

高职院校经管类专业实践教学改革探索

——以市场营销实务课程为例

姜畅高

湖北科技学院 湖北 咸宁 437100

[摘要]本文深入分析了高职院校经管类专业，特别是市场营销实务课程的实践教学现状，指出了存在的问题，并在此基础上探讨了实践教学改革的必要性和重要性。文章提出了以能力为导向，对市场营销实务课程进行项目化、模块化的实践教学设计，同时采用多种教学手段，如仿真模拟系统、校外实习实训基地建设等，以增强学生的实践能力和职业素养。此外，还强调了利用校内外资源建设校内营销实训基地的重要性。通过这些改革措施，旨在提升市场营销实务课程的教学质量，更好地满足社会对高素质技术技能人才的需求。

[关键词]高职院校；经管类专业；市场营销实务；实践教学改革；能力培养

[中图分类号] G641 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1687-9534(2025)-0054-04 **[收稿日期]** 2024-12-09

一、引言

高职院校经管类专业作为培养适应我国经济建设、社会发展需要的高素质技术技能人才的重要基地，其教学质量和实践能力培养备受关注。然而，当前高职院校经管类专业普遍存在“重理论，轻实践”的现象，导致学生在实际工作中难以迅速适应岗位要求。特别是在市场营销实务课程中，这一现象尤为突出。因此，对市场营销实务课程进行实践教学改革，提升学生的实践能力和职业素养，已成为当前高职院校经管类专业教学的重要任务。

二、市场营销实务课程实践教学现状

市场营销实务课程是高职院校经管类专业学生必须学习和掌握的一门重要课程，具有很强的实践性和应用性。然而，当前市场

营销实务课程的实践教学存在诸多问题，主要表现在以下几个方面：

（一）实践教学形式单一

目前，市场营销实务课程的实践教学形式较为单一，主要以课堂理论教学与实践相结合、参加相关比赛、仿真模拟教学等方式为主。这些方式虽然在一定程度上能够增强学生的实践能力，但受限于时间、资源和条件，难以全面满足学生的实践需求。

（二）实践教学与企业需求脱节

市场营销实务课程的实践教学往往与企业实际需求脱节，导致学生在实际工作中难以迅速适应岗位要求。一方面，实践教学的内容和方法缺乏针对性和实效性；另一方面，缺乏与企业的紧密合作和互动，难以将企业实际需求融入到实践教学中。

（三）缺乏实践教学的条件和资源

高职院校经管类专业普遍缺乏实践教学的条件和资源，如校内实训室、校外实习实训基地等。这导致学生在实践教学中难以获得充分的实践机会和条件，难以有效提升实践能力和职业素养。

三、市场营销实务课程实践教学改革的思路

针对市场营销实务课程实践教学存在的问题，本文提出以下改革思路：

（一）以能力为导向，进行项目化、模块化的实践教学设计

1. 明确能力培养目标

在市场营销实务课程的实践教学中，应明确能力培养目标，即以提升学生的实践能力和职业素养为核心，培养学生的市场分析、营销策划、销售管理等方面的能力。

2. 构建项目化、模块化的实践教学体系

根据能力培养目标，将市场营销实务课程划分为若干个项目模块，如市场调研、广告策划与设计、产品营销、市场营销组合、市场营销战略规划等。每个项目模块都包含明确的教学目标和教学内容，以及相应的实践教学方法 and 手段。通过项目化、模块化的实践教学设计，使学生能够在完成一个个完整的工作任务的同时，逐步掌握基本的专业技能和职业素养。

3. 实施“教、学、做”一体化的教学模式

在实践教学过程中，应坚持“教、学、做”一体化的教学模式。即教师在讲解理论知识的同时，引导学生进行实践操作和案例

分析；学生在实践操作和案例分析中，不断加深对理论知识的理解和掌握。通过这种模式，实现理论与实践的有机结合，提高学生的实践能力和职业素养。

（二）采用多种手段进行课堂实践教学

1. 利用仿真模拟系统开展模拟营销大赛

为了提高学生的学习兴趣 and 积极性，可以利用仿真模拟系统开展模拟营销大赛。通过设置一个企业经营项目，以小组为单位展开经营活动，并由各小组的成员运用所学知识提出营销策略方案进行营销实战。通过模拟市场竞争环境和营销实战环节的设计，培养学生主动参与、团队协作和创新精神；同时通过模拟营销大赛的组织与实施，培养学生策划组织、沟通协调、团队合作等综合能力。

2. 引入案例教学

案例教学是一种有效的教学方法，能够帮助学生更好地理解理论知识和实践技能。在市场营销实务课程的实践教学中，可以引入一些典型的营销案例，让学生进行分析和讨论。通过案例分析，使学生能够更好地理解市场营销的理论知识和实践技能，并能够在实践中灵活运用。

3. 开展小组讨论和角色扮演

小组讨论和角色扮演是常用的教学方法之一。在市场营销实务课程的实践教学中，可以组织学生开展小组讨论和角色扮演活动。通过小组讨论和角色扮演，使学生能够更好地理解市场营销的流程和环节，并能够在实践中锻炼自己的沟通能力和团队协作能

