

高职专业群人才培养模式 优化的原则及保障对策

许建民

南京科技职业学院
2016年12月13日 福州





汇报交流内容

- 高职专业群人才培养模式的现状分析
- 高职专业群人才培养模式优化的总体思路
- 高职市场营销专业群人才培养模式优化的原则
- 学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践
- 优化市场营销专业群人才培养模式的保障对策



一、高职专业群人才培养模式的现状分析

1、高职院校专业群建设现状分析

自主探索

2006年前，一些地区不同类别高职院校，结合自身发展需要和区域经济发展需要，自行制定相应办法，**自主开展专业群建设的探索**。部分地区选择少数高职院校进行专业群建设试点。

示范带动

2006年，高职院校专业群建设项目作为**示范性高职院校建设项目**的一项内容，8年来，200所示范（骨干）院校共计重点建设788个专业，开启了专业群建设的规范建设进程。

全面推进

2012年，江苏省教育厅发布开展“十二五”高等学校重点专业建设通知，要求高职高专按专业群为单位建设，并立项建设200个专业群，在全国高职院校率先**全面推进专业群建设**。

专业群建设历程



一、高职专业群人才培养模式的现状分析

2、人才培养模式的内涵

1993年**刘明浚**等首次提出“人才培养模式是指在一定的办学条件下，为实现一定的教育目标而选择或构思的教育、教学式样”的定义后，我国很多学者都对其下过定义。

但总体上认同人才培养模式的简化表述，即：**目标+过程与方式**（教学内容和课程+管理和评估制度+教学方式和方法）。





一、高职专业群人才培养模式的现状分析

3、人才培养模式的层次

曾冬梅、王伟廉等：学校层面；专业层面；课程与教育教学活动三个层面。

蓝洁：区域、国家宏观层面；专业中观层面；课程和教育教学活动微观层面三个层次。

我们的认知：

人才培养模式在国家层次、学校层次与专业层次之间应该有**专业群人才培养模式层次**。

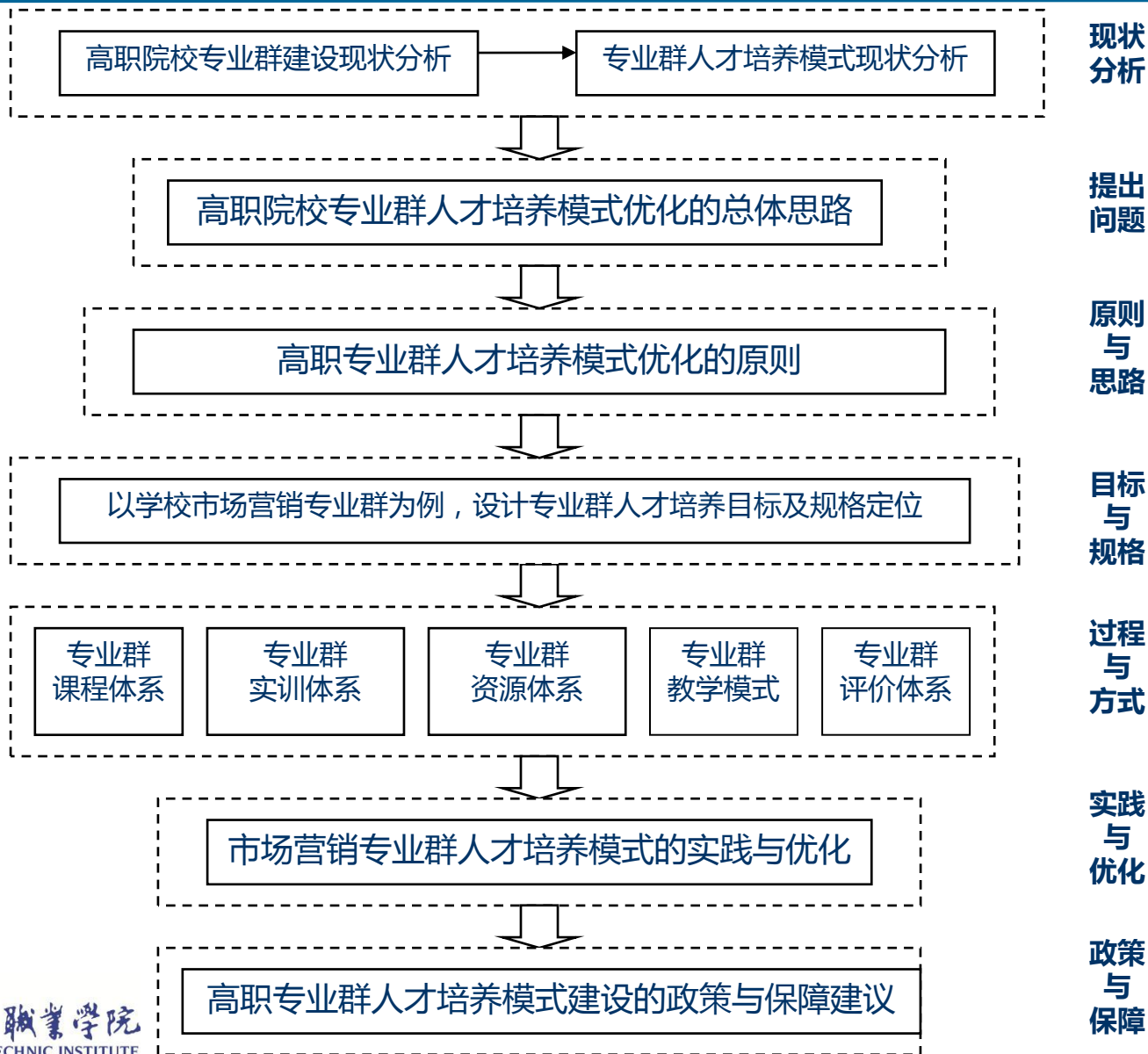


一、高职专业群人才培养模式的现状分析

4、高职专业群人才培养模式存在的主要问题



二、高职专业群人才培养模式优化的总体思路





三、高职市场营销专业群人才培养模式优化的原则

推进五个对接的原则

体现职业特征的原则

坚持共性与个性相结合的原则

注重系统设计的原则

市场营销专业群
人才培养模式
优化的原则

发挥核心专业
优势的原则





三、高职市场营销专业群人才培养模式优化的原则

1、推进五个对接的原则

一是分析现代服务业人才需求，推进**专业群人才培养与产业群需求的对接**。

二是分析经济发展、产业升级和技术进步需要，推进**专业群课程内容与营销类职业标准对接**。

三是分析市场营销相关职业工作过程，推进**专业群教学过程与职业工作过程的对接**。

四是分析职业岗位所需要的知识、技能和职业素养，推进**毕业证书与职业资格证书对接**。

五是分析区域社会经济发展特别是现代服务业培训教育需求，推进**职业教育与终身学习对接**。





三、高职市场营销专业群人才培养模式优化的原则

2、体现职业特征的原则

根据**麦可思公司**对我校的调查，2013届毕业生主要就业的用人单位类型是民营企业/个体的占67%，就业于300人以下规模中小型用人单位的占53%，与其它有同样调查的省份或高职院大体相当。

从专业对用人单位的人才需求调查分析看，民营个体等中小公司的岗位特点不同于大中型公司的分工细化、领域窄而精，而是一人多岗、领域宽而泛，比如公司的营销员同时承担着国内、国外、网络营销的任务，甚至承担着物流、行政事务等工作。

因此，培养适应中小公司需求特点的人才必成为高职人才培养的趋势。





三、高职市场营销专业群人才培养模式优化的原则

3、发挥核心专业优势的原则

提升
阶段

- 2014年 开始招收印尼籍**全日制留学生班**。
- 2012年 成为江苏省重点建设专业群**核心专业**；
- 2009年 国内专科**首支**经选拔参加新加坡国际营销大赛；
- 2006年 开办**中美新**合作班；

发展

2002年 升格为市场营销专业（大专）

起步

1993年 专业创建





三、高职市场营销专业群人才培养模式优化的原则

3、发挥核心专业优势的原则

南京科技职业学院是**国家骨干高职院**。市场营销专业群2012年成为**江苏省“十二五”高等学校重点建设专业**。

在专业群人才培养模式的优化过程中，需要充分发挥市场营销专业的优势和辐射作用，将核心专业建设的成果和经验创造性地推广运用到有较高关联性的专业群其它专业之中，带动各专业共同发展。





三、高职市场营销专业群人才培养模式优化的原则

4、坚持共性与个性相结合的原则

共性与个性相结合，既体现于专业群人才培养模式的教育教学理念，也体现于专业群的培养目标与培养过程方式之中。

专业群人才培养模式的**教育教学理念**与宏观层次的国家、学校层次人才培养模式相比需要接地气，与微观层次的具体专业人才培养模式相比需要覆盖各专业。

专业群的**培养目标与培养过程方式**需要体现通用职业教育规律以及产教融合、校企合作，工学结合、知行合一等共性要求，更需要体现营销商贸职业特征、服务域经济产业发展要求以及专业群内各专业的个性特点。

专业群的**课程体系**需要体现专业群内核心专业与其它专业的共性，同时需要体现专业群内不同专业人才培养方向的个性，围绕各专业的共性要求构建共性课程，围绕不同专业人才分流培养的个性要求构建个性方向课程等。





三、高职市场营销专业群人才培养模式优化的原则

5、注重系统设计的原则

一是**专业群人才培养模式**的整体系统设计。即专业群人才培养模式的总体设计，包括专业群理念与思路、目标与规格、过程与方式的有机协调与统一。

二是**专业群内各子系统**的系统设计。需要设计底层共享、中层分立、高层互选的专业群课程体系、设计教学资源整合优化的专业群实践教学课程体系、设计基于“校企—专业群—专业—课程”的共享型信息化资源平台等方面。从而体现专业群内核心专业与相关专业的共性与个性的对接。

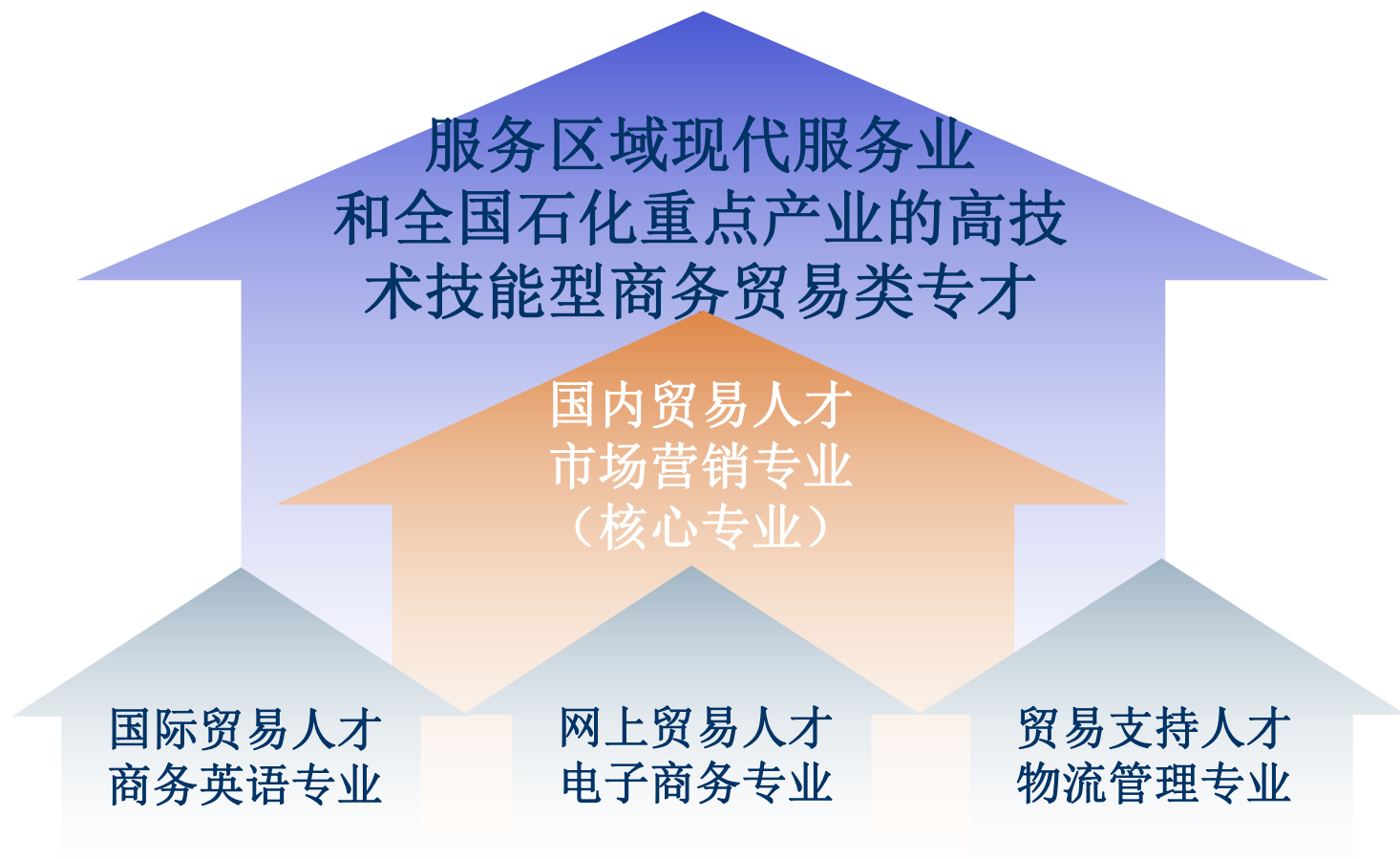
三是**专业群人才培养模式实施推进过程**的系统设计。围绕确定的专业群定位、人才培养目标及规格，坚持统筹兼顾，体现理论与实践、能力与素质、线上与线下、学校与企业、课内与课外、专职与兼职等方面的有机结合。





