

# 数字经济时代高校市场营销专业人才培养模式改进研究

梁弘

(广东白云学院工商管理学院, 广东 广州 510450)

摘要: 随着数字中国建设的提出, 数字经济随之诞生。面对形势的变化, 学会营销成为现代人需要掌握的技能之一。高校作为培养市场营销人才的摇篮, 其在人才培养方式、人才定位等方面存在明显不足, 这就导致专业学生难以满足市场发展需求。数字经济时代背景下, 高校应抓住时代发展的契机, 结合时代特点, 加快人才模式的转变。本文以数字经济时代为背景, 对高校市场营销专业人才培养模式如何改进展开了研究, 以供参考。

关键词: 数字经济; 高校; 市场营销; 人才模式

目前, 社会经济发展极为迅速, 国家科技实力也在不断提升。正是在这种背景下, 数字经济的理念随之诞生。不过因为受到数字经济的影响, 原本的市场营销人才培养方式逐渐显露疲态, 很难取得让人满意的成效。特别是数字经济成为未来趋势的情况下, 企业对于市场营销人才的要求也变得越来越高。聚焦高校市场营销专业人才培养模式, 我们发现人才培养方式、人才定位等均有不足, 这些都不利于该专业发展。身处这样的数字经济背景, 市场营销人才培养也应因时而变, 提高学生的数字素养。为此, 本文结合数字经济时代的特点, 首先分析了市场营销专业人才培养模式改进的意义, 随后提出了具体的改进策略, 希望和时代经济发展齐头并进, 助力市场营销专业更多高素质人才。

## 一、数字经济时代高校市场营销专业人才培养模式改进的意义

### (一) 有助于满足市场需求

数字经济时代的到来, 给社会发展提供了更多契机, 而其自身魅力也促使市场营销行业发生着转变。大数据、人工智能或是云计算等技术的应用, 让市场营销有了更多可执行方案。高校市场营销专业人才培养模式的改进, 旨在传授给学生更多新技术与新方法, 使其能在未来适应社会发展和职场需要。改进之后的人才培养模式, 不只是将焦点放在了理论上, 而是更为重视实践, 力争实现理论与实践的统一。数字经济时代背景下, 教师可以应用更多新技术, 更新现在的教学模式, 这不仅可以让学生深入理解理论知识, 也使其掌握了更多实践技能。另外, 人才培养模式的改进, 有利于学生掌握先进知识与技能, 未来就业更能满足市场需求。

### (二) 有助于提高学生竞争力

数字经济时代的来临, 尽管给市场营销创造了很多机遇, 但带来的竞争是不容忽视的。

各行业想要成为领域中的“领头羊”, 就应该有核心竞争力, 而影响这一结果的重要因素之一就是企业是否拥有高素质人才。市场营销专业人才培养模式的改进, 能有效提高学生的个人竞争力。结合数字经济时代的要求, 高校可以优化课程, 如增设数据分析、数字营销等, 使学生构建符合自身的知识体系。另外, 学校也可以和企业展开密切合作, 了解数字时代下企业发展的特点和趋势, 同时给学生提供更多实训机会, 使其意识到数字经济下的行业转变。

## 二、数字经济时代高校市场营销专业人才培养模式改进对策

### (一) 完善师资力量, 提供师资保障

市场营销专业人才培养模式的改进, 需要高校有完备的师资力量作为保障, 高素质专业教师是培养高素质人才的基础条件之一。数字经济时代背景下, 科学技术的发展为企业提供了更多可能, 同时也提高了企业的用人要求。市场营销专业紧跟市场发展形势, 要求相关人才要有更为全面的技能。因此, 本文认为高校要在人力、物力以及财力方面加大投入, 夯实学校的师资力量, 使其能够适应数字经济的要求。高校还可以和社会企业紧密结合, 给教师提供提高自身实践技能的机会, 让其到对应岗位上感受岗位特点, 积累实践经验, 将其传授给学生。另外, 学校还邀请营销领域颇有建树的学者或一线人员到学校开展讲座, 给学生讲解自己的经历, 使他们从中有所顿悟。除此之外, 高校在进行人员聘用时, 要对教师能力进行把关, 尽可能多聘用理论知识与实践技能兼具的教师, 就此提升学生实践能力。需要注意的是, 由于数字经济时代的特点就是数字化, 需要教师掌握一定的信息操作能力, 所以学校在教师培训中要融入信息化能力方面的内容, 不断提高教师的个人水平, 让他们能利用数字化手段, 培养更多市场营销人才。

