

产教融合背景下高职化妆品经营与管理专业学生 就业指导路径探究

孙晨曦

安徽国际商务职业学院 安徽 合肥 231131

【摘要】：在国货美妆崛起、连锁零售升级与新媒体电商快速迭代的行业背景下，美妆产业对高职化妆品经营与管理专业人才的需求结构发生显著变化，逐步从传统终端销售型人才转向兼具运营能力、营销创新能力与综合职业素养的复合型技术技能人才。化妆品经营与管理专业作为对接美妆细分产业的核心高职专业，聚焦产品运营、连锁门店管理、美妆市场营销等核心岗位，是支撑美妆行业基层人才供给的重要载体。当前，该专业学生普遍存在行业认知狭隘、职业定位模糊、长期职业规划缺失、入职稳定性不足等突出问题，传统通识化就业指导模式难以适配产教融合的现代职业教育育人要求。本文立足于高职辅导员一线育人视角，结合化妆品经营与管理、连锁经营与管理、市场营销专业的带班育人实践，系统梳理美妆经管类高职学生的就业现状与核心痛点，阐释辅导员在产教融合就业育人中的独特价值，构建全方位、全过程、专业化的就业指导实施路径。研究旨在切实提升学生职业素养与岗位适配能力，推动职业教育人才培养链条与美妆产业岗位需求精准对接，为高职美妆类专业就业育人工作提供实践参考。

【关键词】：产教融合；高职教育；化妆品经营与管理；就业指导；辅导员育人

DOI:10.12417/3041-0630.26.12.002

1 引言

国内美妆消费市场持续扩容，国货美妆品牌强势崛起，线下连锁美妆门店规模化布局，直播电商、私域流量运营等新型营销业态快速普及，推动美妆行业迈入高质量规范化发展阶段。产业业态的革新，对基层门店运营、终端营销、品牌运维等岗位人才的专业能力与综合素养提出了更高标准，也为高职化妆品经营与管理专业学生提供了多元化的就业赛道。高职化妆品经营与管理专业融合市场营销、连锁经营管理核心理论与美妆行业专属技能，重点培养掌握美妆产品知识、门店运营规范、品牌营销技巧的高素质技术技能人才，毕业生主要就职于美妆连锁机构、品牌专柜、美妆电商企业、化妆品产销企业等主体的一线运营与营销岗位。

产教融合、校企协同育人是新时代职业教育改革发展的核心方向，也是高职院校优化人才培养、提升就业育人质量的核心抓手。国家职业教育改革相关政策明确提出，需深化产教深度融合，打通教育链、人才链与产业链、创新链的衔接壁垒，强化高职就业指导的行业针对性与实践落地性。结合一线育人实践来看，当前美妆经管类专业学生就业短板较为突出，多数学生对行业岗位体系认知片面，职业定位存在明显偏差。同时，高职院校常规就业指导多为通用性内容，未结合美妆行业岗位特性、产业发展趋势开展定制化育人，导致学生求职同质化严重、岗位匹配度偏低、入职后离职率居高不下，难以实现高质量稳定就业。

专职辅导员贯穿学生培养全周期，全面掌握学生特质与职业诉求，是衔接校、生、企三方的关键纽带。依托辅导员岗位优势优化美妆专业就业指导模式，破解学生就业认知、能力与规划痛点，推动育人与岗位精准适配，对提升高职人才培养质量、助力学生高质量就业具有重要现实意义。

2 高职化妆品经营与管理专业学生就业现状及核心问题

依托三年高职辅导员带班工作经验，对本校化妆品经营与管理、连锁经营与管理、市场营销专业学生的实训表现、求职过程、就业情况进行持续跟踪调研，发现当前该类专业学生就业整体呈现“就业岗位基数大、优质就业资源少、岗位流动性强、长期发展乏力”的典型特征。相关问题集中体现在学生个人认知、行业发展特性、院校育人体系三个维度，具体现状与成因分析如下。