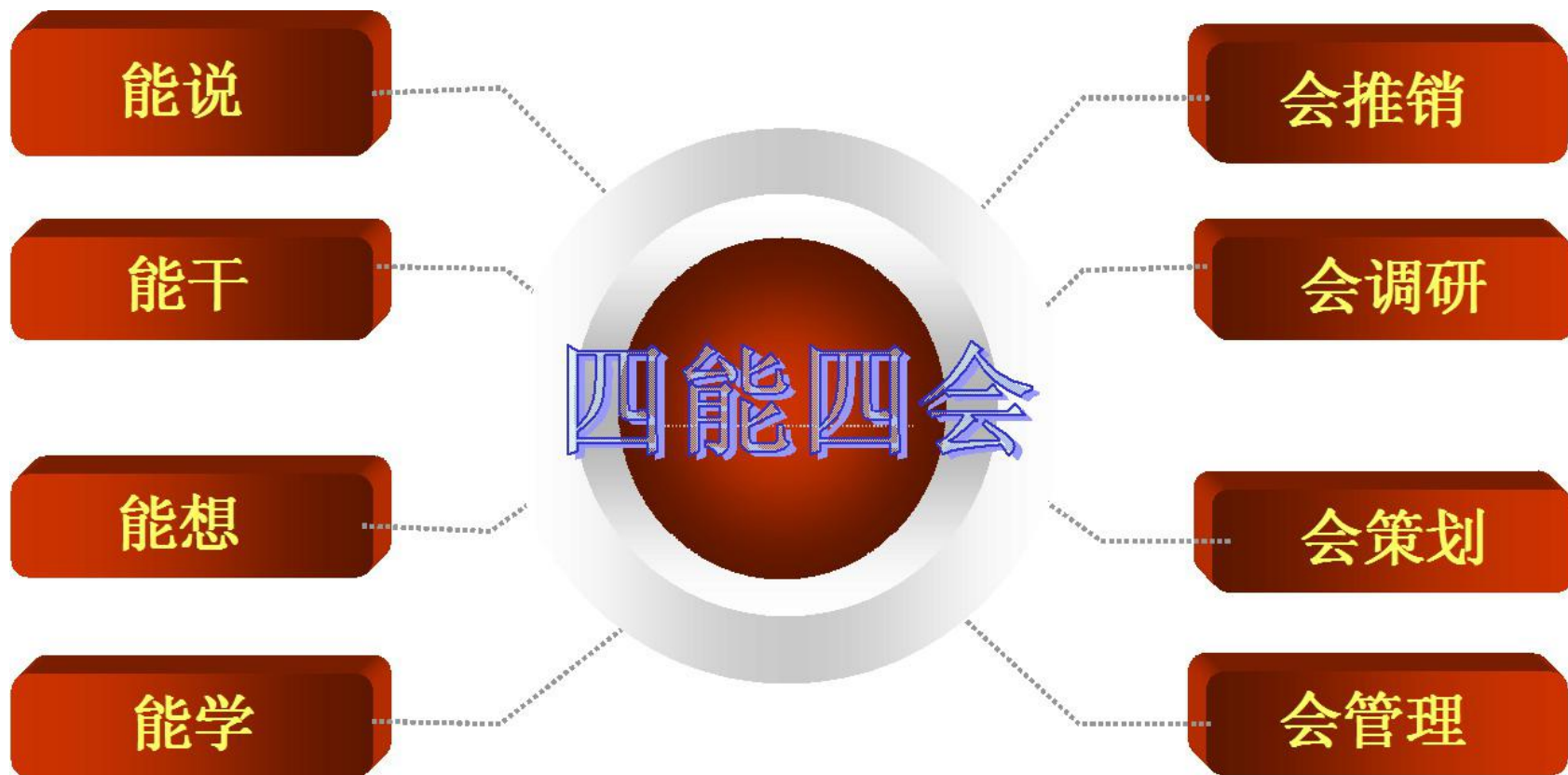
四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

1、市场营销专业群定位



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

2、市场营销专业群人才培养目标



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

3、市场营销专业群人才培养模式

学校确定了市场营销专业群人才培养模式的核心是“**项目引领、四位一体、五能并举**”，体现于专业群内各专业之中。

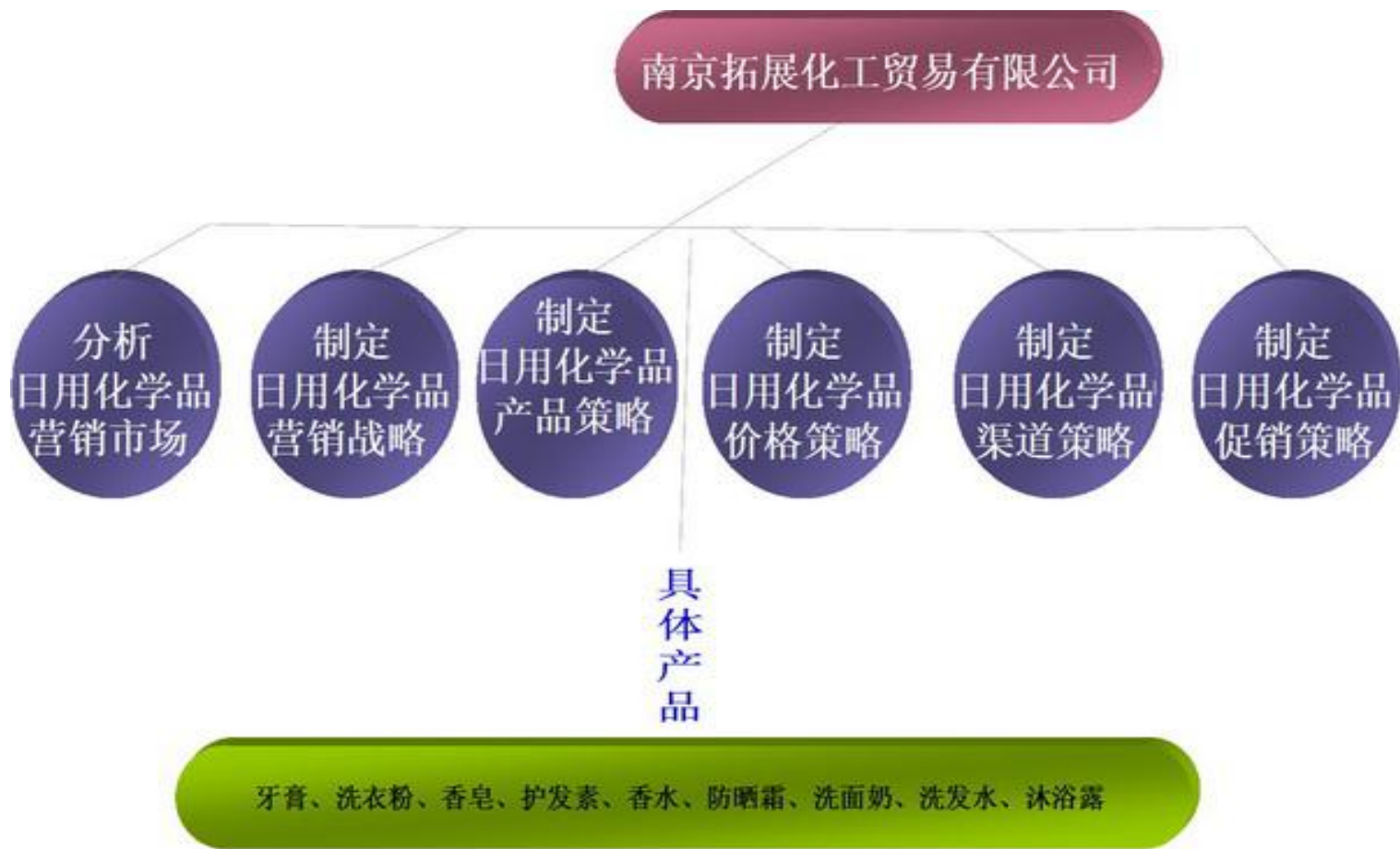
“项目引领”即以工作过程为导向、以现实项目任务为引领、以职业素养为核心，表现为学生的学业与专业、职业、企业、行业的**五业融通**，体现了专业群的**总体教育教学理念**。

“四位一体”即“做、学、教、说”四位一体的教学模式，表现为以学生能做会做为先行、以知识够用实用为要求、以教服从服务于学为原则、以学生擅说善说贯穿于始终，着重解决“做什么、怎么做”、“学什么、怎么学”、“教什么、怎么教”、“说什么、怎么说”的问题，体现了专业群的**共性教学模式**。

“五能并举”即提升学生的商务市场分析能力、商务活动策划能力、商品服务销售能力、客户管理维系能力和商贸过程管理能力等核心岗位能力，体现了**专业群人才培养总体目标与规格**。

