# 高职院校市场营销专业校外实训教学存在问题及对策分析

来源：网络 作者：寂静之音 更新时间：2025-03-05

*第一篇：高职院校市场营销专业校外实训教学存在问题及对策分析高职院校市场营销专业校外实训教学存在问题及对策分析杨海娜广东工贸职业技术学院工商系市场营销教研室【摘要】当前，我国大多数高职院校都非常重视市场营销专业的校外实训教学，且投入了一定的...*

**第一篇：高职院校市场营销专业校外实训教学存在问题及对策分析**

高职院校市场营销专业校外实训教学存在问题及对策分析

杨海娜

广东工贸职业技术学院工商系市场营销教研室

【摘要】当前，我国大多数高职院校都非常重视市场营销专业的校外实训教学，且投入了一定的人力物力，但现实中，实训效果却不尽如人意，存在诸多问题，本文旨在对市场营销专业校外实训教学存在的问题进行分析，且对相应的问题提出几点建设性意见。

【关键词】：高职院校

市场营销

校外实训

一、高职院校市场营销专业校外实训教学现状

（一）高职院校普遍支持市场营销专业校外实训教学。教育部20006年16号文件《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》中提出“把工学结合作为职业教育人才培养模式改革的重要切入点”，“积极推行订单培养，探索工学交替、任务驱动、项目导向、顶岗实习等有利于增强学生能力的教学模式；引导建立企业接受高等职业院校实习的制度，加强学生的生产实习和社会实践。”因此校外实训教学成为各大高职院校教学中不可缺少的重要环节。而市场营销又是一门具有较强的综合性、实践应用性的学科，“走出去”成为学生实践课堂教学理论，加强职业技能训练的关键步骤。据了解，当前，我国大多数职业技术学院市场营销专业都设置了校外实训教学环节，且投入了大量的人力物力。

（二）校外实训效果不尽人意。虽然高职院校普遍比较支持市场营销专业校外实训教学，但目前来看，校外实训教学的实践效果却差强人意，存在诸多问题；学生对校外实训教学的态度是“喜忧掺半”，一方面大多数学生非常期待校外实训，认为校外实训实属必要，另一方面他们对校外实训又很无奈，因为实训结果往往达不到学生的预期，经常是兴致勃勃而去，遗憾而归，因此校外实训教学成了“鸡肋”。

二、高职院校市场营销专业校外实训教学存在的问题

（一）校外实训基地建设存在诸多问题

1、校外实训单位不稳定。很多学校的校外实训基地每年都在不断变化，学校花了不少精力建设的实训单位往往一两次实训后就放弃与学校的合作。其原因有以下几方面：从企业来讲，有的企业业务繁忙时愿意接受学生实训，有的企业只有在业务空闲的时候才能够提供实习岗位，而企业的业务状况往往不太固定，我们的教学计划又不可能随企业的变化随时变动，因此，造成企业需要我们学生实训的时候，我们无法提供，我们需要实训时，企业又提供不了实训岗位，因此丧失了很多实训机会；从学校方面来看，有限的实训经费和实训管理人员，导致学校与企业的日常沟通联络不够，两者关系生疏，且实训时学校往往将大部分实训管理工作交付企业，加大了企业对实训学生的管理难度，实训结果差强人意，造成很多企业只愿跟学校“一次交易”。

2、校外实训单位单一，实训内容单调。市场营销专业校外实训内容一般包括销售管理技能实训、广告策划实训、推销能力实训、市场调查实训等等，这些实训内容要求学生能够真正进入公司相应的部门才能接触到相关内容的实战训练。但现实中，学生很难真正接触到相关内容的训练。一方面，学校很难保证每位学生都能够进入企业相关部门。实践中，职业院校校外实训单位的寻找一般采取两种方法：一种是学校帮助学生联系实习单位，一种是学生自己寻找。寻找实训单位时间短，而学生人数众多，能够一下子接受较多人员实训的一般只有餐饮业和大型超市，所以造成很多学生在三年的时间里多次到同一家单位实训，而实训的内容也相差无几。另一方面，企业基于商业机密考虑，不愿意让学生接触其核心部门有关的营销管理事务，认为接受学生实训是种负担，怕泄露商业秘密，所以，很多学生到实训岗位去接触不到本岗位的实质内容，只是给企业工作人员担任了打杂的角色。例如学生到餐饮业实习往往只能端盘子，到超市实训只能做促销员，根本进不了管理部门，接触不到实训内容。

（二）师资问题

我国的市场营销专业发展较晚，师资缺乏，而拥有企业经验，具有实践技能的“双师素质”教师就更为匮乏，很多教师的经历是从学校到学校，从学生到教师，更有一部分教师是从其他专业转到营销专业。没有实战经验的教师对于学生在实训中遇到的现实问题往往很难做出及时合理的解释和引导，因为好多问题是书本上找不到的，对于没有企业经验的教师来说，对于问题的认识比起学生来说没有更多的优势。

