

关于中职校会展专业营销策划 工作室建设的思考

——以曹杨职校会展专业为例

盛 蔚

【摘 要】：中职校会展专业办学在后世博的上海面临困境，学校为摆脱困境，决定在会展专业成立工作室，会展营销策划工作室就是其中之一。本文从会展营销策划工作室成立的重要性开始阐述，着重分析会展营销策划工作室建构，最后提出其面临的困境并提出一定的解决途径。

【关键词】：会展营销策划；工作室；建设

“2014 国际会展业 CEO 上海专题研讨会”上发布的调研报告称，由于中国(上海)自贸试验区设立，以及位于上海虹桥商务区的中国博览会综合体今年 9 月开始试运营所带来的机遇，全球会展业纷纷将上海作为未来拓展业务的城市。

上海市会展业促进中心历时近 1 个月，对全球近 80 位会展业界 CEO 进行了问卷调研。结果显示，接受访问的境外 CEO 中，75%选择上海作为未来拓展业务的城市。在被问到发展业务中最关心哪个问题时，83%的受访者将会展人才选择放于第二位。

然而上海市会展协会负责人在“2014 会展专业人才培养论坛”抱怨：企业要招聘会展策划人才却连续几年难以如愿，甚至连能够完整写出一套展会方案的学生都很难找到。

而一家会展公司负责也说：我们到几乎所有的学校去招生，发现不管是在会展策划与管理还是会展经济与管理专业，学校的培养都让人很无语——有应聘的学生来了以后连文案也写不好。

会展专业从 2001 年开始在高校出现,至今已有 10 多年历史,却依然难以培养出适合市场需求的人才,“专业不职业”“职业不专业”仍是会展业普遍现象,这不得不引起我们深思。

作为上海市第一所开办会展专业的中职校,我们在办学过程中依然面临诸多困境:专业定位不清;课程设置与市场脱节;学生技能训练理论化……如何突破专业发展的瓶颈,为会展行业培养所需的初级和中级会展专业人才,成为学校发展的重要命题。2014 年《中职会展专业工作室项目教学实践研究》被立项为普陀区一般课题,本课题组希望通过工作室项目教学实践来培养学生,解决新时代新经济下中职会展专业人才模式和教学改革中存在的问题。如何建构会展专业工作室成为课题组核心问题。本文以会展营销策划工作室的建构为例对这一问题进行详细阐述。

一、会展营销策划工作室成立的重要性

(一) 会展营销策划专业方向课程设置的补充

我校作为上海市最早开设会展专业的学校,学校在 2011 年对会展行业人才需求进行调研并论证的基础上,将“会展服务与管理”专业拆分为 2 个专业方向,“会展营销与策划”为其中一个专业方向,其面临的工作岗位群可以是:网络推广员、前台文员、招商人员、展会销售、展览助理、展会业务专员、会展文案策划等。对于“会展营销与策划”专业方向教学计划来说,其课程设置要突出“营销”与“策划”两点,然而因学生原因与学校现况,仍然有大量会展服务课程存在,大量的挤压了“营销”与“策划”类课程课时。那么如何使专业方向与教学计划真正名副其实呢?会展营销策划工作室是一有力途径,通过工作室运行,对专业知识进行必要补充。

(二) 会展营销策划专业方向培养目标的实现

温家宝总理在全国职业教育工作会议上强调,要大力发展中国特色的职业教育,要着力培养适应社会发展需要的高技能人才和高素质劳动者。作为专才教育的中等职业教育更是强调专业性,其培养目标为动手能力强、具有一定的职业技能的劳动者。在实际学校教学中,因种种原因这一培养目标未能有效实现。

笔者认为会展营销策划专业方向培养目标的实现途径就是让受教育者掌握

会展营销策划这一职业岗位或岗位群的基本知识和技术。而这些知识和技术都是与具体的工作岗位和工作情境紧密相连的。会展营销策划工作室按照与工作过程一致性的要求来组织教学,可以保证实践教学同步于企业、职业技能适配于企业,最终与培训目标相一致,实现校企合作、互惠互利的良性互动。

