

“岗课赛证”融合下高职市场营销专业人才培养路径探究

张怡跃

(连云港职业技术学院数字商务学院,江苏连云港 222006)

[摘要]“双高计划”背景下,要求培养具有高技能的复合型的新质劳动力。针对市场营销专业人才培养存在的岗位定位不清晰、岗位技能不明确、职业资格证书对应的核心技能有待提高、竞赛运作能力有待提升、技能大赛指导教师水平有待提升、“闭门造车”不利于竞赛水平、人才培养质量提升等问题,明确“岗课赛证”融合的培养目标,坚持以岗定课,以证设课,以赛促学,优化教学内容,探究一套行之有效的“岗课赛证”融合下的高职市场营销专业人才培养路径。

[关键词]“岗课赛证”融合;专业人才培养;市场营销专业

[中图分类号] G712; F713.5

[文献标识码] A

[文章编号] 2096-711X(2026)04-0058-03

doi:10.3969/j.issn.2096-711X.2026.04.020

[本刊网址] <http://www.hbxb.net>

引言

“职教20条”提出要促进校企深度合作,深化人才培养方案改革,培养为社会服务的高技能复合型人才。再叠加“双高计划”背景就要求高职院校人才培养方案要进行科学、合理的课程设置,而如何处理“岗课赛证”的关系就是其中的关键。“岗课赛证”并非“岗位、课程、竞赛、证书”四者的简单叠加,而是四者基于内在逻辑的有机融合。

一、“岗课赛证”融合存在的问题

(一)岗位定位不清晰、岗位技能不明确

制定人才培养方案时,市场营销专业匹配的岗位存在两个问题,一个是岗位过于宽泛,本专业适合各类工商企业的市场营销相关岗位,这样在进行课程设置时就会出现课程多而杂的现象从而导致专业化不明显。另一方面就是岗位非常专、专而精的方向,尤其是以订单班为主就是这种模式。岗位过于专精又会使一部分学生失去学习兴趣,认为这岗位不是我喜欢,但由于订单培养又不便于拓展。

根据实践教学中发现的相当数量学生对岗位知识、技能的认知片面化,不明确相关岗位技能要求以及标准是什么等问题。身处一线的专业教师也基本是从大学校园到高职院校实际,缺少真正对一线企业相关岗位职责、知识及其技能的掌控,难以提供真正匹配的专业教学内容和资源。

(二)职业资格证书对应的核心技能有待提高

市场营销专业涉及的网店运营推广、商务数据分析等职业技能等级证书考核要点涵盖市场调研、数据分析、网店设计、网店运营推广、客户服务、订单处理等应知应会要求。证书内容分散在多门专业课程中,不能构成完整的应知应会知识、技能体系,课与证书之间难以对接,他们无法完成对相关证书的应知应会考核要求。

(三)竞赛运作能力有待提升

市场营销技能竞赛共分为方案策划、数字营销、情景营销三个模块,全部完成需要580分钟。不仅考查学生实践操作的熟练程度,还主要考查学生的营销策划、市场推广、新媒体运营以及应变、抗压能力,学生仅依靠赛前突击,与课程教学相分离,也难以实现竞赛成绩的突破。

以停课完全投入竞赛训练模式虽然有利于竞赛成绩提升,但是有悖于高职教育人才培养目标。高职市场营销专业人才培养目标不单单是技能大赛。本专业面向批发业、零售业、商务服务业、制造业等行业的市场营销专业人员、客户服务

管理员、互联网营销师、品牌专业人员等职业,能够从事数字营销策划、数字营销推广、数字营销运营、数字销售管理和智能客户服务等工作的高素质技术技能人才。

(四)技能大赛指导教师水平有待提升

当前技能大赛指导教师建设面临显著挑战,其核心在于专业化能力结构失衡与动态适应性不足。

1.“双师”素质结构性缺失

指导教师群体中,部分成员虽具扎实学科知识,但行业前沿技术实践能力与真实生产情境转化能力薄弱;另一部分实践经验丰富者,则缺乏将技术精髓提炼为可迁移教学策略的教育理论素养与系统训练设计能力。这种割裂阻碍了竞赛技能的高效传递。