力。

（三）加强校外实习实训基地建设

校外实习实训基地是提升学生实践能力和职业素养的重要平台。为了加强校外实习实训基地建设，可以采取以下措施：

1. 建立校企合作机制

通过建立校企合作机制，实现学校与企业的紧密合作和互动。一方面，学校可以邀请企业专家到学校进行讲座和授课；另一方面，学生可以参与到企业的实际工作中去，了解企业的实际需求和 workflows。通过这种方式，可以使学生更好地适应企业的岗位要求和工作环境。

2. 拓展校外实习实训基地

积极拓展校外实习实训基地，与更多的企业建立合作关系。通过与企业合作共建校外实习实训基地，为学生提供更多的实践机会和条件。同时，学校还可以根据企业的实际需求，调整实践教学的内容和方法，使其更加贴近企业的实际需求。

3. 加强校外实习实训基地的管理和评估

为了确保校外实习实训基地的质量和效果，需要加强对其的管理和评估。一方面，要建立完善的校外实习实训基地管理制度和流程；另一方面，要定期对校外实习实训基地进行评估和反馈，及时发现问题并进行改进。通过这种方式，可以确保校外实习实训基地的质量和效果得到保障。

（四）利用校内外资源建设校内营销实训基地

除了加强校外实习实训基地建设外，还

可以充分利用校内外资源建设校内营销实训基地。具体可以采取以下措施：

1. 整合校内外资源

通过整合校内外资源，如学院本身的创业孵化园、电子商务创业孵化园以及物流学院等校外实训基地进行营销实训。这些资源可以为学生提供更多的实践机会和条件，帮助他们更好地掌握市场营销的实践技能。

2. 建设校内营销实训室

在校内建设专门的营销实训室，配备相应的设备和软件。通过模拟市场营销的各个环节和流程，使学生能够在实践中锻炼自己的市场营销能力。同时，还可以利用营销实训室进行一些创新性的营销活动和研究项目，推动市场营销实务课程实践教学的发展和创新。

3. 开展校企合作共建校内营销实训基地

通过与企业合作共建校内营销实训基地，实现资源共享和优势互补。一方面，企业可以为学生提供实践机会和条件；另一方面，学校可以为企业提供人才支持和智力支持。通过这种方式，可以实现学校与企业的互利共赢和共同发展。

四、市场营销实务课程实践教学改革的实施效果

通过实施上述改革措施，市场营销实务课程的实践教学取得了显著的效果：

（一）学生的实践能力和职业素养得到提升

通过项目化、模块化的实践教学设计及多种教学手段的运用，学生的实践能力和

职业素养得到了显著的提升。他们能够更好地理解市场营销的理论知识 and 实践技能，并能够在实践中灵活运用；同时，他们的沟通能力、团队协作能力、创新思维等职业素养也得到了锻炼和提升。

（二）教学质量得到显著提高

随着实践教学改革的深入推进，市场营销实务课程的教学质量也得到了显著提高。一方面，教师的教学水平和专业素养得到了提升；另一方面，学生的学习兴趣和积极性也得到了增强。这些因素共同促进了教学质量的提高和学生学习成果的达成。

（三）促进了校企合作和产教融合

通过加强校外实习实训基地建设和利用校内外资源建设校内营销实训基地等措施，促进了校企合作和产教融合的发展。一方面，学校与企业的合作更加紧密和深入；另一方面，学生的实践机会和条件也得到了更多的拓展和丰富。这些因素共同推动了市场营销实务课程实践教学改革的发展和创新。

五、结论与展望

本文通过对高职院校经管类专业市场营销实务课程实践教学现状的分析和探讨，提

出了以能力为导向的实践教学改革思路。通过实施项目化、模块化的实践教学设计以及多种教学手段的运用等措施，学生的实践能力和职业素养得到了显著的提升；同时教学质量也得到了显著的提高。未来，我们将继续深化实践教学改革，加强与企业的合作和交流；同时积极探索新的实践教学方法和手段，以更好地适应市场需求和学生发展需求。我们相信在不久的将来，高职院校经管类专业市场营销实务课程的实践教学将取得更加显著的成果和进展。

参考文献：

- [1]林晓宁.基于课程思政的旅游管理专业市场营销学教学设计研究[J].科教文汇.2021,(5).
- [2]丁彦,胡芬.高校课程思政建设中的困境与思考[J].高教论坛.2021,(12).
- [3]胡延华,裴茜.基于社会主义核心价值观的高职"物流营销"课程思政设计与实践[J].物流技术.2021,40(11).
- [4]翁莉.高校专业课程思政教育的探索与设计——以"网络营销"课程为例[J].黑龙江教育(高教研究与评估版).2021,(11).

Exploration of practical teaching reform of economics and management majors in higher vocational colleges

—— Take the marketing practice course as an example

Jiang Changgao

Hubei University of Science and Technology, Hubei Xianning 437100

Abstract: This paper deeply analyzes the current situation of practical teaching of economics and management majors in higher vocational colleges, especially the marketing practice courses,

points out the existing problems, and discusses the necessity and the importance of practical teaching reform. This paper puts forward the ability-oriented, project and modular practice teaching design, and adopts various teaching methods, such as simulation system, off-campus practice training base construction, etc., to enhance students' practical ability and professional quality. In addition, it also emphasizes the importance of using the resources inside and outside the school to build an on-campus marketing training base. Through these reform measures, the aim is to improve the teaching quality of marketing practice courses and better meet the needs of the society for high-quality technical talents.

Key words: higher vocational colleges; economics and management majors; marketing practice; practical teaching reform; ability training