

# “岗课对接，赛教融合”市场营销专业师资 培训效果评估与提升路径研究

李立志，陈丽维，陆 辉\*

济宁医学院管理学院，山东 济宁

收稿日期：2026年3月24日；录用日期：2026年5月21日；发布日期：2026年5月29日

## 摘 要

在数字经济与产教融合政策的推动下促使企业对应用型人才岗位要求显著提升。高校营销专业人才培养与当前企业对营销人才的需求矛盾明显。主要体现在三个核心问题上：理论知识不扎实、应用技能不全面、社会阅历不足。提升专业教师的实践教学能力，是破解这一困境的关键所在，本文以“岗课对接，赛教融合”市场营销专业师资培训效果评估与提升路径研究为重点，探讨构建三者协同育人的良性循环机制，以破除“岗”、“课”、“赛”之间的壁垒。

## 关键词

岗课对接，赛教融合，市场营销专业

## Effectiveness Evaluation and Improvement Pathways for Marketing Faculty Training under “Job-Course-Alignment and Competition-Education Integration”

Lizhi Li, Liwei Chen, Hui Lu\*

School of Management, Jining Medical University, Jining Shandong

Received: March 24, 2026; accepted: May 21, 2026; published: May 29, 2026

## Abstract

Under the drive of the digital economy and industry-education integration policies, enterprises

\*通讯作者。

文章引用：李立志，陈丽维，陆辉. “岗课对接，赛教融合”市场营销专业师资培训效果评估与提升路径研究[J]. 创新教育研究, 2026, 14(5): 637-643. DOI: 10.12677/ces.2026.145384

have significantly raised the job requirements for applied talents. A notable contradiction exists between the cultivation of marketing professionals in universities and the current demands of enterprises for marketing talent. This is mainly reflected in three core issues: an unsolid theoretical foundation, incomplete practical skills, and insufficient social experience. Enhancing the practical teaching ability of specialized faculty is key to resolving this dilemma. Focusing on the study of the effectiveness evaluation and enhancement paths for the “job-course alignment and competition-education integration” marketing faculty training, this paper explores the construction of a virtuous cycle mechanism for collaborative education among the three, aiming to break down the barriers between “Job”, “Course”, and “Competition”.

## Keywords

Job-Course Alignment, Competition-Education Integration, Marketing Major

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 文献综述

### 1.1. 研究背景与研究意义

新文科建设与产教融合背景下，企业对应用型人才的能力要求日益提升。

不再局限于理论知识掌握的层面，更多的是在应用技巧、社会阅历等方面进行深入研究，营销学专业的实用性很强，在这种情况下传统教学很容易发生理论学习脱离实际岗位。国家政策倡导深化产教融合、校企合作，推动高校教育与产业需求对接，要求课程内容与岗位技能紧密衔接，企业急需具备实战能力的高素质营销人才。建立“岗课对接，赛教融合”的营销专业教学模式，切实解决高校与企业间人才需求的矛盾，促成良性循环，帮助营销学专业毕业生更好地应对现代市场的变化。

### 1.2. 研究现状

国内职业教育改革特别是营销类专业的教学改革，近年来随着国家不断推进产教融合，重视培养高素质技术技能人才，已经成为人们关注的热点话题。尤其是在内容界定、路径探索、现实困境、现实策略等方面，国内学者们展开了广泛而深入的研究。

#### 1.2.1. 研究共识：“岗课赛”融合已经成为提升实践教学能力的主流趋势

国内学者普遍认同，“岗课对接、赛教融合”在缓解市场营销专业课程理论与实践脱节的困境上发挥着关键作用。王叶(2025)、张靖敏等(2025)从发现大部分高校对人才培养重理论而轻实践的本质现象[1]，到将岗位需求、课程内容、技能竞赛三者系统整合的清晰认知，为培养“即插即用”型营销人才提供了理论基础[2]。高红(2025)以连云港职业技术学院为例，更加证实了“政校企”三方协同机制在课程建设中的积极作用[3]。可见“岗课赛”融合已经成为提升实践教学能力的主流趋势。

#### 1.2.2. 争议焦点：校企合作的深度与可持续性

虽然理论研究的大方向上基本一致，但具体操作上存在一定的分歧，其中部分院校采用“企业导师短期讲座”，另一些则推行“教师长期驻企挂职”，在校企合作的深度和可持续性上存在一定的争议，前者易于组织但流于形式，后者效果显著但成本高昂[4] (陈晓丰, 2025)。二是在激励考核方面，教师企业