四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

四位一体的专业群课程教学实施模式



《营销策划》课程



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

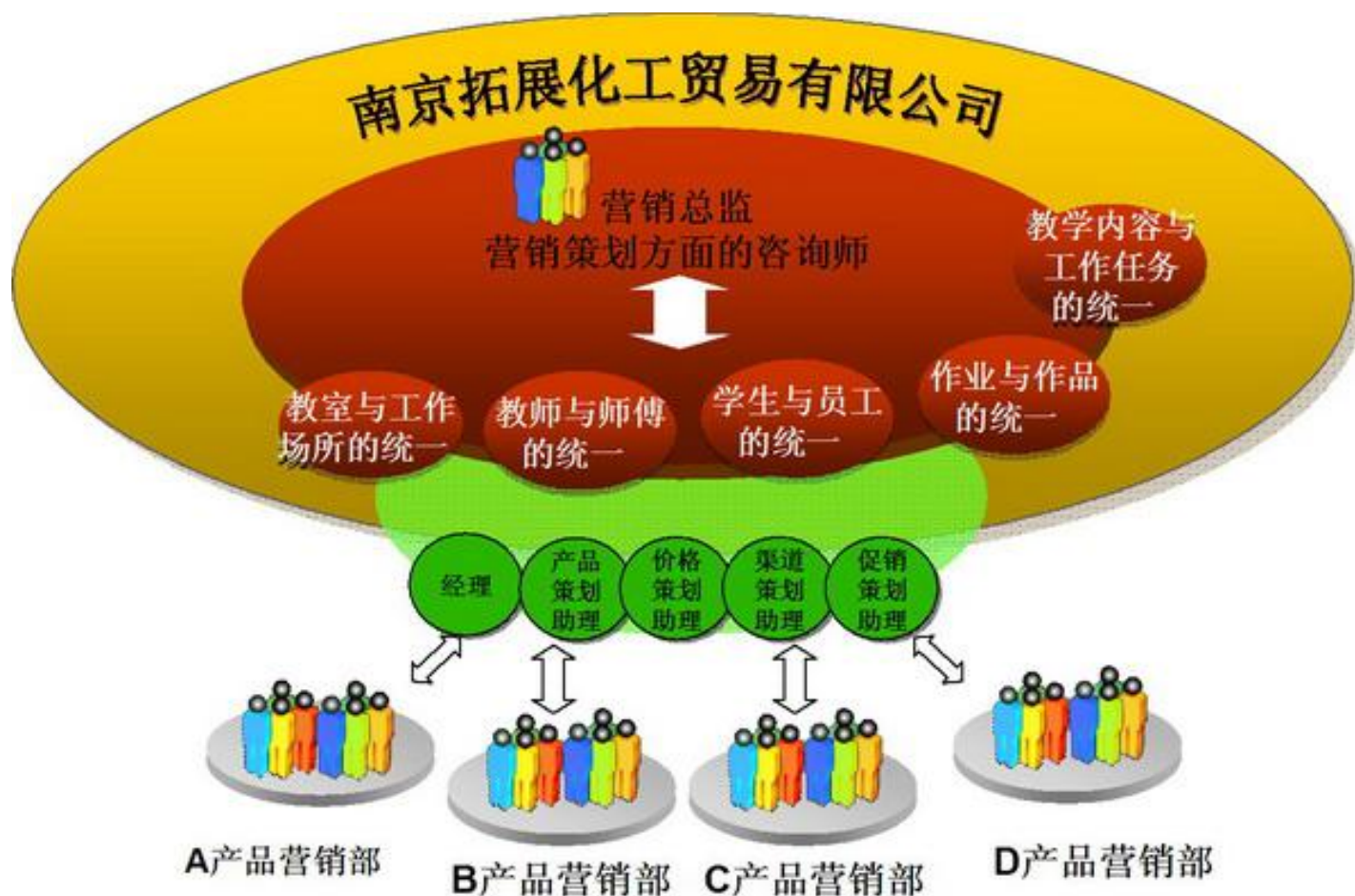
《营销策划》“做、学、教、说”四位一体教学模式构建范例

项目名称	能力训练任务名称	能力目标 (做)	相关知识支撑 (学)	方式方法 (教)	交流与评审成果 (说与评)
制定促销策略	设计广告促销方案	能够撰写广告策划报告	广告策划的内容、程序、预算	教师组织、情景教学	团队化学品广告策划报告
	设计营业推广促销方案	能够制定营业推广策划方案	营业推广策划的步骤、内容、方式、评估	任务驱动、团队讨论	团队化学品营业推广策划方案
	设计公共关系促销方案	能够进行公共关系促销方案策划	公共关系策划的程序、内容、方案策划	案例教学、学生讨论	团队化学品公共关系策划方案
	设计人员推销促销方案	能够进行人员推销策划	人员推销组织策划、管理策划	教师组织、学生讨论	团队化学品人员推销策划方案
	撰写促销组合策划书	能够编制促销组合策略策划书	促销组合及其策划书的编写	任务驱动、团队讨论	团队化学品促销组合策略策划书



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

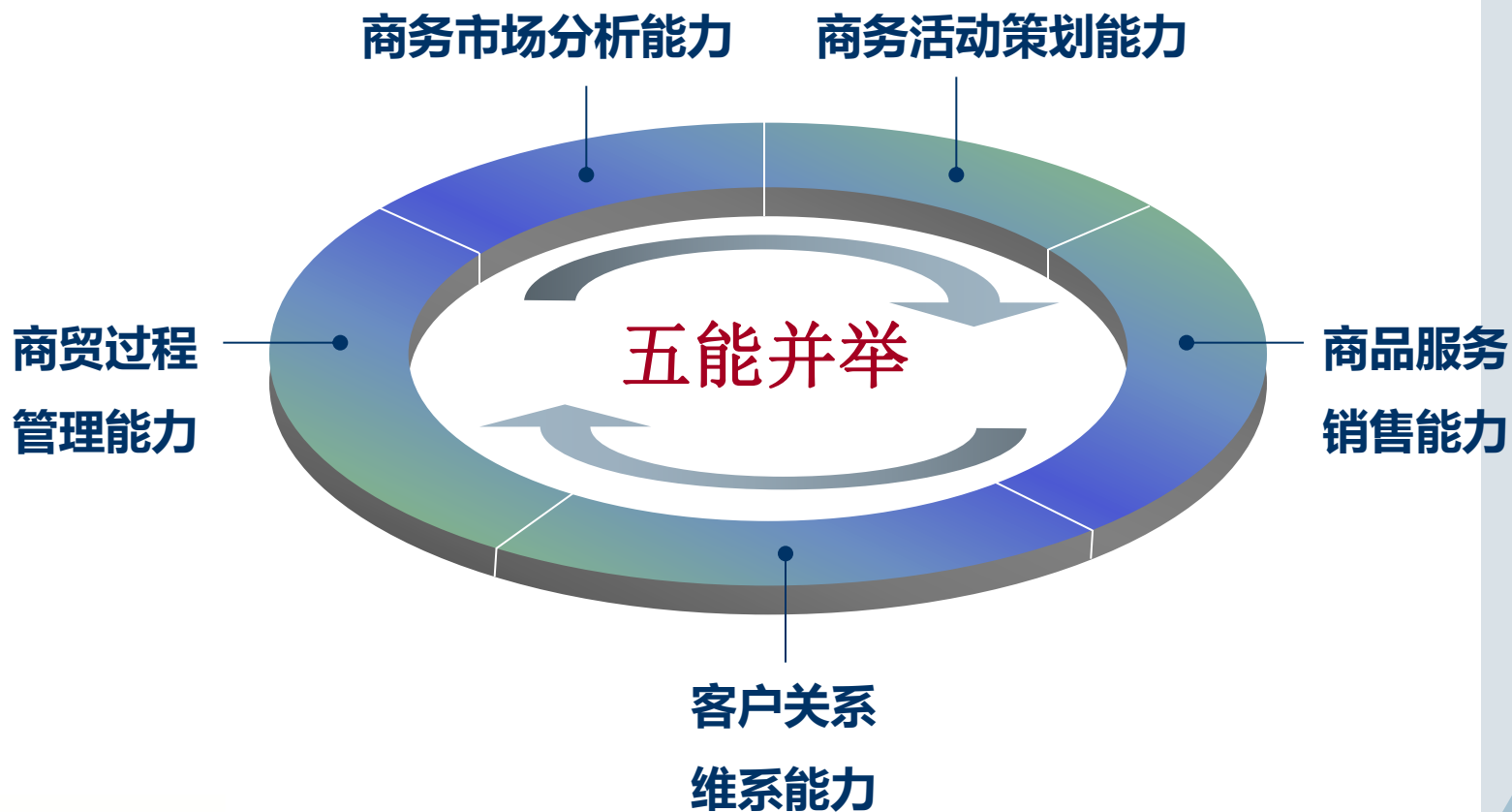
四位一体的专业群课程教学实施模式



《营销策划》课程课堂设计

四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

3、市场营销专业群人才培养模式



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

3、市场营销专业群人才培养模式

既体现共性又**各具特色**的各专业人才培养模式。

市场营销专业采取“项目引领、四位一体、**三堂合一**、五能并举”的人才培养模式，致力于培养国内商贸人才。“三堂合一”即第一课堂、第二课堂、第三课堂的有机统一。

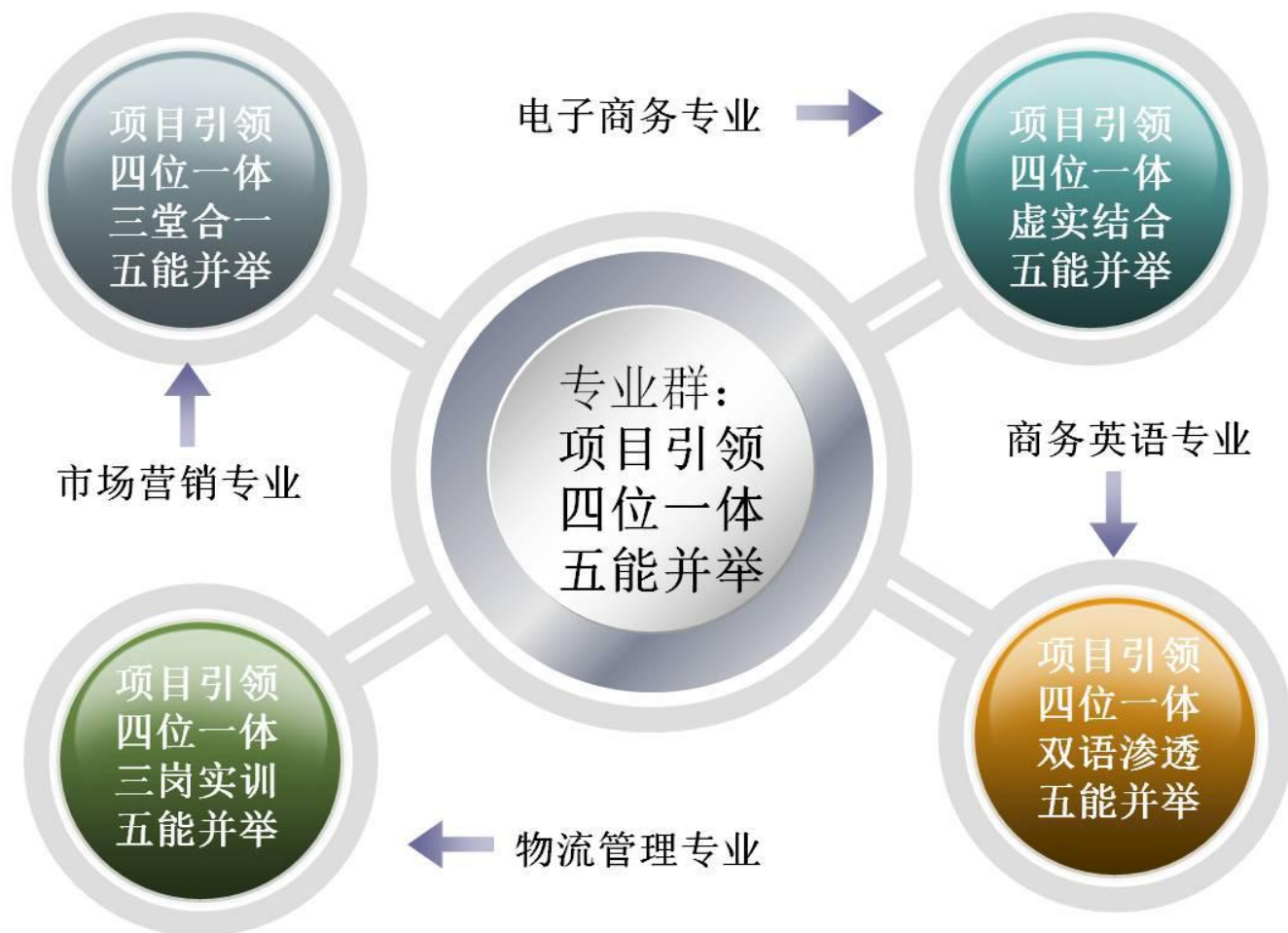
电子商务专业采取“项目引领、四位一体、**虚实结合**、五能并举”的人才培养模式，致力于培养电子商务人才。“虚实结合”即网上项目与网下项目相结合、虚拟项目与实操项目相结合。