2.知识更新滞后于技术迭代

技能大赛部分师资存在持续学习机制缺位问题,其知识体系与教学方法未能同步于快速演进的技术标准与竞赛规程,导致指导内容与赛项要求的代际差扩大。

3.系统化培养机制薄弱

现有师资提升多依赖零散培训,缺乏基于教师专业发展阶段性理论的、贯穿职前职后的终身学习体系,以及融合行业实践、教育理论与竞赛研究的协同培养平台。

(五)“闭门造车”不利于竞赛水平、人才培养质量提升

当前部分职业院校在技能竞赛训练中存在“闭门造车”现象,即过度依赖校内资源,缺乏与行业、企业的深度互动,导致竞赛水平难以突破,人才培养质量滞后于市场需求。从理论视角看,这一问题源于“学校本位”与“产业需求”的脱节。

1.技术滞后性

行业技术迭代迅速,而封闭的训练模式使师生难以及时接触前沿技术,竞赛方案与真实生产环境存在代差。

2.评价标准偏差

竞赛评分规则往往基于行业实践,若仅依赖校内经验,易导致训练方向偏离实际需求,影响竞赛成绩。

3.人才培养低效

技能竞赛的本质是检验学生解决真实问题的能力,若训练脱离产业背景,学生即使获奖,就业后仍可能面临适应障碍。

二、“岗课赛证”融合下高职市场营销专业人才培养路径

(一)“岗课融合”下构建高职市场营销专业人才选拔机制

1.以岗定课,课程设置更符合行业岗位发展需要

市场营销专业要适应商业服务业发展,对接线上线下的销

收稿日期:2025-9-19

基金项目:本文系2024年度江苏省教育科学规划课题“职业技能大赛反哺教学研究”一般资助课题“技能大赛制度下校企深度融合的实践研究”阶段性成果(项目编号:ZYJN/2024/08)。

作者简介:张怡跃(1970—),男,江苏连云港人,连云港职业技术学院数字商务学院教授,主要从事企业经济、高职教育研究。

售、客服、市场营销策划、品牌运作、市场推广等职业类别,以上述职业类别对应的岗位主管为主要培养岗位。

重点安排市场营销专业基础课以及突出推销、谈判、客服、数据分析、网店运作推广等突出技能的专业课程。结合市场营销专业面向主要行业岗位类别及时调整相关课程体系,也为构建市场营销大赛技能人才选拔机制创造条件。

2. 抢先技能大赛信息宣讲

利用新生入学教育、专业教育之机,前置市场营销专业技能大赛信息宣讲,通过信息宣讲互通信息、鼓舞士气,发现感兴趣群体。

借助市场营销、电子商务、商务数据分析等一年级第一学期开设专业基础课程教学,答疑相关技能大赛信息,并进一步对入学教育、专业教育发现感兴趣群体进行深入动员和更有针对性的测试,从而为市场营销专业技能大赛集训队伍选拔提供广泛的受众基础。

3. 借助实训课程进行测试选拔

利用一年级开设的情境营销实训、数字营销实训以及商务数据分析课程实践课时,进行技能大赛人员的测试及选拔,通过测试发现高素质的后备队员。这些校内实训的开展,也有利于师生融洽关系的打造,让师生在实训过程中彼此欣赏、彼此互助、彼此成长。另外,借助每年一次的二级学院例行的技能活动月开展,以及后续的校级技能比赛、江苏工匠岗位练兵等比赛,也为发现高素质的后备队员打造有效的途径。

4. 强化训练为市场营销技能大赛冲刺做准备

单纯的信息宣讲、选拔测试是不能建立一支经得起市场营销专业技能大赛挑战的队伍。经过选拔测试之后,要结合课余时间、双休日、寒暑假匹配相应激励措施进行长时间、高强度、对抗性的强化训练,为市场营销专业技能大赛正式队伍组建提供充分信息保障。

(二)“证课融合”下构建高职市场营销专业人才培养机制

1. 以证设课,证课融合

市场营销专业对职业资格证书或技能等级证书要求学生在校三年要通过数字营销职业技能等级证书、网店运营推广职业技能等级证书、SYB证书、三级营销师职业资格证书中的至少一个或者多个。这些证书的获取需要对接市场营销、消费者行为学、网店运营与推广、数字营销、创业指导等主要课程。

“证课融合”为市场营销专业培养重视技能打造坚实而又广泛的基础,这些证书的获取需要学生通过相应的知识和技能考核,而这些相应的知识和技能与市场营销专业技能大赛内容是高度匹配的。

