

广东高职工商管理人才培养质量提升策略研究

■ 李 宾,马 涛

(广东南华工商职业学院,广东 广州 510507)

[摘要]新兴技术极大地促进了产业及行业发展,对高职院校培养工商管理类专业人才提出了更高的要求。高职工商管理类专业培养的是通用型管理人才,为提高广东省高职工商管理专业就业竞争力,高职院校要准确界定工商企业管理专业内涵,专业融合培养创新型营销人才,创新用人机制营造宽松的文化氛围;教育管理部门要保障教育投入实现高职均衡发展,促进粤港澳大湾区经济协调发展,高职工商管理专业的毕业生要多措并举转变就业观念。

[关键词]工商管理;市场营销;高职教育;管理人才

[中图分类号] G642;C93-4

[文献标识码]A

[文章编号]1673-0046(2025)1-0005-05

新兴技术极大地促进了产业及行业发展,对高职院校培养工商管理类专业人才提出了更高的要求。高职院校人才培养的目标是培养高技能型人才,而工商管理类专业培养的是通用型管理人才,其在就业方面竞争力不强。为促进专业人才与企业需求的匹配,本文从专业设置和专业建设两个方面分析人才培养过程中存在的问题,研究提高人才适应能力的途径,从而提高工商管理类专业人才就业质量。

一、研究方法和过程

首先,查阅相关的研究文献,了解专业设置研究内容和研究方法,为开展研究确定方向。收集了广东统计年鉴、广东高校毕业生就业质量年度报告、广东省高等职业教育质量年度报告和全国职业院校专业设置管理与公共信息服务平台等相关网站的数据信息。

其次,运用统计分析方法,按照国民经济行业分类和普通高等学校高等职业教育(专科)专业目录分类标准,对收集到的信息进行整理分析,研究得出相关结论。

二、研究结果与分析

(一)专业设置

工商管理类专业是财经商贸大类专业的重要组成部分。财经商贸大类、电子与信息大类、装备制造大类、文化艺术大类、医药卫生大类、教育与体育大类、土木建筑大类和交通运输大类是广东高职院校的八大支柱,对应的专业点占总专业点数八成多,见图 1。2024 年广东高职院校专业点共有 5587 个,财经商贸类专业点 912 个,占总专业点的 16.32%,排第一。其中,财务会计类、电子商务类和工商管理类专业是三大主要专业类别,在财经商贸类专业中占比分别为 21.60%、27.41%和 20.83%,见附表 1。

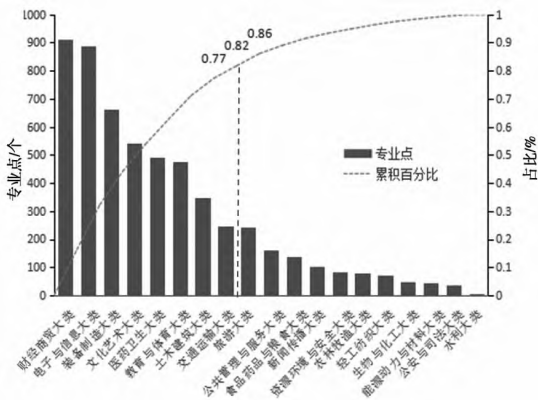


图 1 专业大类分布

在工商管理类专业中,大多数高职院校开设了市场营销和工商企业管理专业。截至 2024 年 1 月广东高职院校总数为 93 所,开设市场营销和工商企业管理的高职院校分别为 62 所和 54 所,占比总数的 67%和 58%;从专业点角度统计,在工商管理类专业中占比分别为 48%和 39%,两个专业接近八成。连锁经营与管理、商务管理和中小企业创业与经营三个专业高职院校开设院校少,三个专业总的占比在工商管理专业中约占二成,见表 1。