（三）实训管理不规范，缺乏科学的评价机制。实训管理不规范体现在以下几方面：一是学校方面，职业院校市场营销专业实训教学发展时间不长，具体的实训方法实训要求没有统一的标准，各学校一般都是自己制定实习指导书和实训方案，而制定过程中往往缺乏一定的规范性。很多学校的实训指导书内容不细致，缺乏一定的指导性和操作性，学生难以迅速进入实训角色，加上实训时间有限，导致实训结束学生才刚刚上手。二是对教师管理方面，校外实训对指导教师工作一般没有太严格详细的规定，大多数指导教师的工作仅仅是在实训期间到实训单位察看几次，每次察看也只是例行公事的“蜻蜓点水”，到实训结束时，象征性的根据学生的实习报告给学生的实训结果打分，然后交上一份工作总结，这样的实训指导根本起不到任何实质作用。三是对学生管理方面，很多学校的校外实训教学没有科学合理的评价方案，学校对实训教学的要求远没有对理论教学要求严格。很少有学生实训课不及格，更不会因实训课不及格而不能毕业。学生在实习单位表现如何？存在哪些问题？是否达到预期实训效果？这些问题没有得到足够的重视，实训结束后学生递交上来的经过企业考核的实训报告评价往往都很高，而且趋同一致，缺乏可信度，致使很多学生对实训采取应付态度，实训教学流于形式，失去了其应有的意义。

三、对策

（一）加强校外实训基地建设。

加强学校与企业的联系与沟通。建立了校外实训基地后，学校应关注学校与企业的联系，密切学校与企业之间的感情，以图实训基地的稳固和进一步发展。学校必须建立专业实训指导教师到企业定期检查制度，联络感情，并分担企业的精力；保证随时有学校专业教师或企业外聘指导人员指导实训，以解决实训中的问题，达到实训教学要求，保证实训质量。另外，学校应该加大实训基地的开发工作，不能图方便，集中于餐饮和超市等行业，加大力度，扩展实训单位范围，可以联系社会上一些较为知名企业，以项目为依托，例如广告策划实训教学，可以联系相应广告公司，将广告公司的业务项目作为学生的实训内容，把学生的作业与公司员工作品一起参与客户的评价。对于进入公司管理层实训的同学要加强职业道德和纪律教育，遵守公司规章制度，保守公司商业秘密，获得公司的信赖。

（二）加强市场营销专业“双师型”师资建设

对于解决高职院校市场营销专业“双师型”师资问题，部分学校采取的“两条腿走路”的办法值得借鉴。一是“送出去”，将现有专业教师送到企业直接参与企业经营管理活动，提高教师对实践的认识和操作能力，对于到企业培训的教师要给予政策上的支持，在保证发放基本工资的同时适当给予教师一定的补助。培训次数不定，每次的时间以半年到一年较为合适。同时鼓励教师考取“营销师”“高级营销师”证书。二是“请进来”，聘请企业的高、中层管理人员组成实践性教学指导委员会，在学生实习时，由校外指导教师全权负责实训指导工作，手把手进行“传、帮、带”，对于学生在实训中遇到的问题给予及时的解释和帮助。

（三）规范实训管理工作

规范实训管理工作可以从以下三方面着手：一是加强市场营销专业校外实训教学的研究工作，组织一定的人力物力针对本专业校外实训工作进行研究，制定科学合理的实训指导书和具有可操作性的实训方案。二是严格考核实训指导教师。可以采用学生问卷调查反馈评价、本系实践教学质量检查小组评价、学校实践教学检查组反馈评价相结合的方法对指导教师的实训教学质量进行量化考核。考核实行与教师的职称晋升、年终考核、超课量津贴奖励挂钩的办法，提高教师对实训指导工作的积极性和责任心。三是严格对实训学生的考核工作。科学的考核制度是保证实训质量的重要手段。学校应规范实训教学考核办法，首先要制定实训教学考核办法及实训成绩评定办法的教学文件。对于能够量化的项目尽量量化。学校加强与实训单位的联系，随时了解实训学生的实训表现，要求实训单位对每个学生的实训情况给与真实地反馈评价；严格学生校外实训纪律规范，对于不能遵守实训单位规章制度的给与相应的惩罚措施；学生最终的实训成绩鉴定不能仅凭一份实训总结定结果，要结合学生实训工作中的日常表现进行综合评定。每次实训工作结束后，要针对本次实训工作召开实训总结大会，详细分析实训过程中存在的问题、取得的成绩，并对实训教学中表现优良和表现较差的同学给与相应的奖惩，端正学生的实训态度。