商务英语专业采取“项目引领、四位一体、**双语渗透**、五能并举”的人才培养模式，致力于培养国际商务人才。“双语渗透”即在培育学生营销贸易过程中的双语交流能力。

物流管理专业采取“项目引领、四位一体、**三岗实训**、五能并举”的人才培养模式，致力于培养商务贸易支持人才。“三岗实训”即通过“识岗—跟岗—顶岗”三个阶段的训练，实现从初学者—实践者—熟练者的过渡。

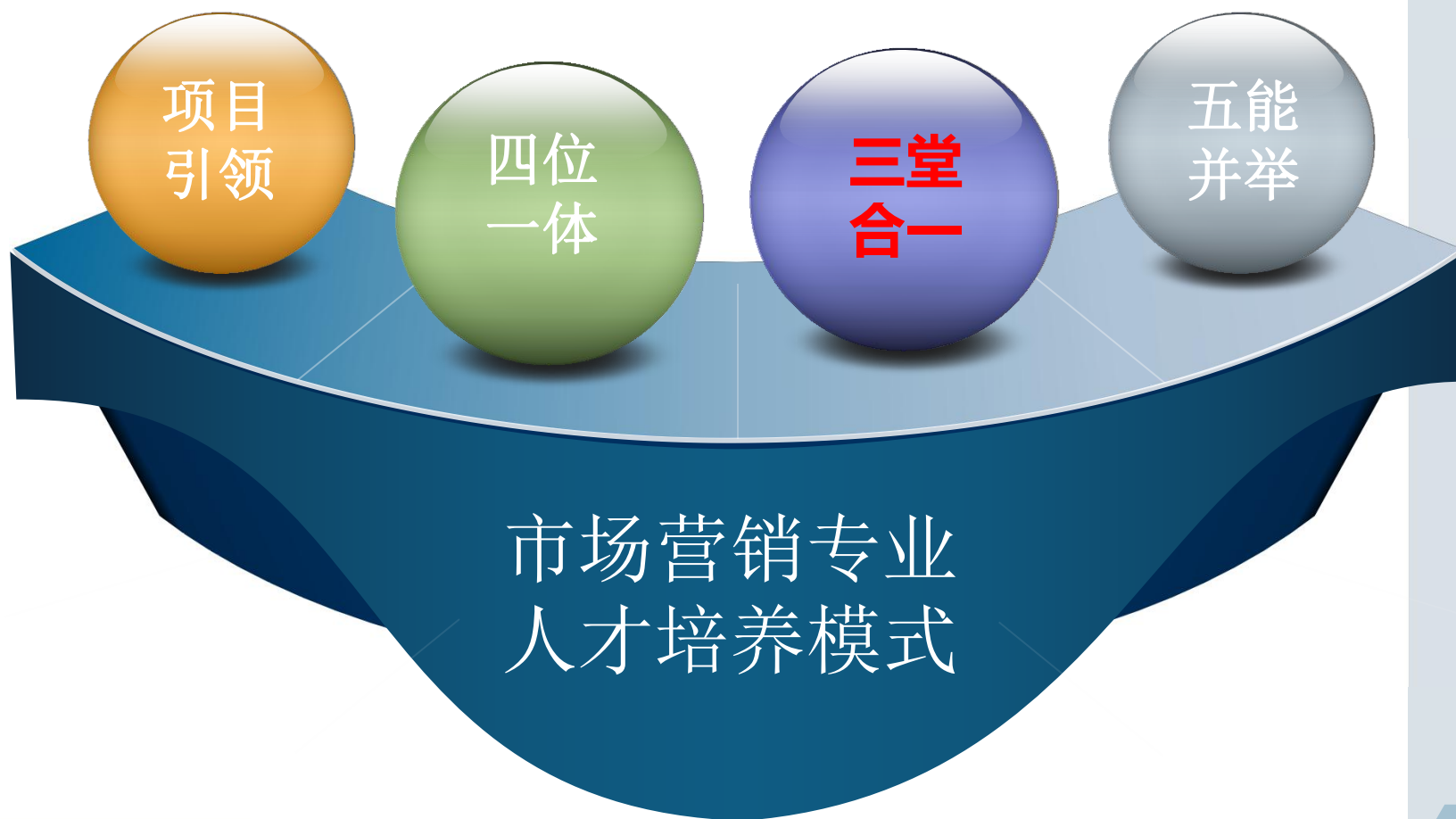
四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

3、市场营销专业群人才培养模式



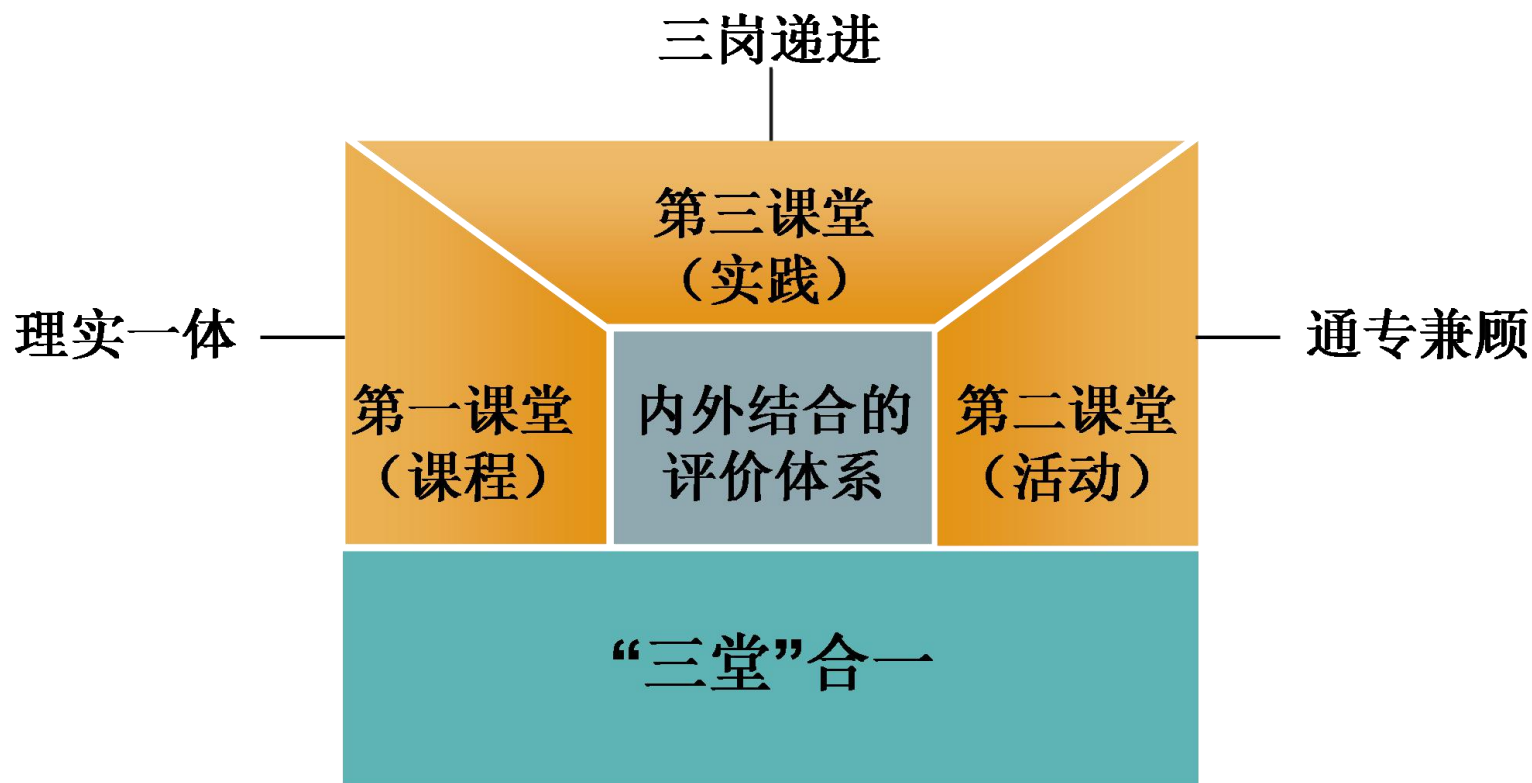
四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

3、市场营销专业群人才培养模式



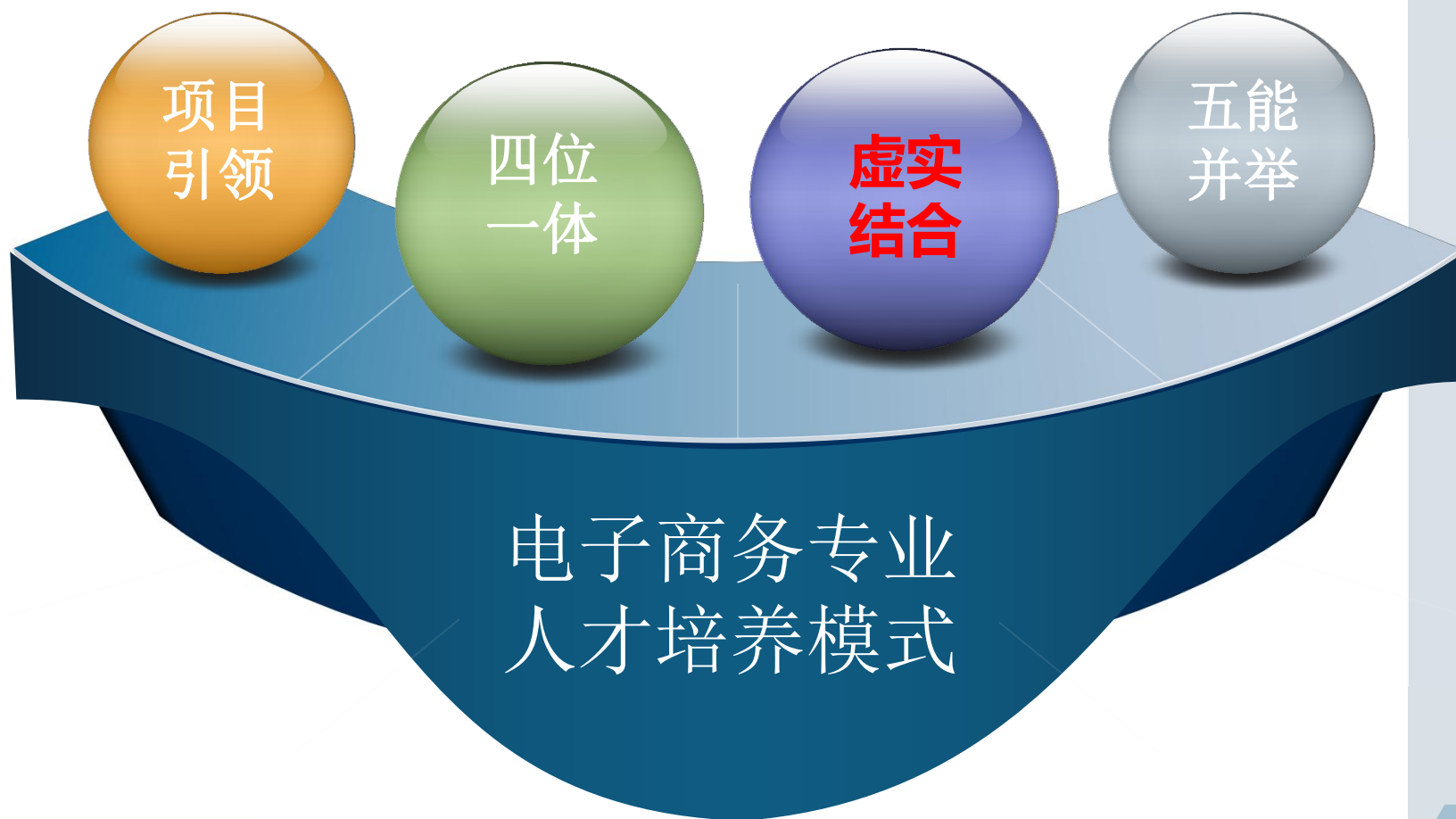
四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