表 1 工商管理类专业开设情况

工商管理类	开设院校	占高职院校比例/%	专业点	占比/%
工商企业管理	54	58	74	39
连锁经营与管理	7	8	12	6
商务管理	7	8	11	6
中小企业创业与经营	2	2	2	1
市场营销	62	67	91	48
合计			190	100

基金项目:2022 年度广东省普通高校特色创新类项目“新文科理念下高职院校专业融合与集成研究——以工商管理类专业为例”(项目编号:2022WTSCX244)

作者简介:李宾(1974-),男,陕西宝鸡人,讲师、经济师,研究方向:人力资源开发与管理、高职教育;马涛(1976-),男,广西北流人,讲师、经济师,研究方向:人力资源开发与管理、高职教育。

(二)专业建设

1.人才培养

高职院校专业人才培养适应产业发展。依据广东省统计信息网数据,2023年,广东地区生产总值为135673.16亿元,其中,第一产业增加值5540.70亿元,占总产值的比重为4%;第二产业增加值54437.26亿元,占比为40%;第三产业增加值75695.21亿元,占比为56%。广东的经济以第二、第三产业为主,三次产业呈三、二、一结构。依据专业主要服务的产业,计算专业点分布结构,见附表1。服务于第三产业的专业占比为73.4%,服务于第二产业的专业占比为25.2%,服务于第一产业专业占比为1.43%,呈三、二、一结构;2023年高职毕业生面向三次产业就业人数为360596人,第一产业就业占比为1.5%,第二产业就业占比为18.2%,第三产业就业占比为79.0%,呈三、二、一结构,专业设置、就业与产业发展基本吻合。工商管理类专业毕业生主要服务于第三产业,从毕业实际就业领域看,在第一产业从业的毕业生不多,见图2。

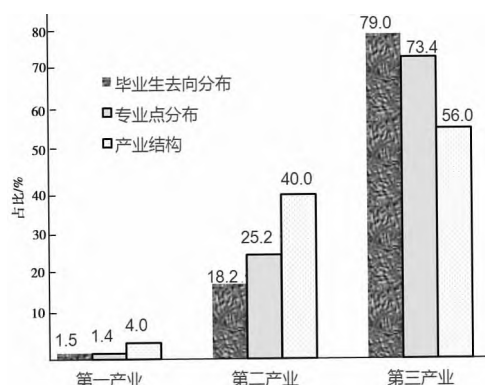


图2 毕业生、专业点及产业结构对比力

2.课程体系

在工商管理类专业中,由于连锁经营与管理、商务管理和中小企业创业与经营三个专业开设院校少,本文主要研究工商企业管理和市场营销两个专业。

各院校对市场营销的人才培养目标及主干课程设计较为一致。依据2023年高职院校“创新强校工程”考核排名,选取前10名院校进行分析。市场营销专业的人才培养目标围绕营销、销售及客服三个方面的工作确定,主干课程差异不大,就业主要面向销售部、市场部、客服部岗位,见附表2。

各院校对工商企业管理专业人才培养目标及课程设置上存在差异。分析排名前10名的高职院校,这种差异可以概括为两种倾向,一种宽口径认识,工商企业管理包括人力资源管理、行政管

理、营销管理、项目管理等方面工作,设置的课程涉及管理、经济、统计等学科,因此就业面宽泛,目标就业岗位不明确;另一种倾向窄口径认识,广州番禺职业技术学院和广东机电职业技术学院课程设置侧重于具体的门店管理,一定程度解决了管理类专业人才培养宽泛的问题,但可能造成学生综合素质不高,见附表3。

3.师资与投入

师资能满足教学要求。李孝轩^[4]认为,我国高职专任教师缺口约为31万。研究者对全国1283所高职生师比调研得出,生师比中位数为21.5:1^[4]。生师比=(专任教师×1+兼任教师×0.5),按此办法计算,考虑校外导师及行政人员兼课等情况,基本能达到普通高等学校办学条件指标,高职院校生师比合格的最低标准是不超过18:1。由于课程主要由专任教师完成,按专任教师计算广东省生师比为20.8:1,排名靠后的院校可能与教育部要求的标准存在不小的差距,见附表4。