2.1 学生层面：职业认知片面，职业规划意识薄弱

高职美妆经管类学生社会阅历有限，对行业认知多局限于终端销售、网红直播等前端岗位，对产品企划、门店督导、品牌运维、私域运营等后台管理类岗位认知片面。部分学生存在就业认知误区，片面认为行业入门门槛低、工作内容单一，轻视线下门店运营、客户服务等基础岗位，盲目追捧网红直播、电商运营等新兴岗位，求职意愿与自身能力、岗位需求严重脱节。同时，多数学生缺乏系统职业规划意识，在校侧重理论学

习,忽视行业技能、职业素养与实训经验积累,未结合产业趋势制定成长目标,求职盲目性较强。此外,美妆零售一线需长期直面客户、适配轮班,部分学生抗压与环境适应能力较弱,入职后易产生心理落差,影响就业稳定性。

2.2 行业层面:岗位迭代迅速,人才标准持续升级

随着美妆电商、新零售业态迭代,行业岗位结构加速升级,传统单一销售岗位逐步被复合型运营岗位替代。企业用工标准持续提升,不再仅要求基础销售能力,更看重专业储备、门店统筹、新媒体营销、客户精细化运维与服务意识。现阶段多数高职学生仅掌握基础销售理论,缺乏连锁门店实操、短视频创作、私域运营等新业态技能,难以适配企业用工需求。同时,美妆行业竞争激烈,中小门店与电商企业人员流动频繁,薪资与晋升体系参差不齐,既影响学生长期职业发展,也增加了院校就业育人与稳岗工作的难度。

2.3 育人层面:就业指导同质化,产教融合衔接不足

当前高职就业指导普遍存在同质化问题,内容多围绕简历制作、面试礼仪等通用求职技巧展开,未结合美妆专业的行业特性、岗位标准与产业趋势开展定制化教育,育人针对性不足。同时,院校产教融合机制尚不健全,校企合作多集中于顶岗实习阶段,在新生认知教育、日常教学、职业规划培育等前置环节融合深度不足。辅导员、专业课教师、企业导师三方协同机制未能有效落地,就业指导与专业教学、企业实训相互脱节,学生难以形成系统化行业认知与职业发展体系,就业竞争力难以匹配产业需求。

3 辅导员参与美妆经管专业就业指导的独特优势

3.1 全程跟进学生成长,精准掌握学生就业诉求

辅导员是高职学生在校期间接触最密切、陪伴周期最长的育人主体,覆盖学生三年培养全过程,全面掌握学生的学业水平、性格特质、兴趣特长、心理素质及家庭背景等核心信息。相较于专业课教师侧重专业知识讲授、就业指导中心统筹全校就业工作,辅导员具备天然的个性化育人优势,可精准研判学生的能力适配方向。针对擅长沟通表达的学生,重点引导其深耕门店销售与终端运营岗位;针对创意能力突出的学生,侧重培育新媒体美妆营销能力;针对细心严谨的学生,定向对接门店管理、库存运维等岗位,彻底规避传统就业指导同质化、模板化的弊端,实现因材施教。

3.2 衔接校企多方资源,打通产教育人通道

在产教融合育人体系中,辅导员承担着校企资源衔接、育人渠道打通的核心纽带职能。对内,辅导员可联动专业课教师、校内实训中心,梳理化妆品经营专业核心技能与产业岗位的匹配要点,补齐学生专业能力短板;对外,可对接校企合作美妆

连锁企业、美妆电商公司、品牌运营机构,实时收集行业岗位信息、人才评价标准与产业发展趋势,为学生传递前沿行业动态。同时,辅导员可依托主题班会、社会实践、社团活动、企业见习等第二课堂载体,将企业实践资源融入日常育人工作,弥补课堂理论教学的局限性,实现专业教育、思政教育与就业教育的深度融合。