专业群人才培养模式—市场营销专业



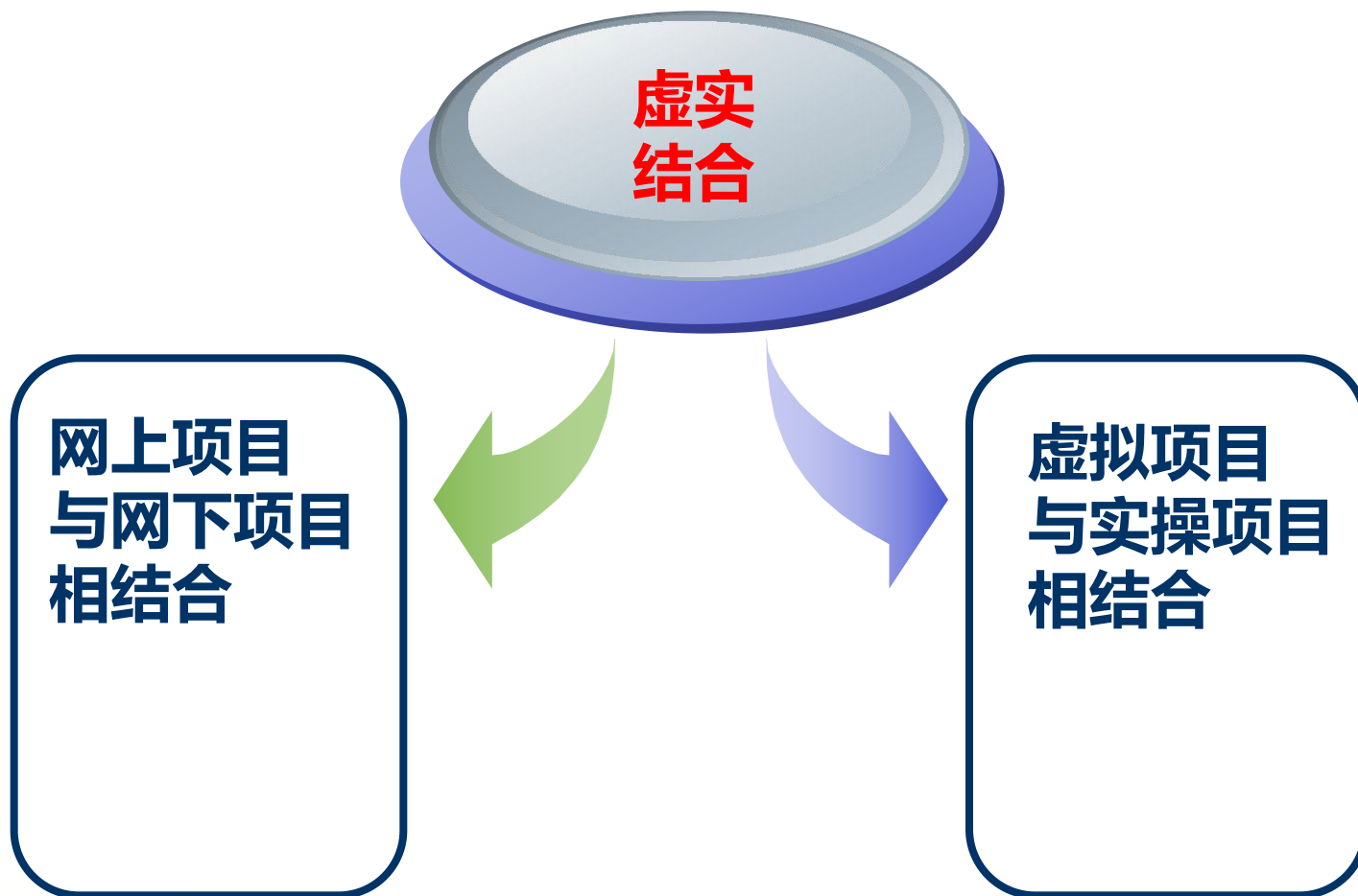
四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

3、市场营销专业群人才培养模式



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

专业群人才培养模式—电子商务专业



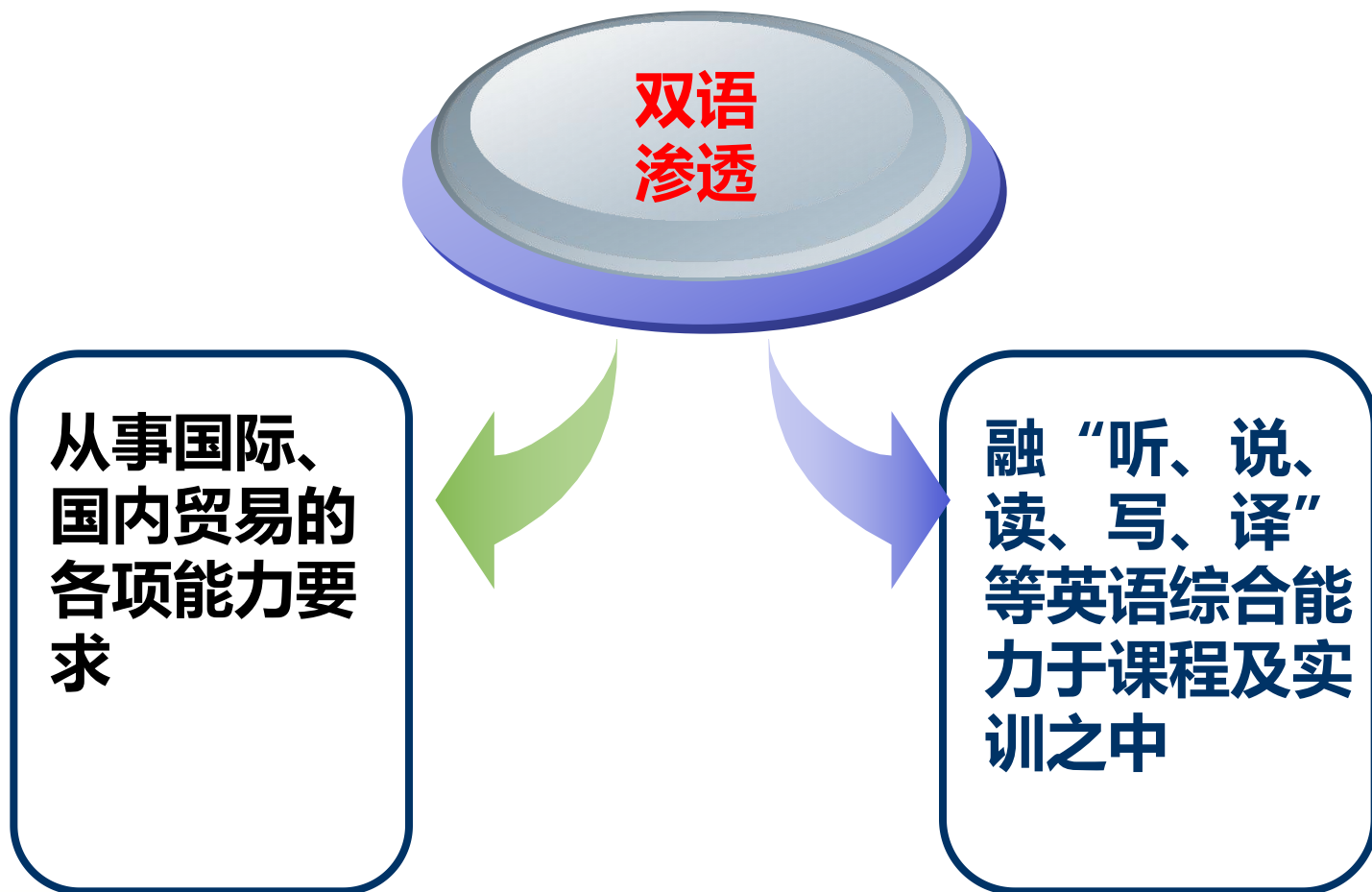
四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

3、市场营销专业群人才培养模式



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

专业群人才培养模式—商务英语专业



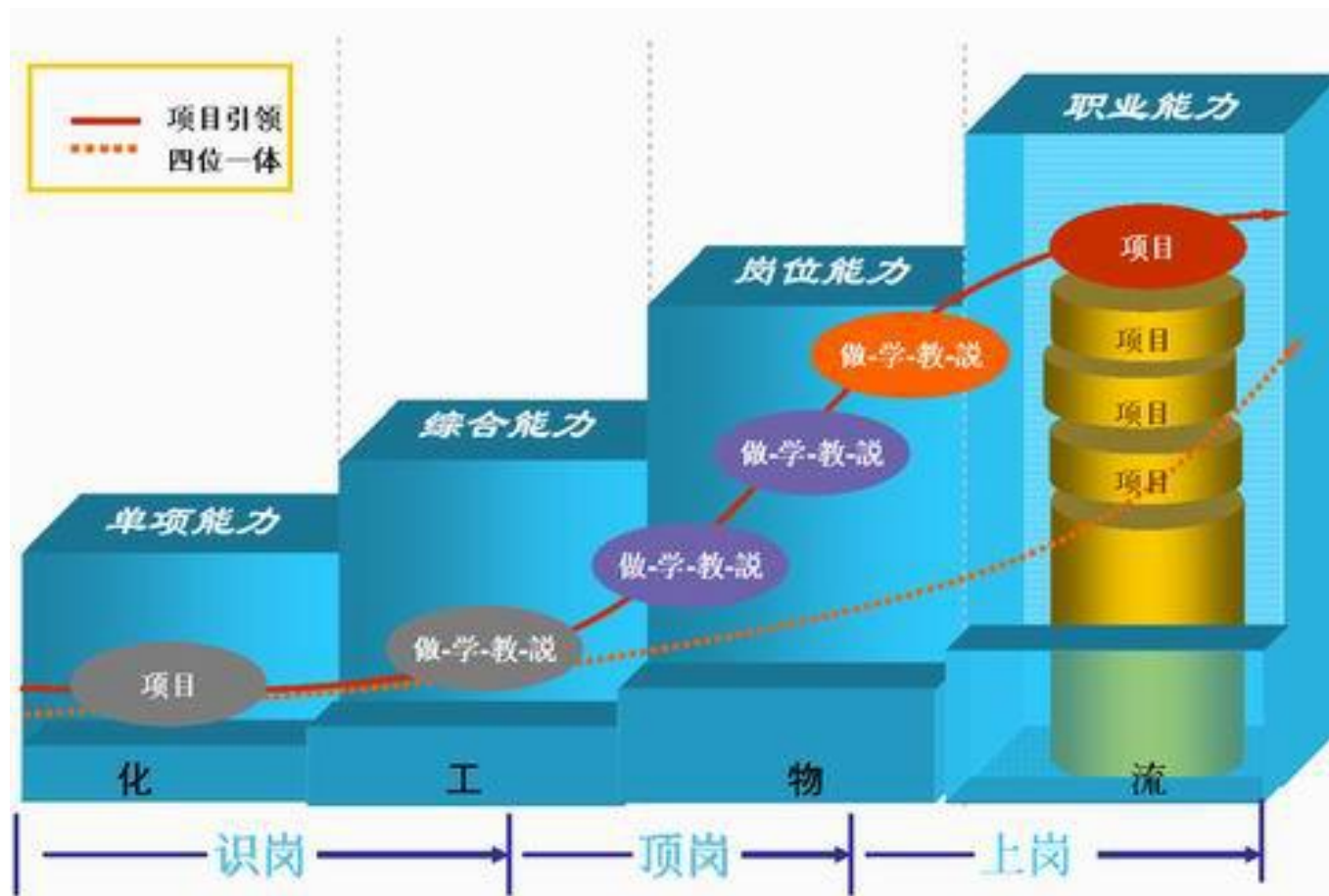
四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

