

营销理论视角下的高等职业院校管理探析

周 欢

(石河子大学, 新疆 石河子 832000)

摘 要: 所谓的营销, 其实质上指的是对需求的一种管理, 营销的相关理论, 对高职院校管理和建设工作也具有借鉴意义。新的教育教学发展环境下, 以营销理论为指导, 对高等职业院校管理有新的要求, 要求在对高等教育有全面了解和把握的基础上, 对高校进行总体规划, 并对高等教育的市场进行细致划分, 融入营销观念, 从而更好地规划高等职业院校的发展战略, 做好高等职业院校的规划和管理。本文结合营销理论在高等职业教育中的作用, 对营销理论视角下如何做好高等职业院校管理工作进行了探讨。

关键词: 营销理论视角; 高等职业院校; 管理工作

营销学是一门关注市场的应用性学科, 在长期发展中, 逐渐被引入到高等教育领域中, 一些发达国家如美国、澳大利亚等早在30年前就已经将营销学的相关理论应用到教育教学中, 并且取得了一定的成效。高等职业院校是我国高校教育重要组成部分, 在现代人才培养中占据重要地位, 高职院校本身承担培养行业发展和经济建设的应用型人才任务, 具有很强的职业性质, 这也就决定了营销的价值所在。因此, 应用营销理论, 分析高职院校管理工作, 具有现实意义。

1 我国高等职业院校发展的现状分析

高等职业教育是教育大众化的发展产物, 是高等教育重要组成部分, 在现代教育中发挥着不可替代的作用。尤其是当前经济社会的高速发展, 社会对高技能人才的需求越来越多, 同时经济建设中应用型人才还存在很大的缺口, 一方面肯定了高等职业院校在现代教育中的作用, 另一方面也对高职院校教育教学等提出了更高要求。

从高等职业院校的发展来看, 随着高校扩招, 高等职业院校规模越来越大, 学生数量越来越多, 但高

等职业院校社会认可度与理想水平还有一定的差距, 为此很多高职院校也从教育教学等手段方面加以不断的改进, 如师资力量加强、教学资源丰富、教学手段多元化等, 但最关键还是学校管理者的理念和工作成效上, 很多学校忽视了整个管理的过程, 最终其僵硬的管理模式, 不能很好地适应市场经济的发展, 导致高校人才培养与市场人才的需求脱节, 因此, 当前高等职业院校发展, 要结合学校发展实际, 从学校管理工作出发, 更新管理理念, 在营销理论的引导下, 改革学校管理工作。

2 营销理念对高职院校发展的借鉴意义体现

高等教育体制改革, 不同院校对教育资源的竞争不断加剧, 同时高职院校所培养的人才, 也需要与现实社会相结合, 这些都说明高等职业院校引入营销理念, 具有很强的现实意义。

2.1 有助于高职院校发展目标的实现

高等职业教育具有职业性和高等性, 为经济社会发展培养高质量的建设人才和服务人才, 从而更好地适应竞争的需要, 指导高职学生树立正确职业观, 帮助其做好人生职业规划等, 促进其终身发展等, 从而

量数据的挖掘和开发能够获取到诸多有价值的信息, 这对企业决策有着重要意义。因此企业内部管理过程中迫切需要既能够熟练掌握统计分析技术又能够对企业各项业务进行综合处理的人才。基于企业的这种发展需求, 以及当前高校统计人才培养过程中对人才实践教学的需要, 进一步促进校企合作十分必要。加强校企合作, 促进高校与企业联合办学是当前大数据背景下统计人才培养的重要形式。

4 结束语

对于大数据时代的到来, 我们首先应以积极态度进行面对, 并客观看待大数据带来的机遇与挑战, 在数据分析、统计等方面要加强创新, 立足统计学教学与发展, 加强对人才的系统化培养。高校统计人才培

养过程中要构建明确的人才培养目标, 并基于此目标前提下进行教学规划, 保证教学课程结构优化, 符合当前教学实际需要。同时在校统计人才培养的过程中还应结合统计学数据特点及因材施教教育原则, 形成高效教学模式。为最大限度发挥统计学教学优势, 还应不断强化和提升教师职业能力, 教师要树立与时俱进的理念, 并通过定期的学习和培训等活动提高自身教学水平, 以实现理论与实践的有机融合, 在课堂教学与企业合作中更有效地发挥自身指导作用, 促进优质统计人才的培养。

参考文献:

[1] 马剑锋, 佟金萍. 以“数据学生”培养推进高校统计教学革新[J]. 高教学刊, 2017, (15): 7-9+13.