参考文献

1、王妙：市场营销学实训．北京：高等教育出版社，2024年

2、周济：高等职业教育要把就业导向作为主要办学方向．职业技术教育，2024

3、袁振国：创新教育 素质教育的灵魂．文汇报，2024-6-15

4、吕一林，李蕾： 市场营销学．北京：中国人民大学出版社，2024

作者：杨海娜，女，（1977，8），硕士研究生，广州市广州大道北963号广东工贸职业技术学院工商系市场营销教研室教师

510600，研究方向——服务营销、推销实务等

联系电话\*\*\*

Email:wangqq1000@163.com

**第二篇：浅析当前市场营销专业实训教学存在的问题及对策**

浅析当前市场营销专业实训教学存在的问题及对策

时间：2024/12/3 11:08:00 来源：

论文关键词：市场营销专业实训教学问题对策

论文摘要：解决市场营销专业实训教学存在的问题，一要开发和优化实训体系，二要构建实训评价体系，三要注重实训形式多样化，四要发挥实训基地的作用。

实训教学是指学校按照人才的培养规律与培养目标，对学生进行专业学科职业技术技能训练的教学过程。高职实训教学，从实训场地上划分可分为校内实训和校外实训；从实训形式上划分可分为技能评定和岗位评定；从实训内容上划分可分为操作技能实训和心智技能实训。高职院校实训教学的目的是实现“工学结合”，既满足学生就业，又发挥了企业人才供给的桥梁作用。

一、实训教学存在的问题

1.实训教学定位不准

当前高职市场营销专业实训体系结构和分类，仍然沿袭着实验、实训、顶岗实习三个层次构成的“三段式”的学科式课程通用模式。这种模式的实训体系没有从企业对营销专业人才需求的职业能力要求出发，没有将实训体系培养目标与职业能力进行结合，这种缺乏以职业能力培养为目标的实训模式，与企业的实际需求相脱节。市场营销专业是实践性非常强的应用型专业，目标是培养适应企业所需要的复合型营销人才。这一目标决定了在高职教育体系中，只有优化实训教学项目，才能使营销专业学生具备较强的解决一线工作现场问题的能力，具备较强的岗位操作能力和综合职业能力。

2.实训内容与市场需求相脱节

目前，市场营销专业实训教学内容都是与相应的理论课程进行配套的，实训内容以理论课程为依托，而不是以市场和岗位的需求为依据，造成实训内容随意性比较大，导致理论课程与实训之间、不同实训项目之间内容上出现交叉重叠、衔接不当等问题。

3.实训教学形式单一

由于实训条件的限制，大多数市场营销实训项目在校内依靠现有教学资源完成，实训教学手段大多数使用案例讨论、角色扮演、情境模拟等方式，教学形式比较单一。

4.为应付上级要求，盲目签合同，校外实训基地没起到应用的作用

为了更好地满足市场需求，高职院校均积极建立和扩充自己的校外实习基地，与很多企业盲目签约，但从实际的运行结果来看，大多数校外实训基地在专业实训效果中作用不大。很多实训单位仅仅起参观作用，大多单位不让学生接触其核心部门和有关的管理事务，学生到实习岗位去接触不到本岗位的实质性工作。除此之外，实习基地提供实习内容的有限性也造成了实习难以达到预期的效果。

二、相应对策

1.科学定位市场营销专业的实训教学

高职市场营销专业培养的学生面临的主要工作岗位是基层营销岗位、中层营销岗位。企业对这类知识型人才的共同要求就是能运用专门的知识、技术、业务经验，向特定人群提供支持与服务；他们既要有专业知识和技能，又要有良好的交往能力，以便把专业的服务有效地提供给服务对象。市场营销专业职业能力包括职业通用能力、职业专门能力和职业综合能力等三种能力。

在广泛深入调研的基础上，我们将市场营销专业就业岗位分为产品销售、市场开发、客户服务三大岗位；梳理了三大岗位的胜任力，即“基本素质—通用胜任力—专业通用能力—专业拓展能力”，由此形成了由职业素质课程包、职业基础课程包、职业核心课程包、职业拓展课程包组成的课程体系；明确了毕业生的职业由“助理—经理—主管—总监”的清晰发展阶段，形成了“知识、能力、素质”一体

化的教学内容；明确了学生的认知能力发展阶段，由此形成了“模拟营销—数字化营销—真实营销”的教学方法与手段体系。

2实训内容要紧密结合市场需求

应根据“职业能力递进式”的市场营销专业实践课程体系构建的思路，结合高职市场营销专业的特色，通过岗位核心能力和工作过程的分析，以建设全真的工作过程为导向，设计实训教学的层次与体系，并结合工作岗位具体要求，开发基于行动导向和工作过程导向的实训体系。实训体系应从感性到理性、从简单到复杂、从单一到综合、从能力到素质递进构建，做到层次分明、目标明确、循序渐进。实训体系由四个层次组成。