分析10所排名靠前的院校,经济发展好的地方院校教育投入相对充足,地处广州的院校教育经费投入相对有限且校际间差异明显,见附表4。

就工商管理类专业而言,各专业班级普遍1~2个,一般按专业群进行教学,专业间教师交叉教学,师资基本能满足教学要求。

(三)就业情况

毕业能稳定就业。由于毕业生主要面向基层岗位,加之珠三角经济发展较好,毕业生就业有保障。统计排名前10名高职院校的工商企业管理和市场营销两个专业的毕业生人数,见表2。市场营销专业毕业生较工商企业管理专业的毕业生多。除广东科贸职业学院,其他学院毕业人数为1~3个班级。

三、存在问题

(一)工商管理类专业内部专业设置冷热不均

较多院校开设了工商企业管理和市场营销专业,对于开设其他三个专业较为谨慎。工商企业管理、连锁经营与管理、商务管理侧重于管理业务处理,三个专业共性的内容较多。因此,较多院校仅开设工商企业管理专业。对于商务管理专业人才培养侧重于两个方面,一是销售、营销、电子商务的结合,如广东行政职业学院;二

表2 毕业生统计表

排名	院校	类别	工商企业管理	市场营销	备注
1	深圳职业技术学院	综合	64	134	2024届
2	广州铁路职业技术学院	理工	—	—	未备案
3	深圳信息职业技术学院	理工	117	—	2024届
4	广州番禺职业技术学院	综合	111	198	2024届
5	顺德职业技术学院	综合	119	92	2024届
6	广东机电职业技术学院	理工	48	93	2024届
7	广东农工商职业技术学院	综合	76	179	2024届
8	广东松山职业技术学院	理工	—	86	2021届
9	广东科贸职业学院	综合	327	221	2024届
10	中山火炬职业技术学院	理工	—	196	2024届
34	广东南华工商职业学院	综合	110	96	2024届

是经营和管理的结合,如阳江职业技术学院。中小企业创业与经营对高职学生有一定的挑战性,仅有为数不多的学院予以开设。

(二) 市场营销专业人才培养缺乏创新

市场营销专业比较受高职学生欢迎^[4],契合了市场需求。但在人才培养过程中,各院校课程设置较为雷同,较少考虑区域经济发展的需要。人才培养突出了网络技术和数字经济发展特色,但如何结合电子商务发展提升学生就业竞争力,市场营销专业并没有很好体现出来。

(三) 工商企业管理专业人才培养目标较为混乱

由于工商企业管理概念相对宽泛,不同院校在人才培养过程比较困惑。有些院校的解决办法是侧重于企业某一个方面的管理,如人力资源管理;有些院校是侧重于某一行业工作的管理,如连锁企业管理;有些院校干脆不开设这个专业。同时,由于该专业在教育部门考核中很难给学校带来考核加分,如技能竞赛难度大,难以取得较好的名次,该专业有边缘化的趋势。

(四) 专任教师工作量较大

足够的专任教师数量才能确保教学质量,兼课或校外教师有很大的不确定性,教学质量很难保证。如果按专任教师计算生师比,大数院校都超过了 20:1。从教学工作量分析,大部分院校要求教师的基本教学工作量是周课时 12 节左右,但职业院校的教师其他方面的工作较为繁重,如教研教改、指导学生技能竞赛、参与校外实训基地建设等,另外,教师还要参与学生实习就业指导、跨校区跨市区教学、参加各类行政会议等。

(五) 教育投入不均衡

对比各个高职院校,公办学校的教育投入有保障,经济发展好的地方高职院校教育投入多。教育投入多的院校,排名靠前,教育质量较高。

(六) 工商管理类专业毕业生就业质量不高

一方面,企业对于职能管理人员的需求相比其他类员工需求量少;另一方面,高职培养的人数相对较多,由于技术推动管理工作日益数字化,对人工需求减少,同时广东的高校毕业生扎堆就业,就业区域主要集中在珠三角地区,造成学生就业质量不高等问题。