实践是否要纳入教学工作量、企业专家在参与课程设计的权责范围如何界定，而现有的研究大多都停留在理论层面，缺乏可以直接套用的模板。

### 1.2.3. 研究空白：效果评估体系的缺少与因果机制的模糊

当前研究存在两大空白：第一，缺乏对师资培训本身进行系统评估的内容。大多都只停留在“理论模式 - 具体措施 - 呼吁重视”的循环中，具体哪些指标发生了变化，缺乏一定的量化和追踪。第二，“赛教融合”的因果机制未能厘清，究竟是竞赛指导能够提升教师的教学能力，还是原本教学能力强的教师更擅长指导赛。二者可能存在自选择偏差。国外研究虽在方法上可能更为严谨(如 Dakduk 等人采用网络建模分析技能错位)[5]，但针对“师资培训评估”的文献同样稀缺。

## 2. 研究问题及分析

### 2.1. 学校课程体系与企业需求结构性脱节

市场营销专业并不是独立存在的，它其中包含了经济学、行为学以及管理学等多个学科中的相关知识[6]，包括经济学、行为学、管理学等，可以随着企业在市场上推广大数据、人工智能。市场营销教育日益注重智能化，部分高校开设数字课程，强化数据分析与消费者行为研究的智能化应用，以满足企业对人才的需求。因此学校课程体系改革是实现企业对现代化人才需求的基础性工作，促进“岗课对接”改良学校课程体系迫在眉睫。

### 2.2. 教师队伍的企业实践与认知经验缺失

提升高校教师队伍水平是高等教育高质量发展的核心，直接关系到区域教育竞争力与人才供给质量[7]。营销专业在互联网蓬勃发展的大背景下，不仅局限于某一领域的销售岗位，更在新媒体运营、直播带货、营销策划等方面熠熠生辉。大部分的专业老师对这些新兴岗位缺乏认识，极易与企业的现实需求形成巨大差异。特别是教师在讲授专业课程时可能会传达错误就业观，导致学生对某些岗位产生错误的认知。

### 2.3. 实践教学体系与专业赛事指导机制不健全

市场营销专业竞赛是在校期间培养学生社会实践能力的良好平台，通过社会实践，学生不仅能够将市场营销基础理论知识融会贯通，加深对市场营销概念和策略的理解，而且能够进一步提升沟通协调、团队合作与创新创业能力，为职业生涯发展奠定基础[8]。目前，大部分院校的营销赛事都是专业班级教师全权负责，专业课程教师在相关研究领域的深厚积累，能够为同学们提供最专业的理论指导，是专业营销大赛。但专业课老师大多可能对比赛的具体规则和指导节奏不够熟悉，可能出现与比赛脱节的情况。

### 2.4. 学生职业规划迷茫和内生动力不足

在高等教育体系中，学生作为职业规划与就业指导课程的主体，他们的就业状态不仅是衡量就读学校教育教学质量的重要标准，也直接关系到他们未来的职业发展[9]。作为职业生涯规划 and 就业指导课程的主体，在高等教育系统中，其就业状况不仅与其今后职业发展有直接关系，而且也是衡量其在读学校教育教学质量的重要标准。现阶段大学生普遍存在两大危机：职业规划迷茫、内生动力不足。大学生职业生涯规划课，被学生普遍认为是学校水课，甚至出现教师念 PPT、学生睡觉的情况。从自我决定理论的角度分析，职业生涯规划课“念 PPT”剥夺自主感；学生睡觉缺乏反馈削弱胜任感；班级“躺平”氛围缺失归属感。三者叠加进而导致学生动机枯竭。

### 3. 问题的解决策略

#### 3.1. 构建“岗课对接”动态课程优化机制

从行动者网络理论(ANT)角度分析,课程优化需要建立“提升学生就业竞争力”作为强制通行点,协调学校、企业、教师三方行动者。为解决学校课程体系与企业需求脱节问题,可依托岗位能力图谱,重建模块化课程,并嵌入企业导师教学,构建动态的“岗课对接”课程优化机制。

##### 3.1.1. 岗位能力图谱构建

课程优化过程中,关键环节在于学校与企业之间的合作[10]。营销岗位能力图谱的构建,可以帮助学生通过校企合作的方式,明确企业在营销人员岗位上所需的核心知识需求和技能要求,与企业开展岗位需求对接工作。

##### 3.1.2. 模块化课程重构

传统课程按能力图谱拆解为“基础理论 + 阵地模块 + 实项目”三大模块,通过新增前沿课程“数字营销实务”“电商运营”等,实现课程内容与岗位技能精准对接。

##### 3.1.3. 企业导师嵌入教学

“企业导师”协同育人是“三全育人”综合改革过程中实施“人才强国”战略、推进产学研用深度融合、提高大学生就业创业质量、推动创新型人才培养的新模式[11]。学校与企业共同培养的企业导师,不仅有理论优势,还有实践经验,通过开展“企业课堂周”“岗位模拟实训”等方式,让企业导师参与到专业课程设计和教学环节中,确保教学内容始终紧跟行业发展潮流。

