



## 研究目标和拟解决的问题

### 一、研究目标

在“大思政”的格局下，更好地了解市场需求，调整专业设置和教学内容，提高人才培养的针对性和实用性。结合市场营销专业群建设要求，明确“五金”新基建的精髓要义与核心标准，强化专业建设，深化教育教学改革，协同打造“金专”，培育“金师”，上好“金课”，建强“金地”，编好“金教材”。

### 二、拟解决的问题

#### (1) 专业设置不符合社会需求

有的职业院校不以就业为导向设置专业，而是以招生好不好作为专业设置的依据，虽然有的专业招生好，但培养的人才不是经济社会急需、急缺的技术技能人才，导致就业形式严峻。

#### (2) 课程设置跟不上产业发展

职业院校的课程设置主要是围绕人才培养方案来制定，虽然国家在专业介绍中有课程设置，但有些职业院校没有对区域经济产业进行充分调研，反而以专业教师的能任课程来制定人才培养方案和设置课程，而且理论课课时比例过高，实践类课程课时比重偏低，“重理论、轻实践”的问题存在。

#### (3) 教师解决不了企业实际问题

一些专业教师是结束学生生涯之后直接来学校任职上课，理论强，但缺乏参与企业技术改造和项目研发经验，不熟悉企业生产设备使用现状和技术应用推广程度，对企业遇到的设备升级和技术改进问题束手无策。

#### (4) 实践基地满足不了实践教学需求

有些学校在实践教学上的投入少，校企合作深度不够，虽然课程标准里设定有实践环节，但校内实践教学场所建设不够，校外开发的企业生产性实践基地少，满足不了人才培养过程中实践教学的需求，实践教学流于形式或者有名无实。



(5) 教材内容不适应企业岗位要求

职业院校专业课教学过程中，专业理论知识可能跟不上产业技术的更新速度。有些教师为了便于教学，在实际授课过程中一直使用老版本的教材或者偏重老方法的教材，还存在选用新教材却脱离教材而使用老方法讲授的情况，学生学到的不是新知识和新方法。教材内容没有对接企业工作岗位的知识要求。