四、措施与建议

(一) 准确界定工商企业管理专业内涵

广东经济以第二产业和第三产业为主,产业发展过程中第三产业产值比重会不断上升,同时广东也是农业大省,因此,在工商企业管理专业建设中,以服务于区域经济为导向,明确专业发展内涵。如惠州市重点发展领域如聚力建设石化能源新材料、电子信息和生命健康产业集群等,涉及第二产业和第三产业,与相关企业合作开展专业人才培养,厘清与石化、电子、健康三个行业相关的管理人才的素质与技能,培养适应企业需要的技能人才。

(二) 专业融合培养创新型营销人才

随着经济的发展,营销呈现反向消费兴起、数字化转型、内容营销升级、AI 技术应用等新的发展趋势,对营销专业发展提出新的挑战。如董宇辉开创的营销模式,体现了文化艺术与直播的融合,成功打造了个性化营销

和个人品牌,这些充分运用了“反向销售”及内容营销等策略。因此,创新型营销人才要在持续学习、数据分析、跨界合作、创意思维等方面不断完善。各院校营销专业应根据自身优势在其一个或多个方面进行持续改革,形成自身专业特色。

(三) 创新用人机制营造宽松的文化氛围

高职院校按专业群安排教学任务,一定程度上解决了教师人数不足的问题,但带了诸多问题,如行政层级增加沟通不畅,教师所授课程经常变动,无心潜心钻研教学内容。加之有些院校将教师工作泛化,认为与学生有关的工作都应教师参与,教学管理人员只管布置任务,到期检查,形式主义抬头。为此,运用现代人力资源理念,本着职责分明、分工协作、以人为本的原则,营造有利于创新的文化氛围,处理好高效工作与身心健康关系,实现工作与生活平衡。

(四) 保障教育投入实现高职均衡发展

统计显示,广东有六成以上的高职院校分布在广州,广州的高职院校较多,在教育资源分配中处于不利的位置。经济发展较好的深圳市、佛山市、东莞市、惠州市及中山市等高职院校仅为 2~4 所,与经济地位不匹配。鼓励有条件的区域兴办职业教育,服务区域经济发展。

(五) 多措并举转变就业观念

企业对管理人才的素质要求比较高,有学习潜力的学生应积极提升学历,提高综合素质。管理专业的学生更要关注、学习和运用好新技术,拥有一技之长,提升技术素质。在就业过程中应关注国家战略,选择能够发挥能力特长的区域就业,如回乡就业,同时紧跟企业国际化经营步伐敢于走出去,面向“一带一路”和东南沿海国家就业。

培养工商管理人才的根本出路在于理论与实践结合、校企合作及专业融合。专业融合目的是提高学生的综合素质,应是与相关专业、相关课程的融合,主要包含两层意思,一是相关专业及相关课程的选择由学生、企业来决定,取决于学生的兴趣能力和企业生产经营需要;二是管理要融入其他专业工作中,与生产加工、采购供应、项目建设等工作融合,不应仅学习通用的管理知识和技能。此外,高质量的师资队伍是人才培养质量的保证,尤其是有丰富的企业管理经验教师对该类人才培养至关重要,但由于薪酬、管理制度等原因,这方面的师资很难被高职院校有效利用。

参考文献:

- [1] 夏德建,朱勇.新商科建设背景下工商管理专业人才培养体系构建[J].成都师范学院学报,2023,39(11):10-19.
- [2] 李华锡.师资缺口 31 万! 高职教育如何实现高质量发展[EB/OL].(2023-03-27)[2024-10-29].http://news.youth.cn/sh/202303/t20230327_14411987.htm.
- [3] 两位委员联名呼吁:建立国家工匠之师培育基地,以解决职业教育师资短缺问题 [EB/OL].(2022-03-10)[2024-09-19].<https://www.chinazy.org/info/1006/10280.htm>.