第一层次为企业认知实训。通过基础技能课程学习和以沙盘大赛为依托的企业模拟项目训练，观察考察企业，全面了解企业系统运行的过程，使学生对市场营销岗位及设计的知识和技能有了感性的认识，为进一步的学习奠定基础。

第二层次为数字化营销实训+职业资格培训。通过核心能力课程学习和对客户关系管理软件、电子商务软件、营销渠道软件系统、电话营销系统等环节进行数字化营销实训，与企业真实项目对接，将职业资格培训与考核训练有机地融入到实训教学中。此层次的实训也符合市场营销专业注重培养学生的四大核心技能的目的。

第三层次为综合技能实训。在掌握核心技能的基础上，以学生将来的就业方向为目标，通过典型行业个性化可引导学生加大对典型行业企业的深度认知，训练学生对就业岗位的适应能力，突出特定行业岗位核心技能与职业素质的培养。

第四层次为定岗实训。突出综合素质与职业能力的培养，实现上岗就业零距离。

3.注重实训教学形式多样化

（1）学做一体

为贯彻工学结合思想，实现供需零距离对接，“学做一体”的教学模式体现了教学过程中的边干边学、按照职业岗位的工作过程及要求组织教学内容、以职业活动为导向、以真实的工作场景开展教学活动的特点；同时通过师生之间的边做边学搭建了一个互动的交流平台。该教学模式体现了教学过程的职业性、实践性和开放性的统一。

（2）案例教学

案例教学是一种以案例分析、专题讨论为主的实训教学模式。该模式主要通过对大量真实案例的分析来加强学生对理论知识的把握和运用，加强学生的感性认识，培养学生解决问题和分析问题的能力。这种模式是从归纳的角度进行学习的，学生在学习过程中扮演了更为积极主动的角色，从而能够高度集中地投入到事先安排好的一系列精巧设计的案例讨论中，从而达到较好的教学效果。

（3）顶岗实习

以顶岗操作、毕业实习为主导的实践教学模式。是指学生在第六学期转移到企业进行真实岗位的实习，目的是使学生掌握有关企业营销活动的程序和岗位职能，从中摸索市场营销的技巧，提高学生的操作能力。在积累了一定的理论知识和顶岗操作经验后，学生根据实习内容确定毕业设计题目，并在学校和企业指导教师的共同指导下完成毕业设计。这种模式依托企业，利用企业的资源和环境，具有零距离、深层次、契约化的特点。

（4）模块化实践教学

模块化教学模式要求首先根据就业岗位情况来确定其职业能力的基本要求，确定人才培养目标和教学目标；按照确定的目标对专业知识内容按照学生应掌握的技能情况进行相应的分解、系统性的整合，形成相应的能力模块，利用递进的模块内容组织和实施教学。这种教学模式能够很好地体现职业能力培养的目标，提高实践教学的效果。

4.加强实训教学的科学评价

要克服形式主义，建立一套科学、合理的实训评价体系。应该针对不同层次的实训项目构建不同的评价方式。例如，综合技能实训评价可以采用项目评价法，以完成一项企业真实项目任务来设置评价标准。同时，应合理构建以就业为导向的学生职业实践教学环节的综合评价体系，加强对教师实训教学效果的日常考核评价，构建学生参加社会实践活动的综合素质考评体系。

5.发挥实训基地的作用

要克服形式主义，切实安排好学生的实训，发挥实训基地的作用。加强实训基地建设，要为学生提供更好更实用的实训场地，也可结合专业特点，建立仿真模拟营销室等实训基地。

参考文献：

[1]李占军.“工学结合”的高职教育实训教学模式探索[J].职教论坛，2024（18）.[2]李万海，关振林，王建恒.高职院校实训基地的建设与实训教学[J].实验技术与管理，2024（3）.[3]董静洁.高职实践教学质量保障体系构建刍议[J].教育探索，2024（9）.原文来自：http:///SuCai/

**第三篇：浅析高职院校市场营销专业人才培养存在的问题和对策管理论文**

随着我国市场经济的不断健全和发展,社会对市场营销人才的需求已位列全国人才市场需求前三名。随着人才培养规模的扩大,从营销毕业生的就业情形来看,就业形势不容乐观,为适应市场需求,高职院校开设了市场营销这个热门专业。总结其原因,除了学校的扩招使毕业生数量不断增加之外,更重要的原因是目前大部分高职院校的市场营销专业毕业生的能力和素质不能很好地满足企业和社会的需要,因此分析市场营销专业人才培养存在的问题及原因已成为高职院校市场营销人才培养模式改革和创新的关键,也是进一步提高市场营销专业毕业生就业率的关键。

