

产教融合背景下高职市场营销专业课程评价体系实践探索

吴红阳 王福荣

陕西财经职业技术学院

DOI:10.32629/er.v9i3.6890

[摘要] 根据产教融合要求, 高职市场营销专业课程评价体系应进行创新探索。本文对高职市场营销专业课程评价体系目标、指标设计和方法创新进行阐述, 并提出完善课程内容、加强实训教学、融合基础课程等建议。通过建立多元化的评价标准, 将理论和实践相结合, 提升学生的综合能力, 为学生未来发展奠定扎实的基础。

[关键词] 产教融合; 高职; 市场营销专业; 课程评价体系

中图分类号: G712 文献标识码: A

Practical Exploration of Higher Vocational Marketing Major Curriculum Evaluation System Under The Background Of Integration Between Industry And Education

Hongyang Wu, Furong Wang

ShaanXi Technical College of Finance & Economics

Abstract: According to the requirements of the integration of industry and education, the evaluation system of marketing major courses in higher vocational colleges should be innovated and explored. This paper expounds the objectives, index design and method innovation of the evaluation system of marketing professional courses in higher vocational colleges, and puts forward some suggestions such as perfecting the course content, strengthening the practical teaching and integrating the basic courses. By establishing a diversified evaluation standard, combining theory with practice, improving students' comprehensive ability, and laying a solid foundation for students' future development.

Keywords: integration of industry and education; higher vocational; marketing professional; curriculum evaluation system

引言

随着经济和社会的发展, 市场营销专业面临更多的挑战和机会, 高职院校作为培养应用型人才摇篮, 应响应国家对教育的号召, 积极推进产教融合。在此背景下, 完善市场营销专业课程评价体系尤为重要, 通过对行业需求、课程内容以及学生能力分析, 构建出符合当下市场发展要求, 面向实践和理论并重的课程评价体系, 提升学生的就业竞争力。

1 高职市场营销专业课程评价体系的构建目标

1.1 评价学生掌握的理论知识的程度

在高职市场营销专业教学中, 理论是让学生了解市场运作、消费者行为和营销策略等内容。在建设评价指标时, 要考查学生的理论知识水平, 利用期中期末考试、课堂测验、案例分析、实习实训等方式, 多方面地考查学生对学科基础知识的掌握情况, 并在评价方式上进行创新, 不再单一地考虑学生的考试成绩, 而是对学生的学科能力进行全面评估。比如, 基于企业现状的市场数据分析、开展营销策划等内容,

结合在线学习平台及应用交互式教学方法, 调动学生积极性, 保证学生自主参与到各种教学活动中, 能锻炼学生的学科能力。

1.2 考核学生动手实践的能力

对于市场营销专业而言, 实践操作能力强是检验学生是否学得好的主要标准之一, 通过项目实训、案例分析、模拟市场活动等形式考查学生的具体情况。从实际工作的角度出发, 让学生在实践过程中接触最真实的市场调查、产品推广、营销策划等内容, 更好地锻炼学生解决问题与创新思维^[1]。另外, 在评价时应给出学生具体的评价标准, 对每个项目、每位学生在其中扮演的角色、承担的任务、遇到的问题以及最终的解决方法均应予以评价, 在项目实践过程中将理论知识运用到实践中, 提升学生对市场的敏感程度, 增强其适应能力。

1.3 考查学生的团结协作以及交流沟通能力

教师在课堂教学过程中选择多种方式调动学生主动参与活动的积极性, 如角色扮演、小组合作等, 学生之间相互

分享资源，教师则观察学生在团队中所做出的努力、与人的沟通方式、跟人共事时的态度与能力，以同伴互评、自我反思等形式，让学生成为自我认识者、发现者，明白自己在团队当中发挥的作用与能动性。教师还可引入企业导师、行业专家进课堂来提供真实的团队项目、给予真实反馈，在实践层面促进学生开展团队合作。

1.4 考核学生的从业素质及创新能力

职业素养和创新能力是当下人才市场上衡量市场营销专业人才的重要标准，在此背景下，高职院校及教师会重点评估学生职业素养，在此方面创新方法，主要是看学生平时的学习行为是否符合遵守职业道德规范和规章制度的基本要求，有无强烈的责任感和良好的时间观念及职业生涯规划等行为习惯，能否承担作为准工作者应有的社会责任等。在此基础上，教师有目的地考核叙述的从业素养及创新能力，重点提升学生创新营销策略与思想的能力，给学生创建良好的支持型与开放型的学习氛围，让学生愿意大胆去实践和探索，时刻保持高度的积极性，根据其表现做出合理的评价，不断纠正与引导学生向正确的方向发展，使学生逐步形成正确的价值观念和思维方式。