2. 课程设置贴近职业资格或职业技能等级证书要求

证书既能反映行业、岗位对技能培养的水准要求,又能反映市场营销专业技能大赛的考核内容。结合市场营销专业面向主要行业岗位类别对相关职业资格及职业技能等级证书要求,及时调整相关课程体系,为构建市场营销专业人才培养机制创造条件。

“证课融合”要求把相应的职业资格或职业技能等级证书考核标准、内容及要求融入日常高职市场营销专业人才培养的标准、内容和体系中,从而形成一套体系、一套标准、一套内容,用职业资格或职业技能标准提升高职市场营销专业人才培养的高质量发展。

新媒体营销、短视频制作与运营、商务数据分析等课程设立契合数字营销职业技能等级证书对相关知识与技能要求;网店运营推广、网店开发与设计、网络营销、网店美工等课程对应网店运营推广职业技能等级证书相关知识与技能要求;市场营销、公共关系、消费者行为学、商务谈判、市场营销策划等课程匹配了三级营销师职业资格证书相关知识与

技能要求。

3. 学生“证、赛”结合,实训人才培养高质量发展

2018年以来,我校历届市场营销专业学生均参加SYB培训以及三级营销师职业资格培训并考核,顺利获取SYB证书、三级营销师证书,通过率都在95%以上。参加网店运营推广职业技能证书通过率也在85%以上。这些证书的获取为大赛队伍积累了相关知识和能力素养。

(三)“课赛融合”下构建高职市场营销专业人才培养高质量发展机制

1. 课赛融合、以赛促课

大赛是提升技术技能人才培养质量、检验教学成果、引领教育教学改革的重要抓手,是职业院校教育教学活动的一种重要形式和有效延伸。“课赛融合、以赛促课”,全面提升课程教学质量,同时也为市场营销专业技能大赛选拔有潜力的选手,条件成熟时就用相关市场营销专业技能大赛标准作为相关课程的考核标准,从而推进市场营销专业人才培养高质量发展,为社会培养新质劳动力。

经过三年的逐渐调整,逐步构建完整的课赛融合体系。尽管高职市场营销专业人才培养目标不单是技能大赛,但是市场营销技能大赛标准、内容、方式等无疑是高职市场营销专业人才培养的拔尖体现,代表专业人才培养的高水平发展而不是平均水平或基本水平。结合市场营销专业培养面向的职业、岗位要求,激励学生通过参加市场营销、商务数据分析等技能大赛提升自身职业素养和岗位能力,成为市场营销专业技能拔尖人才。

2. 课程设置贴近技能大赛要求

商务数据分析、网店运营推广、情境营销实训、数字营销实训、市场营销策划等课程高度匹配市场营销技能大赛内容要求。这些课程的设置化解了市场营销、商务数据分析等相关技能大赛时间紧、任务重的挑战,也规避了停课全面集训模式所带来的弊端,把相关技能大赛软件和日常理论课程和实训课程教学相结合,尤其是利用校内实训时间为市场营销技能大赛提供了充足的训练时间,也提升了市场营销专业校内实训的水平与质量。

(四)打造一支证赛兼具的优秀教师团队

要求学生结合市场营销专业人才培养要求应该获取的证书,老师要比学生提前获取;要求学生参加市场营销专业相关技能大赛同时老师也要参加相应技能大赛。这样,保证市场营销专业技能大赛教师队伍的高质量发展。

我校市场营销教学团队人数只有9人,高级营销师2人、营销师8人,网店运营推广职业技能初级4人、中级4人、高级2人,SYB证书1人、IYB证书1人,市场营销技能大赛指导教师4人、参赛教师2人,商务数据分析技能大赛指导教师1人、参赛教师1人,这为指导学生通过证书以及技能大赛创造了条件。

(五)走出去、产教融合为“岗课赛证”融合提供动力

“岗课赛证”融合要求要走出去,主动和企业对接,借助企业的市场竞争能力和优势,为师资培养以及适应证赛要求提供外援。如网店运营推广等级证书就通过主办方鸿科经纬公司前期先为在校老师培训与考核储备了师资队伍。市场营销相关技能大赛也通过和中教畅享合作先期锻炼了师资队伍。近期京东产业学院的建立也为市场营销专业人才培养提供外生动力。