#### 3.2. 实施“双师双向流动”计划

从建构主义的角度分析,知识不是被动接受,而是学习者在真实情境中主动建构的产物。“双师双向流动”计划则是通过教师在企业中挂职,以重新构建的营销岗位的认知,为“岗课赛”融合提供了认知层面的合法性。

##### 3.2.1. 教师企业挂职制度

筛选标准:要优先选派中级及以上职称、近三年无企业实践经历的专任教师前往企业挂职,每期不少于月。

激励机制:挂职期间按照满教学工作量获取工资薪酬,考核合格的教师优先推荐认定“双师型”教师;如果取得企业所认可的技术改进成果,可以获得额外的绩效奖励。

权责范围:教师在企业挂职期间需完成一项具体的岗位任务、一份实践报告、一个真实教学案例,以便为后续教学工作积累宝贵实践经验。

考核方式:采用“企业评价(40%) + 教学转化报告(30%) + 院系答辩(30%)”加权评分。

市场营销专业人才培养注重理论和实践相结合,需要有丰富实践经验的教师队伍。若教师缺乏企业实践经验,在教学过程中便难以将最新行业动态和实际操作技能传授给学生[12]。因此需要制定合理可行的教师企业挂职制度对挂职教师进行规范和约束。

##### 3.2.2. 企业专家驻校授课

市场营销复合应用型人才的培育是一项复杂的工程,建立多主体共同参与的协同育人平台是提升市场营销人才培养质量的关键[13]。聘请企业高管和技术骨干为讲师,定期组织学校教师进行专题讲座和就业指导,增强教师对行业动态的敏锐性和教学内容的实战性。

### 3.2.3. 教师竞赛指导能力提升

本科生导师制为学科竞赛的开展提供了有力支持，能够更好地发挥学科竞赛的全面育人功能[14]。组织教师参加“营销大赛导师式培训”，形成“以赛促教、以课促改”的教学反馈闭环，促进教师对竞赛规则、评分标准、实战策略的理解。

## 3.3. 打造“赛教融合”立体化实践平台

### 3.3.1. 竞赛项目课程化

优化课程内容设计需深度融合理论知识与竞赛项目，并提升实践教学比重，以增强学生的综合学习体验。将全国高校市场营销大赛、数字营销创新大赛等转化为课程实践，设立“竞赛积分”机制，纳入课程考核体系。

### 3.3.2. 赛事指导团队专业化

成立“竞赛指导辅导小组”，由专业课教师与企业导师携手，提供项目选题、方案设计至展示的全链条指导服务。

### 3.3.3. 赛果反哺教学机制

将竞赛中的优秀案例与创新方法融入教学案例库，构建“竞赛反哺教学，教学激发创新”的良性循环，增强教学内容的时效性和前瞻性。

## 3.4. 构建“职业导向 + 内生驱动”型学业发展体系

### 3.4.1. 职业生涯规划课程改革

对职业生涯规划课创新课程形式，通过模拟面试、职业路径规划、岗位体验等活动，邀请企业现身说法、校友导师，增强课程的实效性和趣味性，让学生真实体验就业的各个环节。

### 3.4.2. 项目制学习(PBL)驱动

PBL 教学模式，就是通过让学生在真实的经历和体验中，展开一段研究，探究致力于学习新获取新技能的教学方法，以创新的方法或方案来解决一个复杂的问题、困难或挑战。推行“课堂项目化”的教学模式，让学生在真实的项目中扮演角色，提升参与感与成就感，激发内在学习动机。

### 3.4.3. 成长档案与反馈机制

学校将为每名学生开设“职业成长电子档案”，记录学生在项目、竞赛、实习等方面的成长历程，这些档案将定期由导师进行评估，为学生提供个性化的反馈和路径调整建议。这种个性化的指导，将帮助学生更好地规划自己的职业发展道路，实现自身潜能的最大化，这样，学生才会更有底气、更有干劲去追逐梦想，为未来的事业打下坚实的基础。

## 4. 师资培训效果评估体系构建

Table 1. Evaluation framework for faculty training effectiveness

表 1. 师资培训效果评估体系表

评估层级	评估维度	具体指标	数据来源	采集时间
反应层	培训满意度	课程内容实用性评分(1~5 分)、企业导师教学能力评分	培训后问卷	每次培训结束后
学习层	知识与技能提升	教师企业实践考核成绩、教学案例设计质量评分	实践报告及专家评审	培训前后各一次