2 高职市场营销专业课程评价指标的设计

2.1 知识掌握

高职市场营销专业课程学习效果表现在知识的获取上，因此必须重视对学生营销理论知识的学习和应用能力的培养和提高。教师在授课过程中选择多种测评方式，考查学生对学科重要概念、理论框架以及如何应用于实践中等情况^[2]。平时教学过程中的测试，融合课堂考勤、现场问答、网上测试等方式，实时跟进了解学生的学习情况，教师多出一些开放性的思考性问题，能增强学生的活跃度，在课堂上与教师、同学的深度交流，打开思维，主动思考，有效培养学生的综合能力。

2.2 实践能力

在课程评价指标中要设置实训项目、案例分析、模拟市场活动等项目，由教师提出具体项目任务，学生可以根据自身的学习情况及需求，选择自己独立思考或以小组合作方式，从不同渠道参与到实践活动中，教师根据活动完成情况对学生评价，且评价标准包含学生的方案拟定情况、实践活动中根据实际情况作出调整情况、遇到问题后的应对方法等，也可以通过撰写实践报告的方式，对实践过程做记录、归纳和总结，有助于锻炼和培养学生的反思能力。

2.3 团队合作

团队协作是营销专业学生的关键技能，可以根据各项指标对团队协作能力予以评价，并在此基础上提高学生的团队协作能力以及表达交流的能力。在课堂上采用分组讨论的方

式或采用团队合作形式的教学，将学生的团队协作能力应用于实践。评分时注意学生的角色定位是否准确、是否对组内做出了贡献，也要考查学生在组内的作用，设计同伴评价、自我评价，让学生在客观评价自己的同时更全面地评价他人。

2.4 职业素养

职业素养是对营销专业学生重要的综合评判标准，是影响学生能否获得好职业的前提。所以，从职业素养测评、实习反馈、职业规划等方面对学生的综合评价，学校和企业在对学生进行职业素养测评时，通过职业道德、责任感、时间观念等方面对其进行评判^[3]。此外，学生的职业实习情况以及学生在工作中的表现、职业素养也是重要的评价内容，采取问卷调查、约谈等方式，从企业中获取多方面的反馈，为学生的未来职业发展起到导向作用。

3 高职市场营销专业课程评价方法的创新

3.1 形成性评价

对高职市场营销专业课程评价方法的创新，其中包括形成性评价，是对学生学习及发展情况进行动态化地跟踪，有利于教师对学生的进行学习针对性的指导，还能反馈可靠信息，与学生相互交流，帮助学生解决问题。比如，每堂课结束进行一些随堂小测试，了解学生本堂课知识的掌握情况，及时发现问题，激发学生的学习兴趣；通过小组讨论的方式，在课堂上让小组成员之间互换学习心得及经验、锻炼学生的语言沟通能力和创造性思维。通过评价及时给出反馈，使学生能在不断评价中修正自己，完善自己，逐步提高对市场营销相关理论知识的理解和应用能力。

3.2 终结性评价

终结性评价是对整个课程教学的总结检验，一般是考查学生对这门课的学习是不是真正达到了目标、是否提高学生的专业能力等。比如，在学校开设的市场营销专业，采取综合测评的形式对学生进行考试，设计不同的题型，如案例分析题、简答题、选择题等，均便于教师对学生的综合情况更详细地掌握，为后续教学方案的调整及完善提供可靠依据。另一方面，通过模拟营销活动、市场调研报告以及品牌策划方案的方式，对学生进行实践性考核，考查学生能在实际工作中进行思考和解决问题的能力。

3.3 自我评价与互评

在课程设置方面，对评价方式的创新包括自我评价与互评。核心目标是使学生从不同角色深度探究，不再单一化地听教师的评价，学生也能对自身学习的效果进行自我评价，有助于学生进一步认识自己，并发现自己存在的问题，激发学生的自我管理和自我学习的兴趣^[4]。比如，让学生每完成一次项目后都写一份反思报告，对自己的表现作评价并提出自己的问题，指明改进的方向，锻炼学生的批评能力，培养

