接产业链建设产业学院“四主体三领域三育人”模式探索——以广州科技贸易职业学院为例[J]. 广东

轻工职业技术学院学报, 2019(18).

[8] 叶萍. 高等职业教育与区域产业集群融合发展: 内在关系、生成逻辑和推进路径[J]. 晋城职业技术学院学报, 2024(4).

Four-chain Integration: Exploration and Practice in the Construction of Intelligent Manufacturing Industry Colleges Docking with Regional Industrial Clusters—From the Perspective of the Development of Guangzhou-Hong Kong Intelligent Manufacturing Cooperation Zone

YE Ping¹, HUANG Zhao-ying²

(1. Guangzhou Vocational College of Technology and Business, Guangzhou Guangdong 511442;

2. Guangdong Mechanical and Electrical Polytechnic, Guangzhou Guangdong 510550, China)

Abstract: The positioning of higher vocational education as an educational type determines that the fundamental way of talent cultivation is to connect with industrial demands and carry out school-enterprise collaborative education. As an important engine for promoting regional industrial development, higher vocational education should timely adapt to the trend of global industrial agglomeration development, and construct industry colleges by docking with the development of regional industrial clusters, so as to effectively promote the organic connection among the education chain, talent chain, industry chain and innovation chain, and create its own school-running characteristics and achieve high-quality development. Based on the industrial development perspective of Guangzhou-Hong Kong Intelligent Manufacturing Cooperation Zone, this paper explores and practices the construction path of intelligent manufacturing industry colleges and the long-term mechanism for industry-education integration.

Key words: higher vocational education; industrial clusters; Guangzhou-Hong Kong Intelligent Manufacturing Cooperation Zone; four-chain integration

(责任编辑: 陈思婷)