(三) 学生自身职业发展的需要

众所周知,中等职业学校的教育对象,即中职校学生大多对普通教育感到不适应。学校对 08、09、10 会展专业学生的技能习得情况进行调研,发现 90.5% 学生不清楚今后要从事会展领域何种岗位,对于调查表所罗列的会展专业学生应具备的技能,100% 学生均表示愿意去学习并掌握,但 85.7% 的学生均认为在学校目前的实际教学过程中,并未习得这些技能,只知晓一些简单的会展理论知识。99.3% 的学生认为现在所学的知识没有针对性,对未来缺乏信心。会展营销策划工作室将通过努力营造真实的会展职业环境,具体项目的实施,培养学生学习兴趣,在巩固所学的理论知识同时增强实际动手能力,使学生学有所获、学有所用,学有所只,实现会展用人单位和会展专业学生“零磨合”,并最终恢复信心并走向职业成功的必然选择。

二、工作室缘起

“工作室”一般是指由一个人或几个人建立的组织,形式多种多样,大部分具有公司模式的雏形,与原有的经济形态相比,它自由、轻松、无时无刻不体现自己的个性,在有形的空间里更显得游刃有余。

“工作室”形式用于教学渊源可追溯 20 世纪初德国著名的包豪斯设计学院(Bauhaus),其实行工作室教学和形式教学相结合的双轨制模式。工作室导师主要是由熟练的手工艺人担任,主要负责手工技巧和技术知识,而形式导师主要是当时欧洲的现代派画家,培养学生分析问题的能力和设计方面的理论指导,这是最早的工作室教学形式。

“工作室”形式用于教学在我国最早发端于艺术院校或普通高校艺术院系,往往按照不同专业方向组成若干既有区别又互相联系的工作室,以各工作室为基本架构,形成一个基于工作室的教学体系;各工作室既有独立的研究方向,又注重学科之间的相互渗透,具有融合性、开放性、互动性、可选择性等特征。

三、会展营销策划工作室的界定

我校的会展营销策划工作室以会展专业为试点,以会展行业需求、职业能力为导向,在专业教师主导下,以营销策划为方向,创设公司环境,自主招聘工作室学生,以项目教学为手段,在完成项目的同时整合各学科知识,多元评价学生学习成果。它打破了传统的教学模式,将知识性、趣味性、实战性作为教学的首要标准。它既是教学研究和探索的过程,也是对常规教学的引申和延续。通过工作室运行,提高教师的专业实践技能,培养学生的创作实践能力,提高学生专业综合能力,从而实现学生在校学习与行业岗位需求的“零接轨”。

四、中职校会展营销策划工作室的构建

(一) 会展营销策划专业方向岗位群职业能力分析

上海市二期课改的精神就是要全体教师树立能力本位的教学观念,突出实践在课程中的主体地位,用工作任务来引领理论,使理论从属于实践。能力本位指以满足职业岗位群要求为主要目的,以全面分析职业角色活动为出发点,以提供行业和社会对培养对象履行岗位职责所需要的能力为落脚点,强调学生在学习过程中的主体地位,其核心是如何使学生具备从事某一职业所必需的实践能力。建设会展营销策划工作室的首要任务就是分析会展营销策划专业方向岗位群职业能力,为工作室的开展与运行指明方向(表一)。

(二) 会展营销策划工作室的目标

在对此专业方向岗位群职业能力分析的基础上,会展营销策划工作室根据工作室特性确立如下培养目标:

总体目标:通过营销策划工作室的运作,使学生能较好的掌握与会展营销策划相关的专业知识,并在此基础上拓宽专业视角;同时培养学生的团队合作意识,提升其职业意识及职业责任,成为可持续发展的会展应用型人才。

专业成长与专业发展目标:

- 1、学会销售技巧,能成功销售
- 2、通过谈判案例分析,掌握谈判技巧
- 3、通过市场调研,进行市场预测

4、分析主题，利用各搜索引擎收集相关资料

表 1 会展营销策划专业方向岗位群职业能力分析表

岗位群	工作领域	工作任务	职业能力
前台文员	对会议、展览、节事活动、场馆租赁、奖励旅游、会展传播等项目进行管理 与运营	1.负责接待来访客人; 2.负责转接公司电话; 3.负责公司传真、邮件、报刊、信函的接收发送; 4.负责整理业务数据及其他行政事务。	基本能力: 具有强烈的服务意识 具有强烈的责任心 具有团队合作意识 思维敏捷、创意出色、文笔流畅、分析能力强 能与客户交流与沟通, 了解会展实施流程 熟悉会展现场环境 能辨别会展各种材质 了解会展搭建常识 专业能力: 能用会展英语会话 熟知电子商务运用技巧 熟知会展各类文案的写作格式 了解客户的需求,帮助他们完成展品展览策划 能根据会展项目特色进行市场调研 能对会展的立项、招商、预算和运营管理等方案进行策划 能销售会展项目 能对会展现场运营进行管理
网络推广员		网络推广	
招商人员		负责展会前期招商招展工作,现场服务及会后的客户维护和发展	
展会销售		1.收集详细、准确的客户资料,作好客户的筛选、跟进工作; 2.通过网络、电话、传真等方式对所负责的展会进行市场推广、招展工作	
展览助理		1.负责展会的推广和招商	
展会业务专员		2.与参展企业沟通参展相关事宜 3.供应商的开发和维护 4.整理工作文案,合同票据	
会展文案策划等		1.负责项目方案的策划; 2.有独立策划大型会议的能力;	

5、根据主题分析资料，会用文档中“批注”功能表达自己观点

6、分析各类营销策划方案，寻找其创新点

7、学会会展事务性文书的书写格式

8、根据主题，策划方案

9、学习与营销相关的法律性文件

10、同工作室成员合作学习

（三）会展营销策划工作室特征

1、双向选择。

工作室以会展专业学生为对象,采用企业人才应聘模式,从双向选择开始(图 1), 招聘学生,充分尊重学生的自主选择权。如果学生在整个学习过程中感觉不适应,完全可以退出现工作室并继续应聘其他工作室,以最终找到合适自己的工作室,确定自己学习兴趣并达到提前确定职业方向的作用。

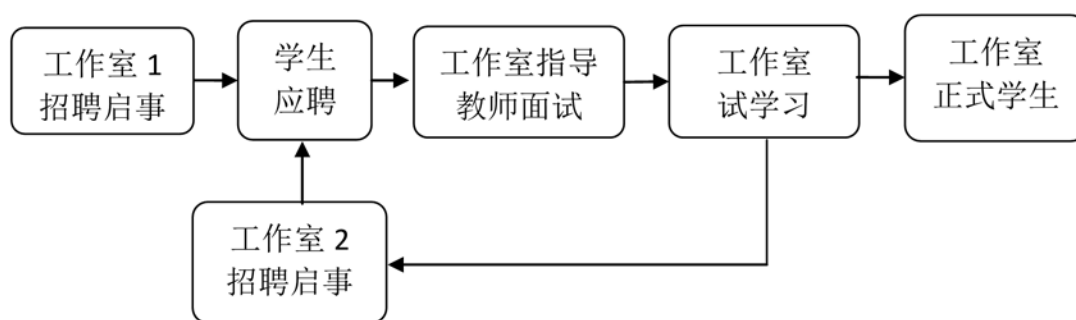


图 1 工作室招聘环节图

2、自由开放。

工作室教学地点为会展实训中心多媒体实训室,没有教室的压抑,基本符合企业环境。在这种“教室”里,学生可以自由想象,自由自在、自我教育,从而把教学内容与实践进行自由地探索,总结适合自身特点的内容。这突破了传统教室的封闭,延伸了课堂的概念。

3、项目教学。

工作室教学符合建构主义理论,以项目教学为主,以知识的实用性、连贯性、针对性为主,突破学科体系。老师在整个过程中仅仅是指导性的作用,更多注重学生个性能力的发挥。整个项目教学过程是一种探讨、交流与对话的过程。教师变成了以学生为主的、合作的、探索性的帮助者角色。