学生正确的交流观。

3.4 企业评价

企业评价也是高职市场营销专业课程评价中的一种创新做法，通过邀请企业专家，将企业要求融入日常教学和考核评价中，使课程更具有实际应用价值，并符合企业和行业发展要求。教师以企业需要制定教学目标，授课方式上企业专家通过实战项目参与授课实践，按照行业能力要求对学生给出具体的评价标准。当课程结束时，请相关行业专家参加对学生实践项目的评审，考核指标包括市场调研的深度、营销方案的创新程度以及可操作性等，能对学生的学科能力进行全方位地评价，保证评价结果的真实性与准确性，方便学生了解自身的综合情况，为学生日后学习及发展奠定良好基础。

4 产教融合背景下高职市场营销专业课程评价体系实践策略

4.1 加强基础课教学，提高学生的学科能力与素质

高职市场营销专业对基础课程的建设，核心目标是培养学生的学科能力与素养，在产教融合的背景下，在原课程内容的基础上融入消费者行为学、市场营销原理等课程，是市场营销专业的基础知识，在教学过程中教师向学生传授一定的理论知识，并为后续的专业知识学习做好知识储备工作。结合基本理论知识，教师更好地带领学生对市场营销的相关概念、方法、工具有所了解，并建立对市场环境、消费者的需求、营销策略的认识。

在教学过程中教师采取讲授实际案例、模拟营销活动、进行小组讨论等方式，让学生把学到的知识用到实践中，在实践过程中思考问题、解决问题。另外，教师也要组织好基础课程的复习和考查，利用测验、作业、平时课堂表现等多种方式进行评价，帮助学生发现问题、解决问题，提高学生的专业素养。

4.2 结合实际优化课程体系，强化实训教学

高职市场营销专业的课程设置要跟随行业的发展趋势和市场的变化进行调整，使其具有一定的前瞻性，设置一些实用性的课程。此外，通过实训教学提高学生的动手能力，在课程体系中把理论学习和实践训练结合起来，如开设市场调研、营销策划、数据分析等实训课程。例如，借助校企合作请企业专家参与课程设计、授课并以案例引入真实市场，带领学生研究并作出决策；设置校企结合的实习环节，在真实的企业里学习真正的工作，具备相应工作能力，真正实现人才培养的目的^[5]。对整体课程的改革优化，更重视实践教学，注重学生的实际动手能力和创新能力培养，减少教育教

学距离，更好地对接社会用人需要。

4.3 精选优化课程内容，设置多样的应用方向类课程

高职院校对市场营销专业课程内容进行优化设计，始终以满足学生的学习及发展需求为主，多方面地探究行业的发展形势，有利于学生提前了解与掌握，还会对课程内容动态化地调整，促进各行业的深度融合。例如，数字营销、品牌管理、社交媒体营销等，紧跟新兴领域、新业务模式、新技术，加强对学生的培养，使学生了解最前沿的行业市场动向以及各类营销工具，从而具备较强的市场竞争力。同时，根据专业的特色和当前的社会需求组织有关的行业论坛、讲座、工作坊等，让行业内的专家进行分享，调动学生积极性，多方面地培养学生的思维能力，拓展学生知识面，在实践中表现自己的专业能力。

5 结语

在产教融合背景下对高职市场营销专业课程评价体系的构建，需明确目标、选择适合的方法，通过优化课程评价机制、强化基础课程教学、融合实训环节、灵活开设应用方向课程，促进校企合作，进一步强化教育教学与产业发展协同，是现阶段高职市场营销专业发展的途径之一。同时，根据时代的要求，高职院校需不断思考与探索，在原有课程体系基础上尝试从培养学生综合素质能力的角度探索更多新的教学方案，保证良好的育人效果。

[参考文献]

- [1]刘晓丹.基于产教融合的高职市场营销品牌专业建设研究[J].中国品牌与防伪,2024(12):19-20.
- [2]王晋,颜浩龙.产教融合背景下高职市场营销专业人才培养方案改革研究[J].现代商贸工业,2024(24):95-97.
- [3]李金东.产教融合视角下高职院校市场营销专业教学改革研究[J].老字号品牌营销,2024(10):201-203.
- [4]丁敏.产教融合背景下高职院校市场营销专业教学改革措施研究[J].中国管理信息化,2023,26(17):216-219.
- [5]张艳艳.产教融合背景下市场营销专业人才培养模式研究[J].江苏商论,2023(01):15-17.

作者简介：

吴红阳（1994.10-），女，汉族，陕西西安人，硕士研究生，讲师，研究方向：市场营销。

基金项目：

课题名称：产教融合背景下高职市场营销专业课程评价体系实践探索，课题类别：2025年度省职教学会教育教学改革研究课题，课题编号：2025SZX463。