

高职院校市场营销专业顶岗 实习管理长效机制研究

汇报人：

2024-01-18



目录

- 引言
- 市场营销专业顶岗实习现状分析
- 长效机制构建的理论基础
- 高职院校市场营销专业顶岗实习管理长效机制的构建



目录

- 长效机制实施的保障措施
- 结论与展望

01

引言





研究背景与意义

高职教育改革背景

随着高职教育改革的深入，顶岗实习作为实践教学的重要环节，对于提高学生职业素养和就业能力具有重要作用。



长效机制建设意义

研究高职院校市场营销专业顶岗实习管理长效机制，对于提高顶岗实习质量、促进学生全面发展、推动高职教育改革具有重要意义。

谁说大学生就业难??

企业出资，定向委培，保证专业就业!



市场营销专业特点

市场营销专业具有实践性强、应用性广的特点，顶岗实习是实现专业培养目标的重要途径。





国内外研究现状

国内研究现状

国内学者在顶岗实习管理方面进行了一定研究，但主要集中在实习模式、实习基地建设等方面，对于长效机制的研究相对较少。

国外研究现状

国外高职教育在实践教学方面有着较为成熟的经验，对于顶岗实习的管理也更加规范化和制度化，值得我们借鉴和学习。





研究目的与问题



研究目的

本研究旨在通过对高职院校市场营销专业顶岗实习管理现状的调查分析，探讨构建顶岗实习管理长效机制的有效途径和方法，为高职教育改革提供理论支持和实践指导。

本研究将围绕以下几个问题展开研究：

研究问题

(1) 当前高职院校市场营销专业顶岗实习管理存在哪些问题？(2) 如何构建有效的顶岗实习管理长效机制？(3) 长效机制的实施对于提高顶岗实习质量和促进学生全面发展有何影响？

02

市场营销专业顶岗实习现状分析





顶岗实习模式及特点



集中顶岗实习模式

学校统一安排学生进入合作企业进行实习，便于管理和监督。

分散顶岗实习模式

学生自主选择实习单位，灵活性强，但需要加强过程监控。

特点总结

顶岗实习是市场营销专业实践教学的重要环节，具有实践性强、与就业紧密结合等特点。

顶岗实习现状及问题



01

实习单位选择不当

部分学校或学生选择的实习单位与专业不对口，影响实习效果。

02

实习过程管理缺失

部分学校对实习过程缺乏有效的监督和管理，导致实习质量参差不齐。

03

学生权益保障不足

部分学生在实习过程中权益受到侵害，如工资拖欠、劳动时间过长等。



原因分析

1

学校对顶岗实习重视程度不够

部分学校对顶岗实习的重要性认识不足，缺乏有效的投入和管理。

2

企业参与积极性不高

由于缺乏政策激励和约束机制，部分企业不愿意接收实习生或不愿意提供优质的实习岗位。

3

学生自身因素

部分学生缺乏职业素养和职业规划，对实习态度不积极，影响实习效果。



03

长效机制构建的理论基础





长效机制的概念及内涵

● 稳定性

长效机制应具有相对稳定性，能够长期、持续地发挥作用。

● 规范性

长效机制应以制度、规章等形式明确下来，具有规范性。

● 动态性

随着环境和条件的变化，长效机制应能够进行动态调整。





长效机制构建的原则与目标

系统性原则

- 从系统角度出发，全面考虑顶岗实习管理的各个方面。

可持续性原则

- 确保机制的长期有效性和可持续性。



长效机制构建的原则与目标





长效机制构建的原则与目标

提高顶岗实习质量

通过构建长效机制，提高市场营销专业顶岗实习的教学质量。

加强学生职业素养培养

通过顶岗实习，培养学生的职业素养和实践能力。



促进校企合作

加强学校与企业之间的合作，实现资源共享和互利共赢。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/995124221313011242>