结语

2018年以来,我校市场营销专业通过课程选拔测试组建的市场营销技能大赛队伍参加了七次省级大赛,五次获奖、一次二等奖、四次三等奖。商务数据分析技能大赛2024年首次组队,就获省级一等奖第一名的骄人战绩。这些成绩取得为市场营销专业人才培养提供了鲜活培养路径。

参考文献:

[1]夏明敬. 1+X 证书背景下高职“粮油质量检验”课程教学改革研究[J]. 食品安全导刊, 2021(19):191-192.
[2]曾天山, 陈斌, 苏敏. 以高水平赛事促进“岗课赛证”综合育人: 基于2021年全国职业院校技能大赛分析[J]. 中国职业技术教育, 2021(29):5-10.
[3]全国职业院校技能大赛高职组市场营销赛项官方网站. 赛项介绍[EB/OL]. (2024-4-28)[2024-5-29].

<http://mk.itmc.cn/html/about/>.

[4]山西省财政税务专科学校招生网. 市场营销专业简介[EB/OL]. (2023-6-30)[2025-5-29]. <https://www.sxftc.edu.cn/zsxx/info/1122/1735.htm>.
[5]教育部等三十五部门关于印发《全国职业院校技能大赛章程》的通知[EB/OL]. (2021-10-21)[2025-5-29]. http://www.moe.gov.cn/srcsite/A07/zcs_yxds/s3069/202111/t20211119_581112.html.

An Exploration on the Talent Training Path for the Marketing Major in Higher Vocational Colleges under the Integration of “Job, Course, Competition and Certificate”

ZHANG Yi-yue

(Digital Business College, Lianyungang Vocational and Technical College, Lianyungang Jiangsu 222006, China)

Abstract: Under the background of the “Double High Plan”, it is required to cultivate new quality labor forces with versatile high skills. In response to the problems existing in the talent training of marketing major, such as unclear job positioning, unclear job skills, the core skills corresponding to professional certificates to be improved, the operation ability of competitions to be enhanced, the level of guidance for skill competitions to be improved, the “closed-door self-creation” phenomenon detrimental to the competition, and the talent training quality to be enhanced, etc., the training goal of integrating “job, course, competition and certificate” should be clearly defined. The principles of setting courses based on job positions, setting courses based on certificates, promoting learning through competitions should be adhered to, and the teaching content should be optimized, so as to explore an effective path for cultivating marketing professionals in higher vocational colleges under the integration of “job, course, competition and certificate”.

Key words: integration of “job, course, competition and certificate”; professional talent training; marketing major

(责任编辑:章樊)

(上接第54页)

[7]崔绪军,朱丽丽. 以教育家精神引领青年教师成长[N]. 江苏教育报, 2024-11-6(4).
[8]梁瑛楠,吴雅琪. 高校研究生导师立德树人职责评价的价值和实现路径研究[J]. 大学, 2024(31):135-138.

[9]程振华,赵丽影. “1+5”助力师德师风建设走深走实[J]. 河南教育(基教版), 2024(11):41-42.
[10]王飞平. 教师伦理学[M]. 上海:上海人民出版社, 1988.

Research on the Three-dimensional Collaborative Path of Teacher Ethics Education for Young Teachers in Application-oriented Universities

WANG Jia-mei, SONG Bei-zhou

(Beijing University of Agriculture, Beijing 100096, China)

Abstract: As the primary criterion for evaluating the quality of the teaching staff, teacher ethics and conduct are of vital importance in the context of building an educational power. Focusing on the young teachers in application-oriented universities, this paper analyzes the three major predicaments they face in teacher ethics education: the structural disconnection between policy cognition and individual internalization, the alienated disjunction between value transmission and emotional resonance, and the practical disengagement between theoretical cognition and behavioral transformation. Based on the current situation of teacher ethics among young teachers in application-oriented universities in the new era, this paper proposes a three-dimensional collaborative cultivation path of “cognitive construction—emotional immersion—embodied practice”, and explores the paths of hierarchical cognitive input, differentiated course design to enhance identification, ritualized cultivation and role model guidance to innovate emotional connection, and promoting the unity of knowledge and action through the “teaching—research—social service” linkage matrix and industry-education integration platform, which provides a systematic solution to breaking the limitations of traditional teacher ethics education and improving the teacher ethics of young teachers, and contributes to the realization of the goal of building an educational power.

Key words: application-oriented universities; young teachers; teacher ethics education; three-dimensional collaboration; pathways

(责任编辑:陈思婷)