续表

行为层	教学行为改变	课程中企业案例嵌入数量、竞赛指导时长、校企合作课程门数	教学档案及督导听课	每学期末
结果层	学生/学校/企业收益	学生就业对口率、教师横向课题数量、省级以上竞赛获奖情况	就业数据、企业回访、科研统计	每学期末

为检验“岗课对接，赛教融合”师资培训方案的具体成效，本研究构建了一套师资培训效果评估体系，该体系共包含三级指标、多维评价以及前后对比的(见表1)。结合了市场营销专业的特点与产教融合当下的政策要求，以柯克帕特里克四层次评估模型为基础构建。

## 4.1. 实施挑战与应对策略

### 4.1.1. 资金挑战

教师在挂职期间的工资薪酬、企业导师课时费、竞赛平台建设均需持续投入。应对策略：积极申报教育部产学研协同育人项目、争取地方产教融合专项资金、与合作企业共建“营销人才孵化基地”实现成本分摊。

### 4.1.2. 文化冲突

高校教师长期处于理论教学的慢节奏中，与企业强调效率与结果的快节奏文化不同，在合作初期容易产生摩擦。应对策略：在培训前共同制定《校企协作公约》，明确双方权责、座谈频率、决策流程以及冲突的解决机制。

### 4.1.3. 教师动力不足

部分教师长期处于教学的安稳状态，不愿参加企业实践这类竞争性强的工作。把企业实践看作额外负担。应对策略：将企业实践与职称评选挂钩，同时设立相关奖项，对在企业实践期间获得荣誉的教师进行表彰与绩效奖励。

## 基金项目

1. 项目等级：校级；项目名称：市场营销专业“岗课对接，赛教融合”改革项目研究；项目编号：PX-42413；
2. 项目等级：校级；项目名称：市场营销专业“岗课对接，赛教融合”的师资培训；项目编号：250704047044451。

## 参考文献

- [1] 王叶. 基于“岗课赛证”相融合的市场营销专业课程教学模式探索[J]. 漯河职业技术学院学报, 2025, 24(2): 43-47.
- [2] 张靖敏, 王宁, 王帅. 基于岗课赛证综合育人的市场营销课程教学模式改革研究[N]. 河北经济日报, 2025-09-18(011).
- [3] 高红. “双高”计划背景下高职院校市场营销专业课程建设实证研究——以连云港职业技术学院市场营销专业为例[J]. 内江科技, 2025, 46(3): 135-137.
- [4] 陈晓丰. 新质生产力视域下市场营销专业“岗课赛证”融通教学改革路径[J]. 老字号品牌营销, 2025(1): 199-201.
- [5] Dakduk, S., García-Chitiva, M.D.P. and Correa, J.C. (2025) A Case Study on Professional Skills and Accredited Graduate Programs of Marketing. *Applied Network Science*, 10, Article No. 17. <https://doi.org/10.1007/s41109-025-00696-w>
- [6] 李娜. 市场营销专业教学模式比较分析及实践探索[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2015(5): 139-141.
- [7] 林美译. 新发展格局下高校教师队伍高质量发展路径探析——基于人力资源管理的视角[J]. 吉林省教育学院学报

- 
- 报, 2025, 41(11): 39-44.
- [8] 齐永智, 姜奕帆. 高校“以赛促教、以赛促学”实践教学模式探析——基于山西财经大学营销策划大赛的经验[J]. 山西财经大学学报, 2020, 42(S1): 83-86, 89.
- [9] 张换平, 杜慧, 魏静静, 等. 职业生涯规划与就业指导课程教学改革探索[J]. 现代商贸工业, 2025(21): 128-130.
- [10] 王雨谷. 岗课赛证融通模式下《金工实训-模具钣金工艺》课程的开发优化与应用研究[J]. 模具制造, 2025, 25(11): 62-64.
- [11] 王郦玉, 李卓航. “三全育人”视阈下高校“企业导师”协同育人效果探析[J]. 中国大学生就业, 2023(2): 43-52.
- [12] 刘改. 论 OBE 理念下商务英语专业“岗课赛证”培养模式: 问题、价值与融通路径[J]. 河南司法警官职业学院学报, 2025, 23(1): 123-128.
- [13] 吕春燕, 方艳. 数字经济背景下高职市场营销专业“岗课赛证”综合育人模式探究[J]. 知识经济, 2025(29): 177-180.
- [14] 孙凯炜, 侯玉梅. 本科生导师制下学科竞赛推动管理类应用型人才培养研究[J]. 质量与市场, 2025(9): 168-170.