3、市场营销专业群人才培养模式



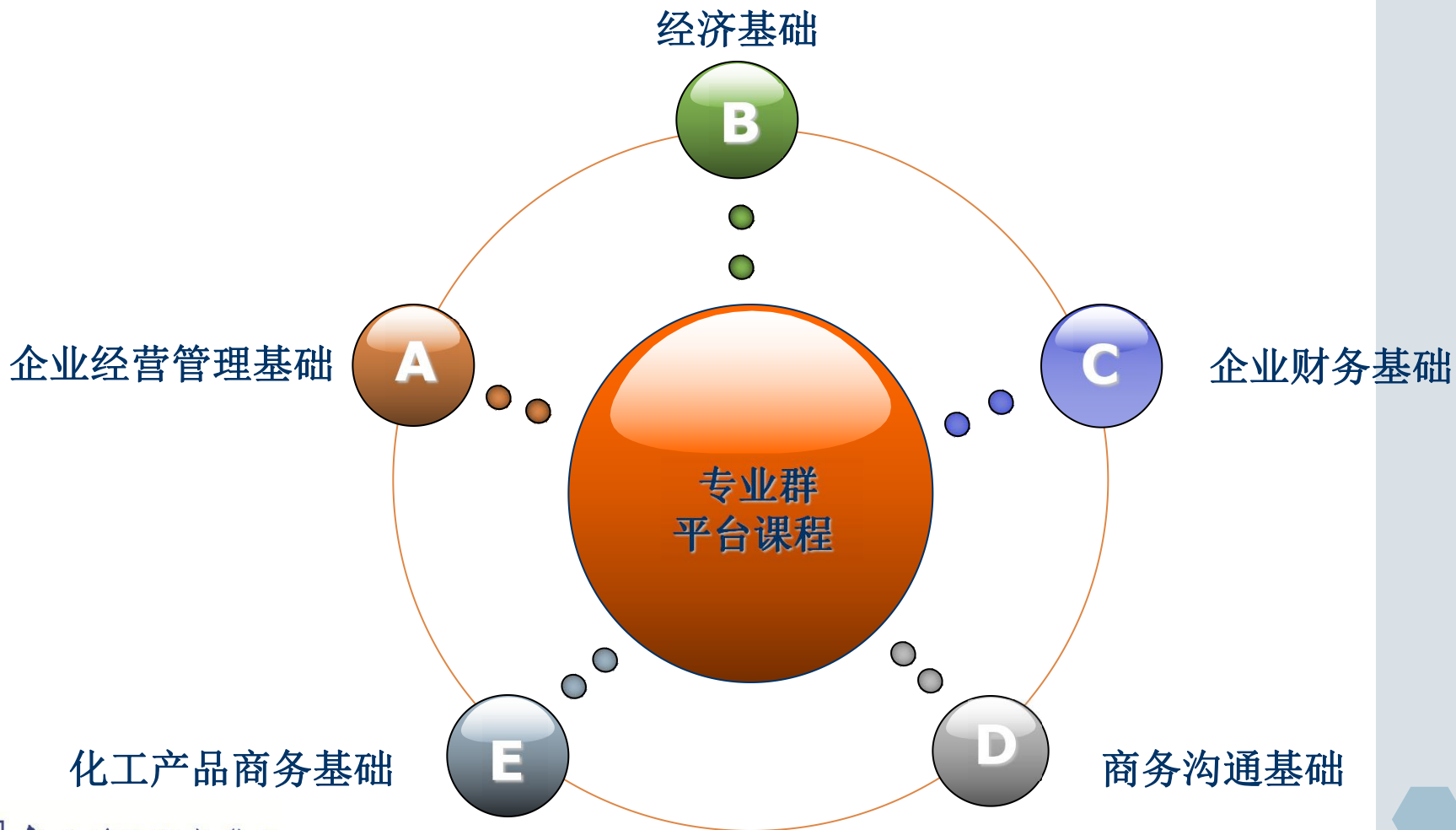
四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

专业群人才培养模式—物流管理专业



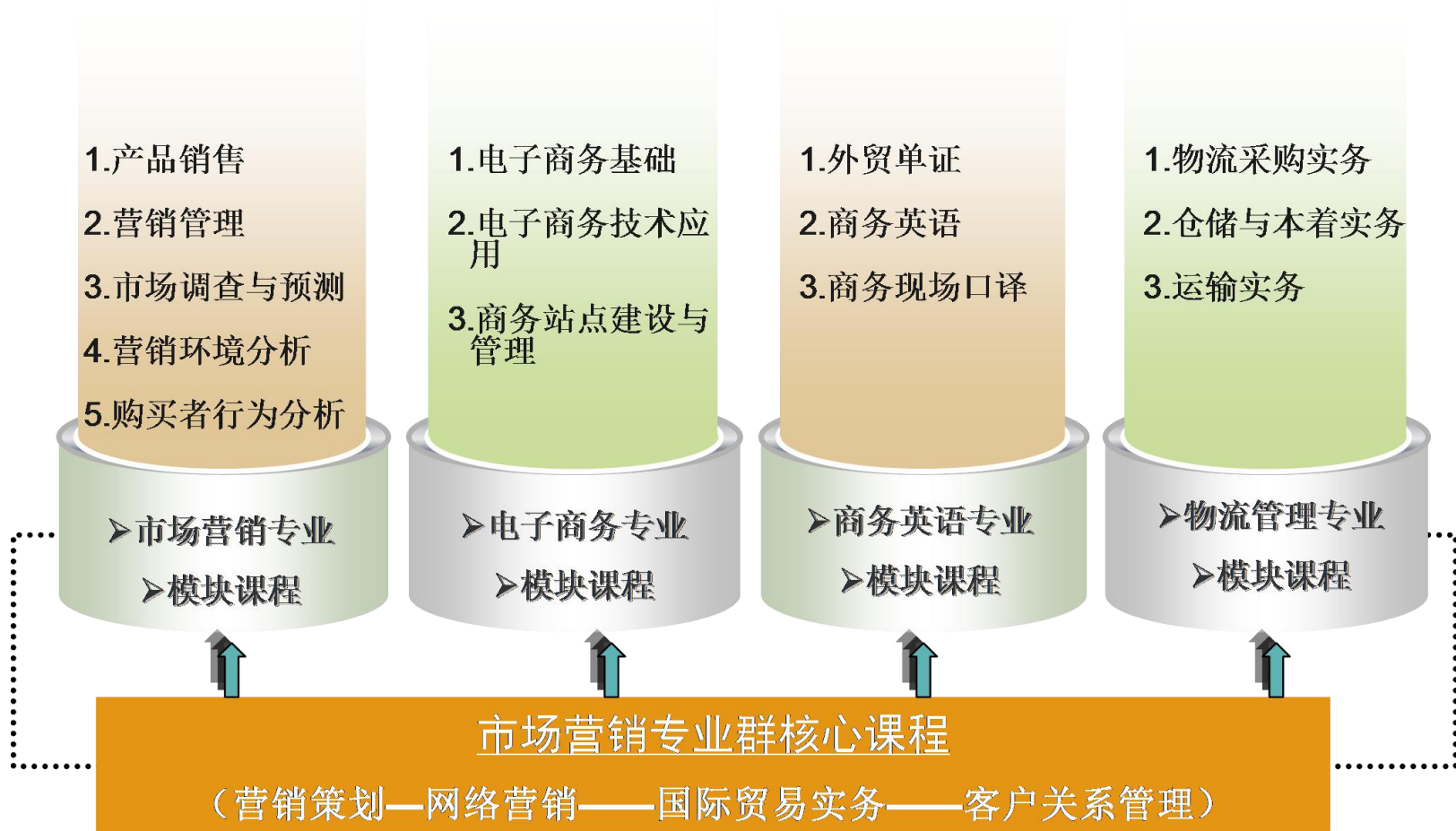
四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

4、市场营销专业群课程体系—平台共享课程



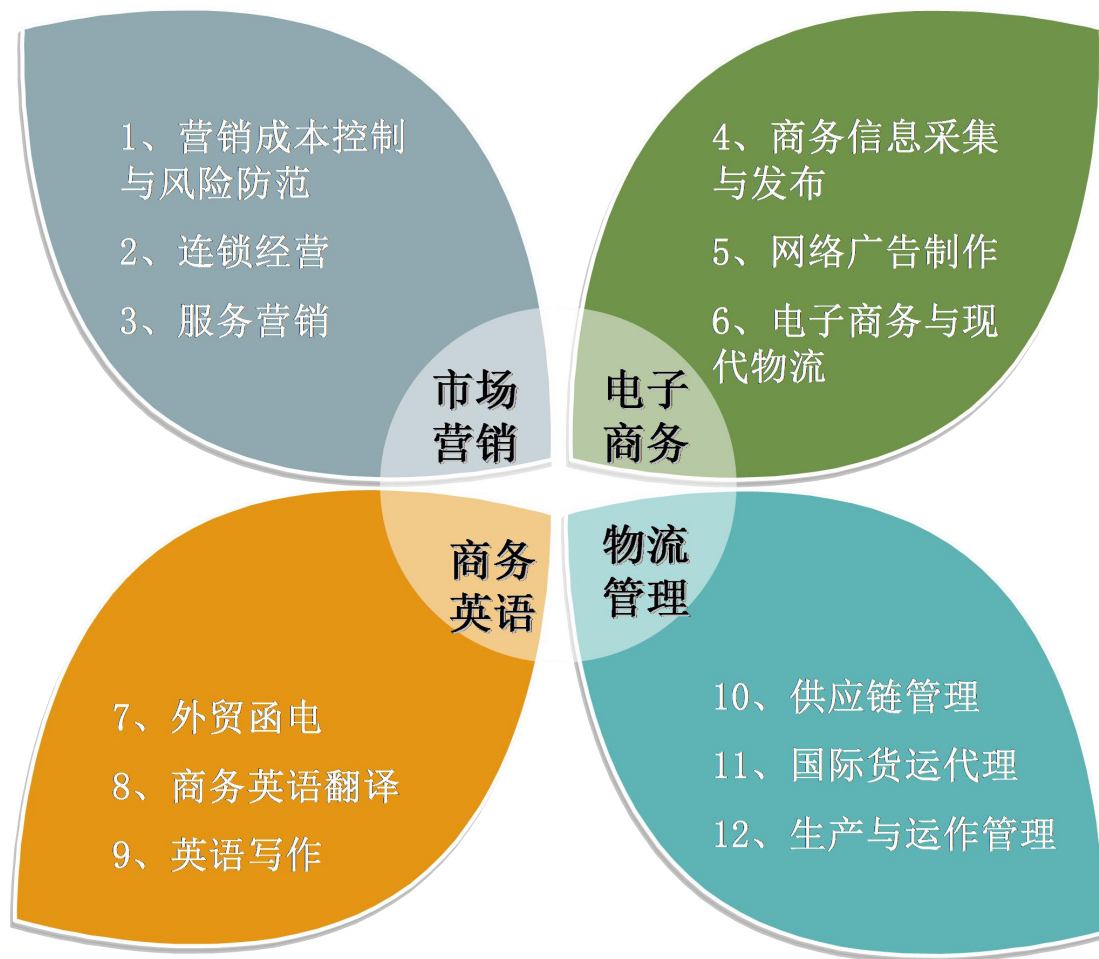
四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