4、跨专业方向合作教学。

淡化“专业方向”的概念,注重综合实践能力和团队合作能力的需求。如在对“XXX 单位形象设计”的项目进行过程中,需要进行 VIS 设计,这就需要进行“会展设计工作室”合作,工作室学生通过合作学习,共同完成项目,并在此过程中

学习如何协调各部分的合作，学会组织项目进展中不同阶段的管理等。

5、加快学生就业适应能力。

以工作室为平台，学生可以直接参与社会企业的生产，实现在校融入社会，在毕业后，就可以达到无缝隙衔接。

（四）会展营销策划工作室课程设置

工作室课程设置采用项目制。项目即课程，项目的设置是整个工作室教学的灵魂，是维系学生、专业、技能的纽带。指导教师在职业能力分析的基础上结合工作室目标，确立如下项目（表 2）：

表 2 工作室项目设置表

项目名称	项目知识点	岗位群
现场交易会	销售沟通的基本要素 成功销售的必备心态 成功销售的沟通技巧 掌握客户的购买心理 接近客户 应对不同类型的客户 介绍产品与报价 成交、收取货款和售后服务 迎宾知识	销售、收银、理货、 现场管理、礼仪等
曹杨职校会展专业优秀毕业生跟踪调研	市场调研方法 市场调研方案设计 市场调研问卷设计 市场调研资料整理与分析 沟通技巧	助理、客服、销售、 文员等
商贸会展专业部形象设计	CIS 构成及基本流程 策划 CIS 导入方案 MIS 定位与应用 BIS 传播与推广 VIS 设计	设计师，销售、广 告、礼仪、文员等
.....		

（五）工作室的教学方法

在建构工作室之前，指导老师对会展专业学生学习状态进行调研，发现学生学习兴趣的维持与老师教学方法有很大关系（图二），同学明显喜欢教师采用项

目教学,其中任务引领与实际操作基本相同。对于专业理论课,这无疑是好消息。

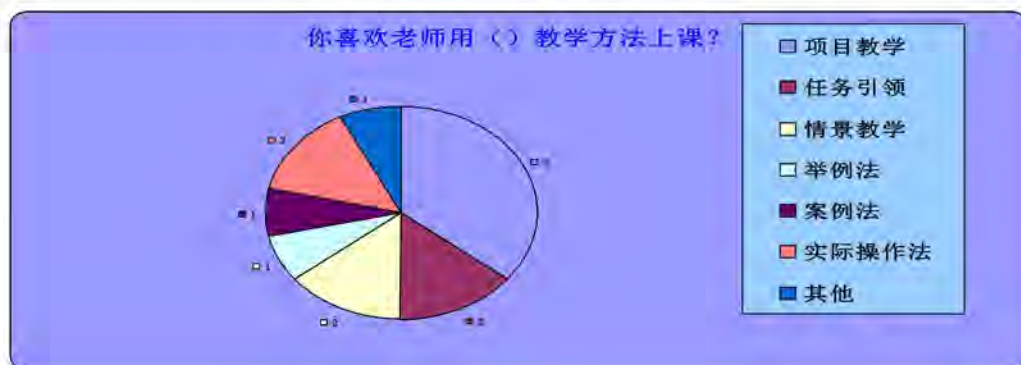


图2 会展专业学生学习兴趣调研分析图之一

伯恩纳和弗劳尔斯认为:不同的教学方法适合于不同的教学目标。职业教育的培养目标是技能型和应用型人才,项目教学法正好适合职业教育的人才培养要求,能对职业教育教学和人才培养带来积极影响,这与上海二期课改理念基本吻合。

工作室采用项目教学方法进行教学。项目教学是指师生通过共同实施一个完整的项目而进行的教学实践活动,是以工作任务为依托组织教学内容,以学生为主体开展教学活动,以多样化的解决任务的策略展示学习成果,是一种按照市场、行业、企业的要求,有针对性地进行专业技能教学,从而更具体、更实际、更适合企业人才规格要求的一种教学模式。