### (二) 明确专业定位, 完善培养方案

高校依据社会企业对人才的要求, 确定了自身的专业发展方

向,改进高校人才培养方案。在数字经济时代,数字化市场营销比传统市场更为便捷、成本更低。便捷性体现在只要有网络和移动终端,你就能在任何时间、任何地点开展市场营销;经济性体现在无需囤积大批商品,缩短了商品流转的时间,可以由企业直接到消费者手中。高校要根据新经济时代的特点,建立市场营销学人才的知识架构,并意识到在数字化经济时期,营销专业人才的重要地位,经过对企业的市场调查,与企业招聘的要求相结合,发挥高校教师队伍的能动性,针对各个专业特色,强调实践与创新并重,重视对人才的知识、技能、素质的培养。通过对专业的准确定位,不断优化人才培养计划,突出数字经济时期的复合型人才的特征,即具备较强的专业理论知识,同时还要具备良好的数字技术运用能力,并且能够将理论和数字技术相结合,以适应企业用人的需求。高校也要时刻保持与时代发展同步,设置科学的课程体系,加大对数字技术应用的讲解,提高市场营销人员的数字技术水平,使市场营销人员具备新知识与技能,成为新世纪的复合型人才。

### (三) 依托数字载体,提升实践能力

高校是培养优秀人才的重要基地,其培养的人才素质,直接关系到高校毕业生是否能够顺利参加工作,为经济建设做出自己的贡献。经济之争,归根到底是人才之争,企业之争,归根到底也是人才之争,企业要提升企业的市场竞争力,必须要不断提高对企业员工的要求,这就给高校的人才培养提出了新的挑战。在当前的数字经济环境中,高校面临着不断变化的新技术的持续发展,强化营销专业课程体系,改革教学方法,培育专业的营销专业人才,是适应时代发展需要的重要途径。通过运用数字化技术,提高高校生的综合分析与应用能力,提高他们的综合素养与能力。利用数字化技术作为多学科融合手段,高校在这个过程中搭建数字化教学平台,让教师将新媒体和新技术相结合,从而形成一种符合学生素质和能力发展需要的新型的教学模式,同时也方便了高校教师开展在线教学。在这个过程中,还可以通过QQ群和微信群,让教师与学生、学生与学生进行更好的交流,从而推动学校为市场营销专业的人才营造多样化的学习氛围,为市场营销专业的人才培养打下坚实的教育根基。高校教师要具有较强的观察能力与前瞻性,积极主动地将最新的科技知识与科技成果进行整合,不断优化教学内容,提升教学品质。

### (四) 推动产教融合,培养综合能力

产教融合是当前高等教育人才培养积极推进的模式之一,其主要的实现方式就是高校和企业进行密切合作,学生在此前提下,可以跳脱课堂学习的限制,在实践中验证自己的所学,以此提高

他们的个人能力。数字经济时代下,企业是最先捕捉到市场变化的一方,特定时代下的人才培养模式,可以邀请企业加入,这样可以保证专业人才更加符合社会用人需求,加大复合型人才培养的力度,促使新知识、新技术、新技能和教育融合。企业除了参与人才培养模式的制定,还可以给学生提供实践岗位,促使学生在此过程中发现问题,并学会分析问题,最终解决问题。因此,高校应该落实以生为本的理念,让学生的实践成果落地,同时学校还可创建毕业生回访机制,作为了解营销领域发展的“窗口”。另外,高校还要给学生创建和谐的学习环境,促使学生转变思想,放心内心对未来的不安,甚至是恐惧,真正激发他们的潜能。除此之外,高校与企业建立合作后,还可共同组织专业竞赛,竞赛内容主要为学生日常课堂所学的理论知识,以及需要动手操作的项目。学生参与竞赛中也可展示自己的营销方案,让专业人士进行点评,检验学生的营销水平。

### 三、结束语

综上所述,无论是哪个行业市场营销岗位,都不同程度地受到了数字技术的影响。高校为确保人才输出达到高质量,就应该紧跟时代发展,与数字经济时代接轨,优化人才培养方案,从不同方面予以支持,持续关注数字经济时代的特点与要求。本文首先分析了数字经济时代市场营销专业人才培养模式改进的意义,提出了两点内容。最后,我们结合实际教学,提出了完善师资力量,提供师资保障;明确专业定位,完善培养方案;依托数字载体,提升实践能力;推动产教融合,培养综合能力四点建议,以此使人才培养模式更科学。

### 参考文献:

- [1] 王佳玫,武晓宇.价值链重构与资源战略重组:新媒介生态下数字营销的创新路径[J].编辑学刊,2022(3):36-42.
- [2] 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——以九江职业技术学院为例[J].九江职业技术学院学报,2024(02):69-72.
- [3] 吴丽文.数字经济背景下新商科人才培养模式升级与实现路径研究——以市场营销专业为例[J].广东职业技术教育与研究,2023(11):27-31.
- [4] 王秋林.创新人才培养视角下市场营销专业转型升级的探索与实践:以长沙民政职业技术学院为例[J].长沙民政职业技术学院学报,2020,27(4):94-96.

基金项目:2023年度“广东白云院校级本科教学质量与教学改革工程项目”数智化供应链产业学院(BYCY202301)。