高职市场营销专业人才培养中存在的问题

目前大部分高职院校在对市场营销专业人才培养方案的制定上,都是照搬那些成功院校的培养模式,缺乏自己院校的专业特色,即使有也只是停留在文件上,没有具体落实。

1.1 市场营销课程内容体系相对滞后

高职院校都实行教学计划制度,每学期的课本都是提前预定好的,大部分都是几年前的课程版本,但是随着社会经济的发展,其相关内容就无法跟上时代的要求,很多新颖的内容,学生无法在课本上看到,只能靠老师在课堂上予以补充和完善,无法呈现系统、全面的介绍。

1.2 教学过程中“重理论、轻实践”不适应社会需求

随着经济的不断发展和市场竞争的日益激烈,企业对营销人才的选拨有了更高的标准,高学历已不再是衡量人才的主要标准,企业比以往更看重人才的综合素质和实践能力。但在目前的院校中依然是偏重理论教学,学生缺乏足够的实践技能培训,其实际操作能力比较弱。

1.3 缺乏具有实践经验的教师

当前我国高校与外界企业缺乏一定的沟通和交流,不太了解企业营销管理的现状及具体运作中存在的重点问题,市场营销专业的教师普遍缺乏营销实战经验,其所掌握的理论知识也不能与企业营销实践进行有效对接;没有充分的时间和精力投入到实践教学中,由于教学、科研等工作占据了绝大部分时间;有些教师虽具有实践经验,但也只是在企业兼职过,所学得的内容都不够全面、专业。因此,一定程度上影响了实践教学效果,从事实践教学的大部分都是职称不高或实践经验不足的教师。

1.4 课程设置上不够科学合理

高职教育的定位是“走产学结合的发展道路,以培养生产、建设、管理、服务第一线需要的高技能人才。”这种定位,对全面职业素质和综合职业能力的要求高于本科院校,更强调毕业生的实际工作能力和技能,很多高职院校在市场营销专业课程的设置上照搬或压缩本科院校的课程体系,缺乏一些信息化的课程,影响了对学生创新能力的培养。课程内容的更新落后于时代的发展,现在企业对营销人才的衡量更看重其实践能力,沟通能力和团队合作能力等综合素质,目前高职院校在这些方面的课程内容上比较欠缺,甚至是空白,严重忽略了对市场营销专业学生职业素质、团队协调能力等方面的培养。

1.5 教学方法、手段比较单调

教学方法和手段上主要仍延续传统的课堂讲授方式,另外还借助于多媒体设备,但是有更多的先进教学工具没有充分运用到实际教学过程中去。在具体教学过程中,主要还是教师讲授-学生听讲或是案例教学,情景模拟等常用的形式,没有及时进行教学方法的更新,无法使学生充分参与进来,不能更好地调动学生的积极性,教学效果往往不是很理想。

1.6 实习实训基地利用率低,实习单位落实比较困难

市场营销专业的实践教学需要校内有配套完备的实习实训基地,但是现阶段一些高职院校投入经费明显不足,现有的实训基地更多是为了应付上级的评估或检查,也有一些院校实习实训基地是一个大教室放置几十台电脑,而且大部分时间是闲置的,根本无法起到真正让学生利用的作用。

实习基地是弥补课堂实践教学和校内实践教学不足的重要实践教学载体,对培养学生综合能力有很重要的作用。但是目前许多企业不景气,考虑到成本因素,拒绝接受学生实习,实习单位落实困难,或者说把接收学生实习当成一种任务,不让学生接触重要部门及其有关的经营管理事务,以防泄露商业秘密。因此一些学生在实习过程中成了特定业务环节的临时打工者,不能够深入了解实习单位的实际运作情况,导致实习无法发挥其应有的作用。高职院校市场营销专业人才培养的对策

2.1 建立科学系统的市场营销课程体系

市场营销课程体系应包含市场营销实践能力的三个方面:专业能力、社会能力和技巧能力。所以课程应结合企业对营销专业人才的需求特点,来提高学生的营销实践能力。在市场营销专业的课程设置上应紧随经济发展的步伐,增加一些应用性强的课程。

2.2 学校政策上予以支持

学校政策的支持应加大对营销专业实践教学的经费投入。对于市场营销专业来说,可通过建立多个校内营销模拟实验室,教师经常组织学生进行营销模拟实验,提高实践教学在整个教学过程中的比例,给学生充足的实训机会,有利于培养学生们的实践能力。

2.3 提高教师的实践教学能力

要提高学生的实践能力,首先要提高任课教师的实践水平。可以选派一些理论扎实、业务水平高的教学骨干到企事业单位任职,具体从事经济管理活动。或者从企事业单位聘任既有丰富的实践经验,又有深厚的理论积淀的优秀管理人员来充实教师队伍。所以要改进人