会展营销策划工作室建设以来,在学校、专业部支持下,在指导老师精心策划下,完成了第一阶段主题为“实战提升能力 营销点亮青春”的“现场交易会”项目(图3)。学生以饱满的热情投入到项目方案的计划、实施与总结过程中。“现场交易会”项目,在创设的职场工作情境中,学生根据实施计划,自己进商品,自己定价,自己销售(虽然销售对象是教师),不仅体验了真实版的销售情景,而且在整个过程中感受到了自己的职业价值。其中有学生在总结时说道:“在学习中不知不觉提高了自己的专业知识,也提高了一定的实践能力。在这一次的实战活动中学到了很多,我们一起讨论一起想问题解决问题,团队精神大大提高。通过一学期的学习我对于营销的相关职业也有一些了解,对于自己的就业方向也有了确认,让自己更看清楚人生道路的方向”。

作为销售对象的教师也在活动后,感慨“我们的学生迫切需要这样的实战活动演练啊”。确实,工作室采用项目教学突破了传统教学的虚拟教学情境,充分

体现了学与做的结合，又一次证明知识与技能的获取，是通过“做中学”的方式在完成工作任务中形成的。



活动主题	实战提升能力，营销点亮青春。
活动地点	上海市曹杨职校会唔阁。
活动时间	12 月 28 日。
活动形式	现场销售体验。
活动对象	上海市曹杨职校老师。
主办单位	上海市曹杨职校商会展专业部。
承办单位	上海市曹杨职校营销策划工作室。
策划小组	指导老师：盛蔚。
	学生：蔡强、王雪莲、李慧、张晓明。

图 3 现场交易会

（六）工作室的教学评价

工作室教学模式教学评价的方式是集教师评价、客户评价、学生互评与自评、社会评价于一体的综合评价，采取过程性与发展性评价，摒弃终结性评价。既有对专业技能的考核，也有对创新思维与工作态度的考量。以“学生档案袋”的形式实现综合评价。每个学生都有自己的学习档案袋。学生档案袋中包括以下内容：

- 与项目有关的资料
- 项目任务书
- 项目计划
- 所收集的与项目有关的资料
- 调查表及其分析资料
- 最后的项目成果及演示说明
- 评价量规
- 思路总结与技巧总结方面的资料
- 项目开展进度记录
- 项目完成过程中遇到的问题及解决的方法记录
- 在项目的完成过程中，新学到的知识、新掌握的技能、新的想法、新的体会记录
- 项目完成的效果记录
- 对项目成果的自评、组评与师评
- 其他资料

- 小组成员资料
- 项目完成过程中班级活动的出席率
- 综合评价侧重于让学生学会表达方案策划思路，感受和体验项目实施过程，总结项目实施成果与瑕疵，了解客户乃至市场的选择取向。

（七）工作室的教学管理

工作室采取公司管理模式。指导教师全权负责工作室的教学组织与日常管理，专业部进行协调，并作为学校的选修课程记学分。工作室有自己的规章制度，包括学生的考勤、岗位职责和绩效考核等。会展营销策划工作室，突出工作室营销特质，树立自己的品牌，拥有自己的理念与口号，每个学生都有自己的工作格言。如工作室理念为“从信任到默契，以协作求卓越”，口号为“没有完美的个人，只有完美的团队”。学生在项目实施的过程中领会工作室理念，实践工作格言。工作室利用网络，创立会展营销策划工作室 QQ 群，为跨年级学员共同学习提供方便。

（八）中职会展营销策划工作室运行效果

1、会展营销策划工作室的建设对于会展专业学生培养是一种比较有效的方法，它突破了传统的教学模式，通过项目教学，使学生每个人都参与到项目的开发、设计与实施与总结中。项目每推进一步，都能体会到成功的喜悦与个人价值的实现，学生学习的主动性明显高涨。而且在完成一个全新项目时学生必须综合运用所学的理论与技能，深入分析讨论、设计比较，并合理分工协作，最终才能顺利完成项目，这一过程极大地提高了学生对专业理论知识与技能的综合运用能力。如：“现场交易会”策划方案，在经历三次修改后，指导老师认为可行时，同学们欢呼雀跃，这种喜悦发自内心。

2、在工作室运行过程中教师走下讲台，带领学生共同完成项目，不再照本宣科地进行理论讲授，而是与学生共同分析、共同探讨、共同设计、共同完成一个个项目。在此过程中，教师与学生可以随时沟通交流，实现了教师与学生，教学与学习的充分互动，教学效果更好，师生关系大大改善。