附表1 专业点比例与对应产业

序号	专业大类	专业点/个	占比/%	对应产业	专业点比重/%
1	农林牧渔大类	80	1.43	第一产业	1.43
2	资源环境与安全	85	1.52	第二产业	25.2
3	能源动力与材料	46	0.82	第二产业	
4	土木建筑大类	346	6.19	第二产业	
5	水利大类	7	0.13	第二产业	
6	装备制造大类	663	11.87	第二产业	
7	生物与化工大类	50	0.89	第二产业	
8	轻工纺织大类	70	1.25	第二产业	
9	食品药品与粮食	139	2.49	第二产业	
10	交通运输大类	247	4.42	第三产业	73.4
11	电子与信息大类	889	15.91	第三产业	
12	医药卫生大类	493	8.82	第三产业	
13	财经商贸大类	912	16.32	第三产业	
	(1) 财政税务类	14	1.54	第三产业	
	(2) 金融类	79	8.66	第三产业	
	(3) 财务会计类	197	21.60	第三产业	
	(4) 统计类	4	0.44	第三产业	
	(5) 经济贸易类	69	7.57	第三产业	
	(6) 工商管理类	190	20.83	第三产业	
	(7) 电子商务类	250	27.41	第三产业	
	(8) 物流类	109	11.95	第三产业	
14	旅游大类	244	4.37	第三产业	
15	文化艺术大类	541	9.68	第三产业	
16	新闻传播大类	104	1.86	第三产业	
17	教育与体育大类	475	8.50	第三产业	
18	公安与司法大类	35	0.63	第三产业	
19	公共管理与服务	161	2.88	第三产业	
合计		5587	100	-	100

注:数据来源于全国职业院校专业设置管理与公共信息服务平台。

附表2 高职院校高职院校市场营销专业人才培养数据对比

排名	院校	人培目标	主干课程	就业方向
1	深圳职业技术学院	培养营销、销售技术技能人才	市场营销、营销策划、营销心理学、网络营销实务等	营销类岗位工作
2	广州铁路职业技术学院	培养推销与谈判、销售管理等岗位技能人才	场营销实务、推销与谈判、市场调查与预测、营销策划、网络营销等	销售代表、市场专员、商务助理等岗位工作
3	深圳信息职业技术学院	—	—	—
4	广州番禺职业技术学院	培养营销、终端运营技能人才	市场营销、供应链管理、数字营销等	销售、全媒体营销策划推广工作
5	顺德职业技术学院	培养终端销售、运营、营销管理技能人才	市场营销实务、商务数据分析、消费心理分析、推销实务、网络营销等。	销售部、市场部、客服部岗位
6	广东机电职业技术学院	培养销售管理、网络营销策划推广、营销方面的技能人才。	市场营销、商务谈判与推销技巧、市场调查实务、消费者行为分析、客户管理、电子商务运营	销售、客户服务、营销、终端零售等岗位工作
7	广东农工商职业技术学院	培养营销、销售、客户技能人才	消费心理学、市场调研与预测、广告策划实务、客户关系管理、数字营销、创业市场营销。	营销、市场、客户服务、市场开发、产品营销等工作
8	广东松山职业技术学院	培养商品销售、客户服务、营销管理等方面技能人才	营销策划实务、广告设计与制作、推销与谈判、店铺开发与管理、客户服务管理、销售管理、消费心理分析、新媒体营销等	市场管理、客户服务管理、销售推广与贸易类工作
9	广东科贸职业学院	培养销售、客户服务管理、营销等技能人才。	营销、客户等课程	市场策划主管、市场推广主管、销售业务主管、客户服务主管
10	中山火炬职业技术学院	培养营销、门店销售、客户服务等方面的专门人才	经济学、管理学、经济学基础、企业管理、市场营销、连锁经营与管理、营销调研、营销策划、商务谈判与推销技巧等	营销、销售、客户等工作