才质量评价体系,既要注重教师的学历、职称,又要重视教师的实践能力。

2.4 加强校企合作,充分发挥校外实习基地的作用

对市场营销人才各方面能力的培养需要企业的支持,同时学校也可以为企业提供相应的智力支持,帮助企业提高决策实施效果,这是一种双赢。对于企业而言,可利用学校师生的专业知识,解决企业经营管理中的实际问题,节省了费用;对于学生而言,实习工作更具有针对性,避免了形式主义;对于学校而言,评价学生实习效果的标准会更客观。

2.5 运用多种现代化的教学方法,提高教学水平

高职教育教学方法要突出对学生职业能力和实践技能的培养,坚持理论教学为职业技能训练服务的原则,构建强化职业技能训练,重点培养和提高学生今后走上工作岗位所需要的专业技能和综合素质的实践型教学方法。教师可采用多媒体教学、演示教学、情景教学、实验室教学、图式教学、微机训练、讨论训练、课后作业、通过角色扮演、现场演示、情景模拟等手段,营造出真实的工作场景进行实训,让学生成为学习的主体,在真实的环境中动眼、动口、动手、动脑,在“做”中自主地学习,使学生能够对将来的职业生活有一个感性的认知和理解。

**第四篇：高职院校物流管理专业校外实训基地建设可行性分析**

高职院校物流管理专业校外实训基地建设可行性分析

摘 要：高职院校物流管理专业学生通过校内校外实习实训，实现课堂知识的真正转化，实现学生综合职业素养与技能的提高，因此校外实训基地建设可行性分析成了高职院校面临的新课题，本文对高职院校物流管理专业校外实训基地建设的可行性进行了简要的分析。

中国论文网 /4/view-12748593.htm

关键词：物流管理专业；学生；校外实训

实训基地是由多个实验实训室组成的，用于在校学生通过工学结合提高综合技能的场所。实训基地可以分为校

内和校外，校内主要是指学校内部的实训场所，校外则指通过校企合作模式建成设置在企业内部的供学生实习操作的场所。校内实训基地的局限性

1.1 空间场所有限 校内实训场所空间有限，因为要针对不同专业设置不同实训场所，所以学校可提供的实训场所无论在面积还是空间上都受到限制，因此所建立的实训场地也只能模拟真实物流企业的一部分，不可能把企业的全部照搬到学校里面。比如就托盘货架而言，校内实训场所只能提供几排或者几层，不能让学生充分意识到真实的物流企业托盘货架区是什么样子的。

1.2 实训资源不足 校内实训场所一般属于一次性建设，或者根据未来教学需求逐渐添置设施设备，就某种设施来说，校内实训基地建设期间，可能该种设施是最先进的，但是在后期就赶不上行业发展而进行更换，所以校内实训基地不可能像企业一样根据发展需要，随时购置新设施设备。

1.3 师资力量受限 学校指导学生实训的教师主要分成两部分，一部分是高校本专业毕业直接招聘到学校的，一部分是在企业有一定企业实践经验后重返校园的。而对于这两部分教师，都存在传授技能上面的不足。直接毕业参加工作的老师，理论技能比较强，在指导实训时也主要是按照书本上的理论进行教学，不能按照企业实际操作进行指导，而拥有企业实践经验的老师无疑是在技能上弥补了理论教师的不足，但是这部分老师在进入校园后与企业完全脱了节，对于新的事物及技能很难及时了解掌握，不能给学生进行及时的更新。校外实训基地建设的必要性

2.1 弥补校内实训场所不足 校外企业场地足够大，设施设备足够先进，单就从这一点看，就是校内实训基地不能比拟的。企业作业场所是根据不同业务需要建立的，如沃尔玛天津的作业中心就是平仓，方便普通商品进出库。联

想北京的基地是平仓与立体库相结合，并采用最先进的生产线设备及时的完成客户订单。这些都是学生在学校无法看到，感受到的。

2.2 提高学生综合技能 学生到企业实训基地进行现场参观、实际操作，会对自己所学的理论知识有感性认识，对具体业务操作会有真实的了解。通过企业实际操作，学生还会遇到具体问题，并就问题展开思考及寻找解决办法，而物流企业可以指导学生业务操作的人员全部来自企业一线，拥有真实具体且现代的实际操作经验，完全可以把现实的业务技能传授给学生，让学生在毕业后进入工作岗位可以做到无缝连接。与此同时企业的指导教师也具备该行业的素养，这也是我们学生在学校内无法学到的。

2.3 提供学生就业机会 现在流行一句话就是毕业即失业，从刚刚过去的长春毕业生专场招聘会的火爆场面，我们不难了解，对于新晋毕业生就业的压

力有多大。刚刚走出校园的学生想找到一份满意的工作，除自身的较高素质和专业技能外，在校期间的校外实习实训基地也为学生就业提供了平台。比如某个学生在企业实习实训期间得到企业的一致认可，那么他在毕业后可能会收到企业的邀请加入。这总比拿着简历在企业的质疑声中不停的宣传自己要容易的多，而通过校外企业实习实训，学生也可以接触到更多行业人士，这为学生将来进入该行业提供更多的资讯。校外实训基地建设存在的问题