培养社会发展所需要的高级技能人才,这是高等职业院校教育目标的体现。这一目标也就决定了高等职业教育的发展,需要面向市场,了解市场对人才的需求。引入营销理念,可以借助营销思维,开展营销调研,掌握社会对人才的期望值,了解家长对学生期望等,这样能更好地发挥高等职业院校教育资源,实现其优化配置,从而增强教育质量,提升人才培养水平。

2.2 实现高职院校教育资源的优化配置

在发展中,学校、学生、用人单位之间存在信息不对称的现象,这些现象的出现,对三方发展均不利,而引入营销理念,经过详尽的市场调研活动,能减少或避免这种问题的产生,让学校在设置专业时,能充分了解社会的需求,了解学生发展,在教学活动中围绕具体的要求进行人才培养,从而减少教育资源浪费。

2.3 促进高职院校学生就业

从上述两点可看出,引入营销理论,是在市场调研基础上,从事人才培养活动,这样培养出来的学生,更能满足社会的需求,提升学生就业竞争力,从而缓解就业压力。

3 营销理论视角下我国高等职业院校管理策略探讨

高等职业院校在自身的建设和发展中,要认识到高校管理工作的重要性,在新的发展时期,要适应社会的发展,更要转变管理理念,在营销理论指导下,做好高等职业院校管理工作,这也是当前高职院校发展中需要重视解决的问题。

3.1 运用差别化定位策略,提升高职院校竞争力

从营销的理论考虑,做好市场定位,首先就是在充分了解自己的基础上,了解竞争对手,找到自己的优势所在。将这一理论运用到高等职业院校的管理中,就是要求高等职业院校要从自身实际情况出发,了解竞争院校服务质量、人才建设、专业特色、学校形象等具体信息。

首先,一些高新技术产业中,创新是企业发展的主要动力,高等职业院校人才培养方式上,也要结合企业发展需求,科学合理地设置专业,了解学生就业前景,雷同率较高,毫无特色专业,会影响学校竞争力,也会影响到学生的就业,因此,在专业设置管理工作中,要充分做好市场调研工作,在充分了解市场需求的基础上,设置特色的专业,还要结合本校的师资力量,充分发挥教师团队优势,提升学校竞争力。

其次,差别化定位还包括人员差别化。高校高素质管理团队和建设团队,直接影响到高职院校管理工作

质量和效率,因此,在高等职业院校的管理工作中,首先领导者要不断转变管理理念,结合时代发展需求,了解现代教育特点,并结合高校发展实际,改变高职院校管理工作重点,将其转移到人才培养、校园文化建设、学生创新发展等方面上来,重视实践的重要意义,同时注重培养高质量教师团队,并鼓励校外专业人士到学校授课,解答学生在实践课程中遇到的问题。

3.2 以学生为本,重视服务营销

生源是学校整体竞争力的重要表现,因此,要重视做好对学生的服务营销。首先,在高职院校招生过程中,要重视做好宣传管理工作,宣传高校的优势所在,并为学生详细解答各种疑问,当然,最重要的还是不断提升学生自身管理水平,提升自身教学质量,让学生信服;其次,在教学管理过程中,要重视做好学生管理工作,对学生管理,并不是简单的学生日常学习、生活的管理,要加强与学生、家长的沟通和交流,了解学生的职业规划、学习现状等,利用营销管理思想,重视做好学生调研工作,从而加深对学生的了解,在此基础上更好地为学生提供更好的服务,这是做好学生管理工作的重要前提。

3.3 发挥关系营销,为学校发展创造良好的外部环境

首先,要认识到高职院校发展除了依靠市场,还需要政府的大力支持,因此,要加强与政府发沟通与交流,就发展中的一些关键性问题与政府深入交流;其次,加强与企业的联系,共同探讨校企合作培养人才的教育模式,以市场为导向,企业参与高职院校的办学中,深化合作;最后,高等职业院校自身来说,其管理工作所包含的内容众多,除了营销理论的指导,还需要加强各方面知识的学习,管理人员要不断提升自己,推动高职院校管理工作的发展。

4 结语

综上所述,营销理论视角,为高等职业院校的管理工作提供了新的思路,在具体实践中,要从高校发展实际出发,认识到营销理论的重要指导意义,并积极采取措施,提升高职院校管理水平。

参考文献:

- [1]李菲. 高职院校课堂教学问题分析[J]. 高教学刊, 2016,(13): 235—236.
- [2]杨莎莎. 高职院校课堂教学现状调查与分析[J]. 林区教学, 2016,(07): 18—20.
- [3]赵占波,吴志峰. 互联网+保险营销[M]. 北京:首都经济贸易大学出版社, 2015: 105—106.
- [4]李贤俊. 基于市场营销理论的高职院校招生现状研究[J]. 科教导刊, 2015,(01): 58—59.
- [5]赵恩北. 营销理念视角下高职院校就业指导创新探析[J]. 中国校外教育(理论), 2008,(01): 79—80.