注:数据来源于各高职院校的官网。

附表3 高职院校工商企业管理专业人才培养数据对比

排名	院校	人培目标	主干课程	就业方向	特点
1	深圳职业技术学院	培养运营管理专业人才	企业经营与创新、创业项目管理、企业信息化管理、人力资源开发与管理、客户关系管理、市场营销等	营销及销售管理类、行政及人力资源管理类、数字化管理类、客户管理类岗位	人才培养目标宽泛、就业面广
2	广州铁路职业技术学院	——	——	——	——
3	深圳信息职业技术学院	培养运营、人力、市营、行政管理技能人才	管理学原理、经济学原理、市场营销、基础会计、组织行为学、商务数据分析、生产运作管理实务、人力资源管理	经营管理、行政管理或创业的相关工作	人才培养目标宽泛、就业面广
4	广州番禺职业技术学院	培养数据分析、品类管理及运营技能人才	门店员工管理、客户服务、财务报表解读、品类管理、门店营销管理、高效能决策、数据化管理	店长、储备店长、总部职能部门、基层管理人员	人才培养目标针对性强、就业面较窄
5	顺德职业技术学院	培养商务管理、行政、人事、生产管理技能人才	管理学基础、统计基础与实务、人力资源管理、薪酬与绩效管理、生产运作管理、质量管理等	商务策划、销售、行政人事助理、生产管理等	人才培养目标宽泛、就业面广
6	广东机电职业技术学院	培养连锁管理和人力资源管理人才	连锁企业人力资源管理、商务数据分析与应用、门店开发与设计、数字化门店运营管理、品类管理	门店运营管理; 人力资源管理各项工作	人才培养目标针对连锁企业、就业面较窄
7	广东农工商职业技术学院	培养创业管理、生产管理、人力资源管理技能人才	管理学基础、人力资源管理、生产与运作管理、客户关系管理、质量管理、市场营销	创新创业管理、生产运作管理、人力资源管理、市场营销等岗位工作	人才培养目标宽泛、就业面广
8	广东松山职业技术学院	——	——	——	——
9	广东科贸职业学院	培养人力资源及销售人才	管理学基础、人力资源管理实务、创业管理实务、数据运营分析、市场营销、招聘与人才测评、管理沟通	人力资源管理、销售管理、运营管理、行政管理、项目管理等岗位工作	培养目标针对性强, 就业面较宽
10	中山火炬职业技术学院	——	——	——	——

注:数据来源于高职院校的官网。

附表4 2023年高职院校师资与投入情况

排名	院校	专任教师人数占比/%	校外导师占比/%	生师比	生均拨款/元
1	深圳职业技术学院	58.70	29.90	21.00: 6	40311.93
2	广州铁路职业技术学院	58.30	31.50	21.00: 1	12008.16
3	深圳信息职业技术学院	55.30	11.30	16.50: 1	26488.47
4	广州番禺职业技术学院	43.25	44.45	21.80: 1	21061.24
5	顺德职业技术学院	64.10	17.40	19.56: 1	16906.50
6	广东机电职业技术学院	46.60	44.20	23.80: 1	11537.82
7	广东农工商职业技术学院	59.60	28.90	19.25: 1	4776.03
8	广东松山职业技术学院	66.30	26.50	21.70: 1	8185.09
9	广东科贸职业学院	55.50	32.10	22.50: 1	8137.56
10	中山火炬职业技术学院	53.60	38.70	19.52: 1	21710.16
34	广东南华工商职业学院	74.30	7.50	26.80: 1	10111.27
广东省		63.90	21	20.80: 1	17471.12

注:数据来源于广东省和各高职院校《高等职业教育质量年度报告》;生师比按专任老师计算;平均生师比=全日制在校学生/专任教师;专任教师百分比=专任教师/(校内职工+校外导师);校外导师百分比=校外导师/(校内职工+校外导师)。