3.1 实训基地难开发 对于校外实训基地的开发建设是一个长期系统的过程。首先，是否有合适的物流企业愿意接受学生到企业实习实训。我们在选择校外实训基地时一定是经过筛选并且适合学生实习实训的，而就这类企业而言一般是规模大，业务强的行业领头企业，那么存在的问题就是这类企业是否愿意在作业期间让学生参观，甚至让学生了解企业的业务操作呢？其次，校外实训

基地建设是否需要学校投入。如果企业本着校企合作的意愿与学校合作，那么可能就会要求在为学生提供实习实训的同时，要求学校要有必要的投入，那么就这种状况就很难达成合作意识。最后，校外实训企业提供的业务实训能否同校内学习进度相匹配呢？

3.2 学生不易于管理 我们现在的物流管理专业学生一般几十人动辄上百人，我们能否实现把上百人拉倒企业实习实训呢，很显然这是个非常棘手的问题。学生在学校期间是很好控制的，但是一旦进入企业，很可能状况百出。比如学生还不太习惯突然间跑出来这么多叉车，并且这些叉车在快速移动着，而我们对于学生首先需要做到的就是安全，然后才是其他。

3.3 谁来为学生校外实训提供便利条件 学生如何到校外企业实训，是像企业工人一样早八晚五还是像住宿工人一样常住企业。如果早八晚五，学生要怎么去，学校出车？企业出车？学生自

行出门？如果常住企业，企业是否有足够的寝室？学生的伙食要怎么办？这又是一道难题摆在我们的面前。校外实训基地建设存在问题的解决办法

就上诉存在问题的解决办法，无外乎就是学校，企业，学生共同承担校外实训成本。学校应该为学生校外实训提供便利的出行条件及必要的成本输出，比如为学生提供班车或者为学生实训期间购买保险等。而就企业而言，企业可以选择在企业业务繁忙时接纳学生实习实训，这样一方面学生可以触摸到业务，另一方面企业也缓解了企业业务高峰时期的压力，如京东商城，可以选择在促销时接纳学生实训，而对于这类电子商务平台其促销时段基本是每年的固定时期，这样专业在设置课程时也可以根据行业需要，在合适的时间段让学生外出实习实训。那么对于核心的学生应该做哪些呢，学生应该在学校时就充分接受理论知识的培养，然后学校在学生到校

外企业实习实训前做好动员准备。综上所述，高职院校物流管理专业校外实训基地建设是可行的且必行的。只有真正的校外实训才能实现学生真正意义上的工学结合，综合技能的提高，但依然如本文所述，在这个过程中需要全方位的考量及多方面的付出才能得以实现。

**第五篇：高职院校物流管理专业校外实训基地建设可行性分析**

高职院校物流管理专业校外实训基地建设可行性分析

摘 要：高职院校物流管理专业学生通过校内校外实习实训，实现课堂知识的真正转化，实现学生综合职业素养与技能的提高，因此校外实训基地建设可行性分析成了高职院校面临的新课题，本文对高职院校物流管理专业校外实训基地建设的可行性进行了简要的分析。

关键词：物流管理专业；学生；校外实训

实训基地是由多个实验实训室组成的，用于在校学生通过工学结合提高综合技能的场所。实训基地可以分为校内和校外，校内主要是指学校内部的实训场所，校外则指通过校企合作模式建成设置在企业内部的供学生实习操作的场所。校内实训基地的局限性

1.1 空间场所有限 校内实训场所空间有限，因为要针对不同专业设置不同实训场所，所以学校可提供的实训场所无论在面积还是空间上都受到限制，因此所建立的实训场地也只能模拟真实物流企业的一部分，不可能把企业的全部照搬到学校里面。比如就托盘货架而言，校内实训场所只能提供几排或者几层，不能让学生充分意识到真实的物流企业托盘货架区是什么样子的。

1.2 实训资源不足 校内实训场所一般属于一次性建设，或者根据未来教学需求逐渐添置设施设备，就某种设施来说，校内实训基地建设期间，可能该种设施是最先进的，但是在后期就赶不上行业发展而进行更换，所以校内实训基地不可能像企业一样根据发展需要，随时购置新设施设备。

1.3 师资力量受限 学校指导学生实训的教师主要分成两部分，一部分是高校本专业毕业直接招聘到学校的，一部分是在企业有一定企业实践经验后重返校园的。而对于这两部分教师，都存在传授技能上面的不足。直接毕业参加工作的老师，理论技能比较强，在指导实训时也主要是按照书本上的理论进行教学，不能按照企业实际操作进行指导，而拥有企业实践经验的老师无疑是在技能上弥补了理论教师的不足，但是这部分老师在进入校园后与企业完全脱了节，对于新的事物及技能很难及时了解掌握，不能给学生进行及时的更新。校外实训基地建设的必要性