4、市场营销专业群课程体系—核心课程和模块课程



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

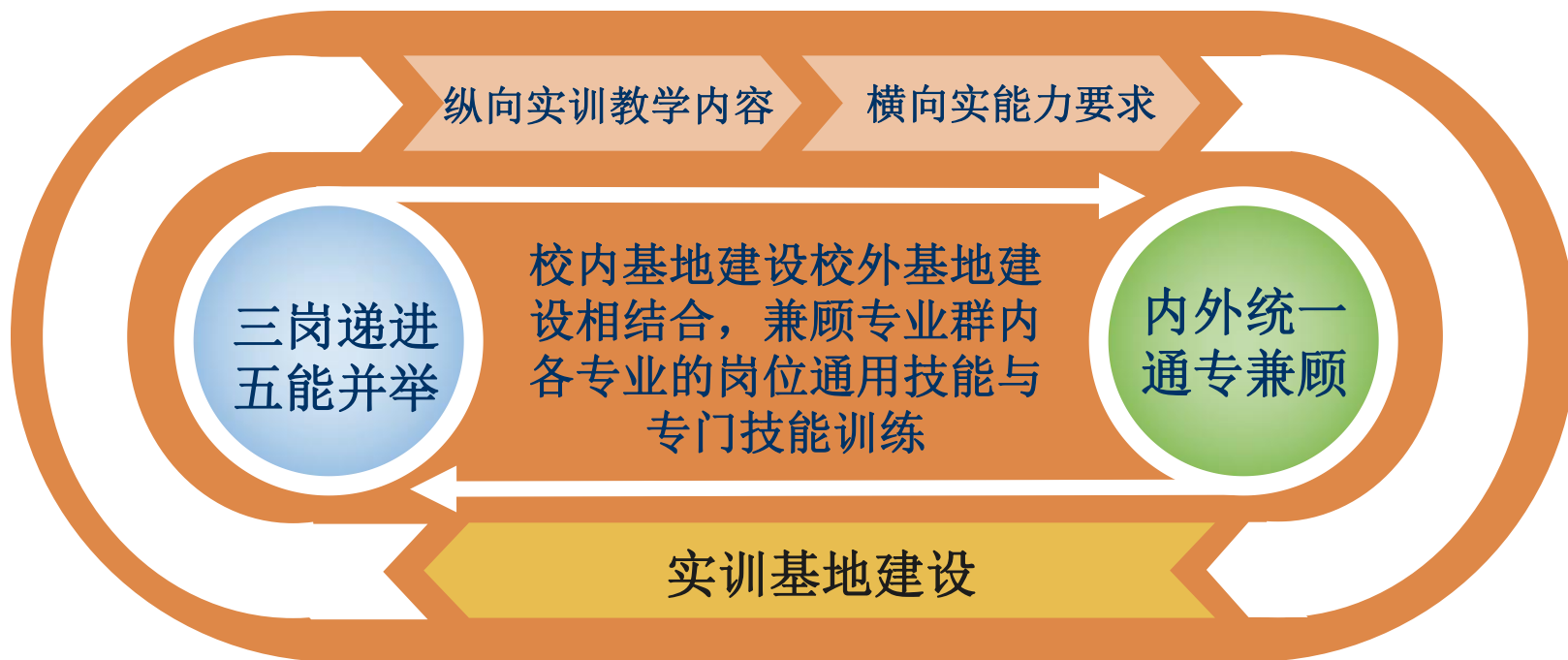
4、市场营销专业群课程体系—互选互认课程





四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

5、市场营销专业群实训体系





四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

5、市场营销专业群实训体系

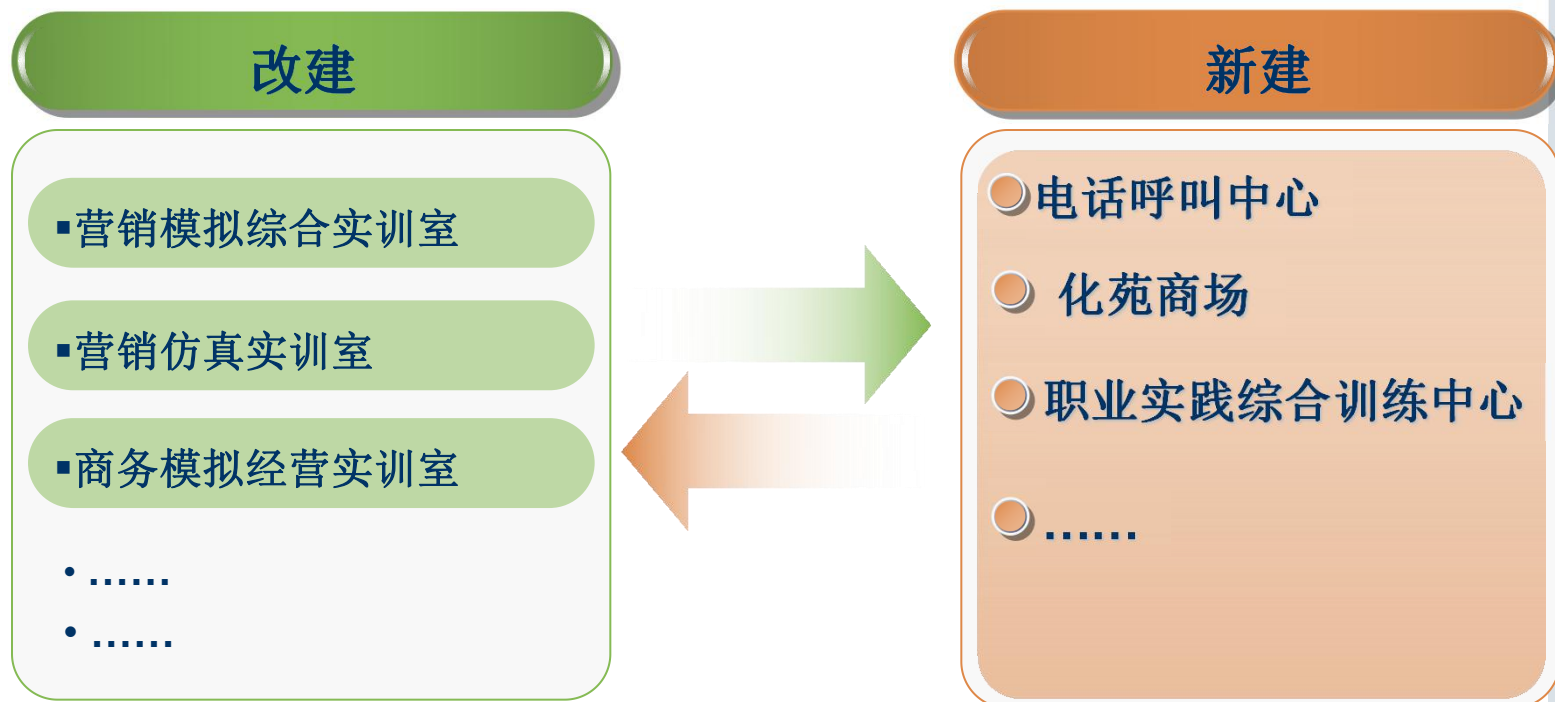




四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

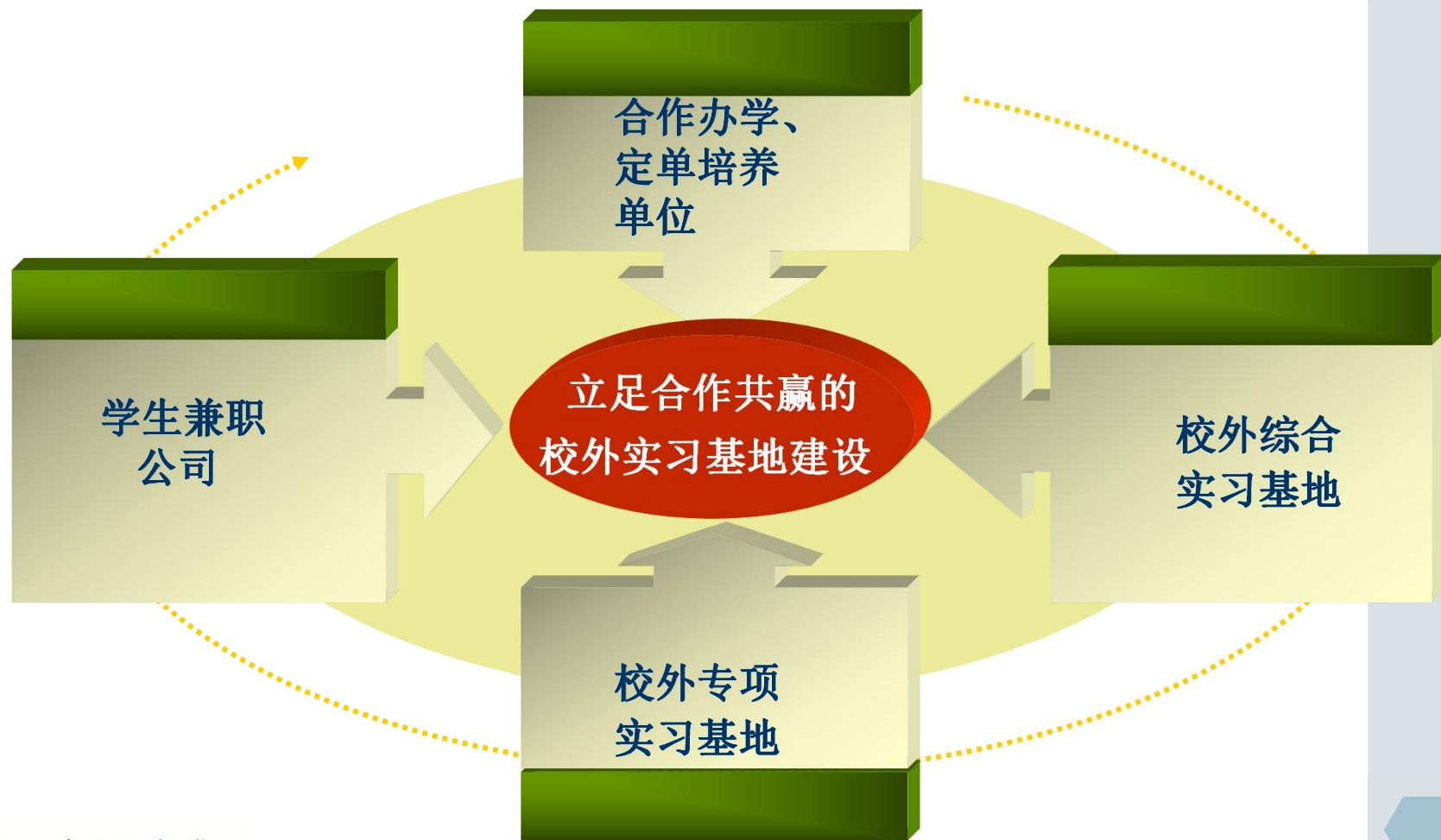
5、市场营销专业群实训体系

立足改建与新建相结合的校内实训基地建设



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

5、市场营销专业群实训体系



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

6、市场营销专业群信息化教学资源体系



构筑“**校企—专业群—专业—课程**”资源共享型信息化平台，形成市场营销专业群“**三类平台、一个中心**”。



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

化工商务咨询平台

专题网站

化工商务咨询平台

通行证 | 帐号: 密码: 注册 | 登录

2016年12月8日 星期四 2:19 下午 设为首页 加入收藏

化工商务咨询平台

首页 | 化工平台 | 专业平台 | 实践平台 | 营销风采 | 服务中心 | 成果展示 | 下载中心 | 留言板 | 创业中心

欢迎进入南京科技职业学院市场营销专业网站——化工商务咨询平台，我们的宗旨是“化工营销，一网打尽”。



最受关注

您最关注哪个平台



化工平台 (120)



专业平台 (38)



实践平台 (114)



服务平台 (63)