3、在工作室项目教学过程中，教师只是引导者，学生要充分开动脑筋，设计实现一个项目尽可能多的方案，寻找解决一个难题尽可能多的方法，预测可能会出现的可能多的问题，这极大地锻炼了学生的创新思维，也培养了其创

新意识与创新能力。比如,“现场交易会”项目之前,同学们设想了各种突发事件,信心满满。可是谁也没有想到,当天,居然有一位销售员生病无法出席,同学们霎时闷了。幸好其中一位同学想到了补救措施,使销售会得以顺利进行。这种意外的出现,极大的考验了同学们的应变能力。同时,在教学过程中,学生接触了各种模拟或真实的项目,经历了各种岗位,掌握了各种技能,感受了工作氛围,也了解了公司运营的整个过程,也遇到过种种困境,这为学生们踏上社会积累了丰厚的知识,这是通过书本或短期实习难以获得的宝贵财富。

4、工作室教学是在各种真实项目与岗位中教给学生知识与技能,学生接触到的不仅仅是岗位专业技能,还有工作态度、团队协作、工作压力处理、人际交往和环境适应等。如:“现场交易会”中几百种商品全部由一位同学利用自行车运送,这位同学任劳任怨,这种精神在当今拈轻怕重的学生中尤为可贵,为其他同学树立了榜样,并获得其他同学的尊敬。通过这种真枪实弹的工作与学习,学生不但掌握了各种岗位专业技能,还养成了良好的职业道德、人格品质和团队合作意识,具备了较高的社会交往能力与心理承受能力,缩短甚至消除了学生毕业后进入社会和工作岗位的职业适应期,基本实现了学校与企业的“零距离”对接。

四、中职会展营销策划工作室建设的困难与前景

(一)工作室建设初期,所接项目局限于学校项目、如商贸会展专业部的技能比武策划、市场开发处的校园招聘会策划等,还未能走出校门。

(二)工作室项目处于开发初期,整个项目的实施属于探索阶段,没有统一的标准衡量实施效果。

(三)工作室的运行以指导老师为主,缺少专家指导,难免存在知识点的漏缺,与市场不能完全接轨。

(四)由于目前工作室没有运营经费,未能真正纳入公司运营的薪酬体制,使这一部分体验空缺,学生还未能真正感受到“请假”与“脱岗”对自己利益与事业的影响,未能培养学生对职业的尊重。

五、中职会展营销策划工作室的愿景

(一)完善专业工作室课程标准

会展营销策划工作室运行依靠项目,项目即课程。因此校本化项目教学改革

的课程标准的完善至关重要。这其中包括课程的项目设计（项目设计应包含项目设计的模式、项目类型、项目的选取与序化、项目中的知识分配），项目教学实施方案（项目教学实施方案不能完全代替教师的教案），及《会展营销策划实训项目》校本教材的编写。

（二）优化师资队伍建设

教师与学生充分互动，促进教学相长。为了加强教学效果，需成立行业专家指导工作室，组成学术骨干，把理论与实践相结合。同时把导师的社会资源引入工作室，争取市场项目。学校加强学科带头人、骨干师资队伍培养。这样，集社会、学校、学生为一体，达到教学相长。

古人言：“授人以渔，则供一餐之需；教人以渔，方为终生受用。”虽然会展专业营销策划工作室建设有待完善，运行有待更进一步调整，但是其优势是显而易见的。从工作室招工初期教师力邀，到自主投递简历到本学期招工报名达整个专业方向的半数以上，这充分说明了学生对于工作室的认可，学校也将再接再厉，更上一层楼。

【参考文献】：

- [1] 英浩. 工作室模式的现代教学意义及开展[J]. 学术论坛, 2010, (06).
- [2] 赵俨斐. 中职教学的新模式——工作室教学[J]. 教改创新, 1994-2010.
- [3] 黄江鸣, 徐晓丽. 工作室制项目化教学模式的教学实践探讨[J]. 艺术百家, 2012 , (7) .