2.1 弥补校内实训场所不足 校外企业场地足够大，设施设备足够先进，单就从这一点看，就是校内实训基地不能比拟的。企业作业场所是根据不同业务需要建立的，如沃尔玛天津的作业中心就是平仓，方便普通商品进出库。联想北京的基地是平仓与立体库相结合，并采用最先进的生产线设备及时的完成客户订单。这些都是学生在学校无法看到，感受到的。

2.2 提高学生综合技能 学生到企业实训基地进行现场参观、实际操作，会对自己所学的理论知识有感性认识，对具体业务操作会有真实的了解。通过企业实际操作，学生还会遇到具体问题，并就问题展开思考及寻找解决办法，而物流企业可以指导学生业务操作的人员全部来自企业一线，拥有真实具体且现代的实际操作经验，完全可以把现实的业务技能传授给学生，让学生在毕业后进入工作岗位可以做到无缝连接。与此同时企业的指导教师也具备该行业的素养，这也是我们学生在学校内无法学到的。

2.3 提供学生就业机会 现在流行一句话就是毕业即失业，从刚刚过去的长春毕业生专场招聘会的火爆场面，我们不难了解，对于新晋毕业生就业的压力有多大。刚刚走出校园的学生想找到一份满意的工作，除自身的较高素质和专业技能外，在校期间的校外实习实训基地也为学生就业提供了平台。比如某个学生在企业实习实训期间得到企业的一致认可，那么他在毕业后可能会收到企业的邀请加入。这总比拿着简历在企业的质疑声中不停的宣传自己要容易的多，而通过校外企业实习实训，学生也可以接触到更多行业人士，这为学生将来进入该行业提供更多的资讯。校外实训基地建设存在的问题

3.1 实训基地难开发 对于校外实训基地的开发建设是一个长期系统的过程。首先，是否有合适的物流企业愿意接受学生到企业实习实训。我们在选择校外实训基地时一定是经过筛选并且适合学生实习实训的，而就这类企业而言一般是规模大，业务强的行业领头企业，那么存在的问题就是这类企业是否愿意在作业期间让学生参观，甚至让学生了解企业的业务操作呢？其次，校外实训基地建设是否需要学校投入。如果企业本着校企合作的意愿与学校合作，那么可能就会要求在为学生提供实习实训的同时，要求学校要有必要的投入，那么就这种状况就很难达成合作意识。最后，校外实训企业提供的业务实训能否同校内学习进度相匹配呢？

3.2 学生不易于管理 我们现在的物流管理专业学生一般几十人动辄上百人，我们能否实现把上百人拉倒企业实习实训呢，很显然这是个非常棘手的问题。学生在学校期间是很好控制的，但是一旦进入企业，很可能状况百出。比如学生还不太习惯突然间跑出来这么多叉车，并且这些叉车在快速移动着，而我们对于学生首先需要做到的就是安全，然后才是其他。

3.3 谁来为学生校外实训提供便利条件 学生如何到校外企业实训，是像企业工人一样早八晚五还是像住宿工人一样常住企业。如果早八晚五，学生要怎么去，学校出车？企业出车？学生自行出门？如果常住企业，企业是否有足够的寝室？学生的伙食要怎么办？这又是一道难题摆在我们的面前。校外实训基地建设存在问题的解决办法

就上诉存在问题的解决办法，无外乎就是学校，企业，学生共同承担校外实训成本。学校应该为学生校外实训提供便利的出行条件及必要的成本输出，比如为学生提供班车或者为学生实训期间购买保险等。而就企业而言，企业可以选择在企业业务繁忙时接纳学生实习实训，这样一方面学生可以触摸到业务，另一方面企业也缓解了企业业务高峰时期的压力，如京东商城，可以选择在促销时接纳学生实训，而对于这类电子商务平台其促销时段基本是每年的固定时期，这样专业在设置课程时也可以根据行业需要，在合适的时间段让学生外出实习实训。那么对于核心的学生应该做哪些呢，学生应该在学校时就充分接受理论知识的培养，然后学校在学生到校外企业实习实训前做好动员准备。综上所述，高职院校物流管理专业校外实训基地建设是可行的且必行的。只有真正的校外实训才能实现学生真正意义上的工学结合，综合技能的提高，但依然如本文所述，在这个过程中需要全方位的考量及多方面的付出才能得以实现。

参考文献：

[1]马华菊.高职校外实习实训基地建设及其存在问题的思考[J].2024.12.050

[2]杨丽.关于物流专业实训基地建设的思考[J].中国职业技术教育，2024（03）：53-54.作者简介：张冰华（1980一），女，满族，辽宁人，辽宁省交通高等专科学校教师，研究方向：物流管理。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！