营销风采 (753)

平台动态

- ▶ 我校学子喜获2016年第二届中国“互联网+”大学生创新创业大赛 (2016-06-27)
- ▶ 我院第三届“南京证券杯”模拟炒股大赛落下帷幕 (2016-03-15)
- ▶ 我院学子喜获2016年(新加坡)全球品牌策划大赛 (2016-05-10)
- ▶ 我校学子在2016年“创青春”江苏省大学生创业大赛中获佳绩 (2016-10-12)
- ▶ 我校学子在第十一届全国高职高专“发明杯”大学生创新创业大赛 (2016-10-25)
- ▶ 我校学子喜获2016 年全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛一等奖 (2016-04-26)

化工产品介绍

乙烯

乙炔

乙胺

石油醚

聚乙炔

乙酸

乙醇

硝基苯

聚乙烯

聚乙炔

精细化学品介绍

香水介绍

多芬沐浴露产品

香皂

洗衣粉

洗发水

十大洗手液品牌

牙膏

香水

洗面奶

洗发水

网站内容: 2634 篇 内容评论: 2 条

访客留言: 24 条 注册会员: 65 个

热门文章

- 1 哈佛大学图书馆训言
- 2 成长是自己的责任
- 3 佛祖与悟空的对话
- 4 厨房的另類藝術
- 5 她-他-哑夫妻故事.ppt
- 6 永远的灵魂-jobs
- 7 花衣的话
- 8 christmasblessings什么是快乐
- 9 销售技巧—差异化行销
- 10 约见顾客



更多商机

投票调查

您觉得平台网站的哪些方面比较满意

☐ 网站结构 (65)

☐ 网站外观 (10)

☐ 网站色彩 (4)

☐ 网站内容 (91)

www.njcc.edu.cn



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

大学生网上创业中心

专题网站 × 化工商务咨询平台 × http://210.28.8.248/cyzx/ × +



中心首页 创业资源 创业指导 创业店铺 二手物品交易 特产交易 公告服务 关于我们 网站管理

创业知识

更多>>

- 大学生创业难题的“三重门”
- 大学生创业六大秘笈：不空想 不贪大 不怕苦
- 大学生创业九条注意事项
- 大学生创业关键在行动
- 大学生创业关键在“做”
- 大学生创业共分五步走



生活哲理

更多>>

- 什么是幸福很直白
- 中国房价或将一夜生变
- 职场上有用的10句话
- 这些潮物你喜欢吗
- 有创意的平面广告
- 以色列将在未来改变世界的十大创新技术

中心介绍

大学生网上创业中心网站，为大学生提供创业教育的资源库，提供创业实践的网上平台，为更多的大学生提供创业知识、创业信息、创业案例等创新创业教育和实践服务。中心网站包括创业资源、创业指导、创业店铺、二手物品交易、特产交易、公共服务等6个平台，设立创业知识、创业案例、政策法规、创业流程、创业方案、创业管理以及信息发布、实物展示、创业论坛、广告等多个栏目。

大学生网上创业中心前期主要是面向学院师生开放，通过访问获得创业知识、创业信息和专业技能，同时经过方案制定、审查、批准后，学生可以在创业中心设立店铺、发布信息、投放广告，开展营销创业活动。中后期将面向兄弟院校和社会开放，引进校外企业及商家，为他们提供广告宣传、信息咨询等服务。

创业案例

更多>>

- 大学毕业生返乡创业 养殖一条锦鲤拍出58万元
- 大学生创业成功 带动4000人就业
- 大学生创业成“连锁店主”
- 大学生创业不走寻常路 文化创意拨动传统之弦
- 大学生创业不走寻常路 猪信念出“淘金经”

法律规范

更多>>

- 中华人民共和国消费者权益保护法
- 商业特许经营新解
- 商业特许经营管理条例
- 商务部关于进一步加强商务行政执法工作的意见
- 商务部关于加快发展大众化餐饮的指导意见
- 商务部关于促进商贸物流发展的实施意见

通知公告

更多>>

- 我校教师参加2016年全国商业科技大会
- 我校学子喜获2016年全国高校商业精英挑战赛品牌策划
- 我院第三届“南京证券杯”模拟炒股大赛落下帷幕
- 我院学子喜获2016年全省高职院校技能大赛市场营销赛
- 我校教师在江苏省职教学会2015年学术年会做经验介绍

广告发布

更多>>

- 电脑尺示销售中心
- 汇生文具店
- 打印室兼百货店
- 联通营业厅
- 申通、中通、圆通快递公司

大学生网上创业中心

创业天下

创业方案

更多>>

- 营销1241-35—许薛艳
- 营销1221-68—朱贝贝
- 营销1221-33—邓叶青
- 营销1241-38—刘宁
- 营销1241-32—陈丹
- 营销1241-21—金红英

创业导航

---创业类链接---

---营销类链接---

---管理类链接---

---教育类链接---

---课程类链接---



四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

360安全浏览器 8.1

文件 查看 收藏 工具 帮助

http://210.28.15.12/course/content/index/id/239.html

收藏 手机收藏夹 谷歌 网址大全 游戏中心 Links Links fo 南京化工 南京科技 南科院个 新浪新闻 凤凰网 南京科技 首页-南 联合早报 扩展 登录管

手机浏览器 课程-新建-课程内容--南京科技职业学

360 登录管家 想安全保存该网站的密码吗? (若您使用网吧等公共电脑不建议保存) 安全保存 此网站不再提示

数字化平台后台管理中心 后台首页 前台首页 42 许建民

系统管理 院系/专业管理 课程

课程中心 课程学员 考试管理 作业管理 微课中心 培训中心

资源库 资源库管理 云资源 素材管理 题库管理

帮助中心 使用说明 意见反馈

预览课程 从资源库引用课程结构 同步课程结构至资源库 引用云课程结构和素材 返回

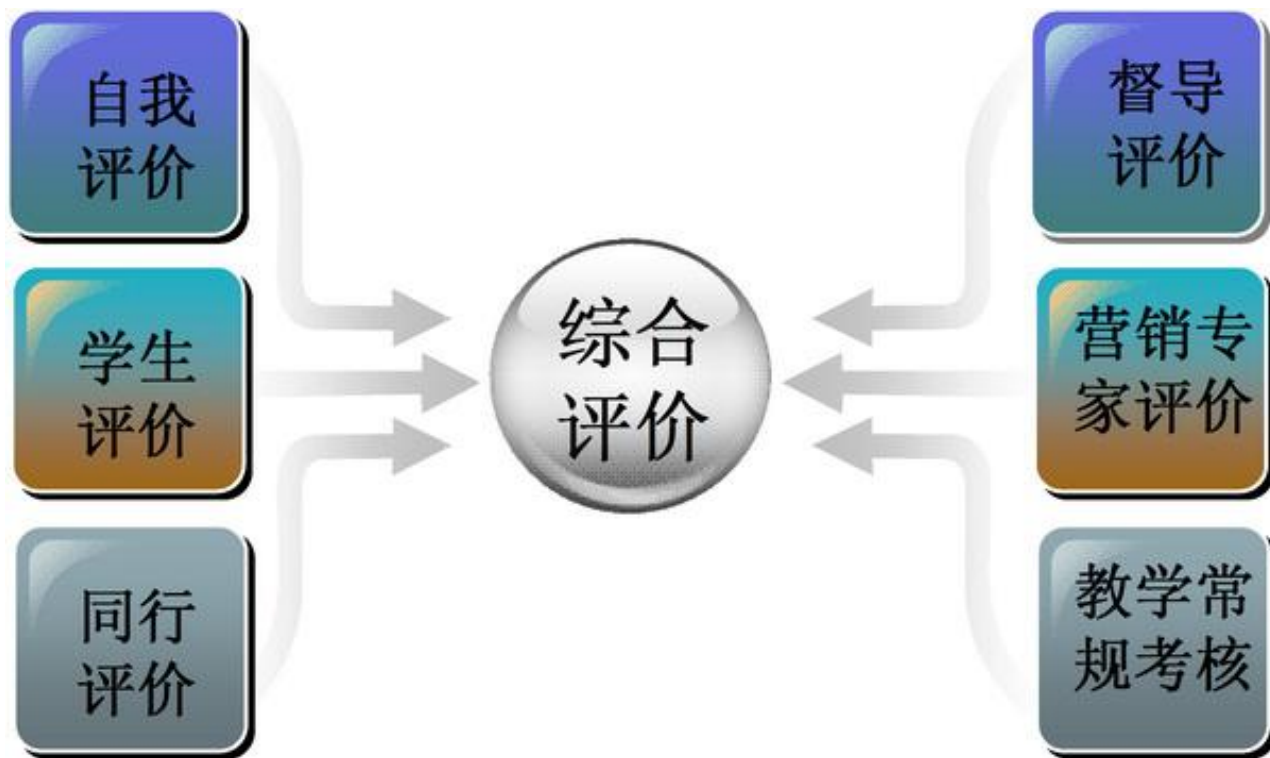
基本信息 课程内容 成绩设定 课程公告 课程讨论 学生笔记

《营销策划》在线开放课程

- 课程资料
- 项目0 撰写营销策划书
- 项目1 分析营销市场
- 项目2 策划营销战略
 - 项目2任务2.1: 实施市场细分和知识点微课
 - 项目2任务2.2: 选择目标市场和知识点微课
 - 项目2任务2.3: 确定市场定位和知识点微课
 - 项目2任务2.4: 选择确定公司的发展战略和知识点微课
 - 项目2任务2.5: 选择确定公司的竞争战略和知识点微课
 - 项目2 设计资料
 - 项目2 教学案例
 - 项目2 参考视频
 - 项目2 参考图片
 - 项目2 测试
 - 项目2 作业
- 项目3 制定产品策略
- 项目4 制定价格策略
- 项目5 制定渠道策略

四、学校市场营销专业群人才培养模式优化的实践

7、市场营销专业群评价体系



立足**过程控制和动态考评**，设计包括自我评价、学生评价、同行评价、督导评价、营销专家评价与教学常规考核、行业企业考核、取证合格考核、竞赛成果考核、第三方评价等有机结合的评价制度。



五、优化市场营销专业群人才培养模式的保障对策

人才培养体制与机制

成立市场营销专业群**共建共管委员会**，共同制订专业群人才培养目标及规格、共同构建理论与实践课程体系、共同确定教学内容、共同实施培养过程、共同评价培养质量、共同建设教学资源、共同促进学生就业创业。

课程体系建设

围绕营销商贸领域核心岗位的工作领域，构建**专业群核心课程**。在分析专业群内核心专业与其他专业差异性的基础上，建设**各专业“模块”课程**。根据服务域人才需求特点及趋势，构建若干门**专业群互选拓展课程**。

过程控制

课程实施以项目任务为引领，围绕专业群对应岗位工作的项目任务设计**教学内容**，**教学过程**坚持以“学生为主体、教师为主导”，以过程控制和动态考评思路，设计包括学生、同行、用人单位以及第三方有机结合的**考核评价制度**。





五、优化市场营销专业群人才培养模式的保障对策

实践教学条件建设

依据“服务域”人才需求的五个方面核心岗位能力，按照识岗、跟岗、顶岗的职业成长规律和递进原则，构建专业群纵向横向实践教学内容体系，建设市场营销专业群实践教学资源整合优化的实训体系。

信息化资源建设

建设包括校企互动的专业群平台、统一规范的专业平台、系统配套的课程平台和注重实际的大学生网络营销创业中心等组成的专业群资源体系，创建先进的数字化学习与训练空间，实现信息化教学资源在专业群内的广泛共享。

教学团队建设

推进专任教师职业能力提升工程，为企业提供专业咨询服务，在提高人才培养水平的同时，提升专业服务产业能力。着重提升兼职教师教学能力，在专业群建设、课程开发、承担课程的教学任务等方面提高参与度。





汇报到此结束
敬请专家指教
谢谢！