3.3 聚焦思政育人,塑造学生正确职业价值观

美妆行业深受网红经济、流量文化影响,容易引导学生形成功利化、浮躁化的职业心态,片面追逐高薪流量岗位,忽视基层岗位的经验积累与能力沉淀。思想政治教育是辅导员的核心岗位职责,辅导员可将职业价值观培育全方位融入就业指导工作,针对性矫正学生的择业认知偏差。通过常态化思想引导,帮助学生正确认识美妆行业基层岗位的价值,树立脚踏实地、精益求精的工匠精神,摒弃浮躁求职心态,培育学生的职业认同感、岗位责任感与敬业精神,从思想根源上解决学生职业归属感薄弱、就业心态失衡、岗位稳定性不足等问题。

4 产教融合背景下高职化妆品经营与管理专业就业指导实施路径

4.1 前置职业启蒙,构建全周期就业指导体系

摒弃毕业季集中突击式的传统就业指导模式,构建“入学启蒙、在校培育、毕业赋能、在岗跟踪”的全周期闭环育人体系。大一阶段结合美妆产业发展现状与专业人才培养方案开展系统化专业认知教育,通过行业专题分享、企业实景观摩、优秀毕业生经验交流等形式,帮助学生熟悉美妆经营、连锁管理、新媒体营销等岗位的工作内容、技能标准与发展前景,纠正片面行业认知。大二阶段联动专业课教师融入实训教学,引导学生查摆技能短板,制定个性化职业发展规划,明确求职方向与成长目标。大三阶段聚焦求职赋能,围绕简历优化、面试应答、职场礼仪、岗位抉择、劳动合同规范等开展实操培训,精准推送对口优质岗位资源;学生入职后持续跟踪回访,疏导职场适应难题、解答职业发展困惑,形成全流程育人闭环。

4.2 深化产教协同,打造专业化定制化指导模式

立足产教融合理念,推动就业指导与企业岗位标准精准对接,打破通用化育人壁垒,构建美妆专业定制化就业指导体系。一方面主动对接校企合作美妆企业,邀请门店店长、运营总监、资深从业者入校开展专题讲座,围绕门店标准化运营、客户精细化管理、新媒体美妆推广、连锁门店督导等内容开展沉浸式教学,传递行业一线工作标准。另一方面依托企业见习、顶岗实习、校企共建实训基地等平台,组织学生走进美妆连锁门店、美妆电商企业开展实景实训,在真实职场环境中熟悉岗位流程、积累实操经验;同时建立校企双向协同机制,企业导师实时反馈学生实训表现,辅导员结合短板开展针对性指导,实现

专业实训与就业育人双向赋能。

4.3 分层分类指导, 精准匹配学生职业发展需求

结合化妆品经营与管理专业学生的能力差异、兴趣特长与职业诉求, 推行分层分类、因材施教的精准就业指导模式。对专业基础扎实、沟通能力突出的学生, 侧重培育团队管理、门店统筹、终端运营能力, 引导其向门店店长、连锁督导、品牌终端管理等管理型岗位发展; 对思维活跃、熟悉新媒体操作的学生, 强化短视频创作、直播运营、私域流量运维等技能训练, 适配美妆新媒体就业赛道; 对性格沉稳、细心严谨的学生, 定向引导其从事产品陈列、库存管控、客户运维等精细化运营岗位。针对就业迷茫、求职受挫的学生开展一对一谈心谈话, 剖析问题根源、疏导负面情绪, 量身定制求职方案, 有效提升求职成功率与岗位适配度。

4.4 融入思政育人, 培育正向职业价值观

将思政育人贯穿就业指导全流程, 落实立德树人根本任务, 从根源上矫正学生职业认知偏差与心态问题。通过主题班会、思政微课、行业榜样宣讲等形式, 分享国货美妆品牌崛起、行业匠人深耕基层的典型案例, 引导学生认识美妆行业的社会价值与发展潜力, 增强专业认同感与行业自信心。开展职业素养专题教育, 引导学生摒弃“重流量、轻实干”“重高薪、轻积累”的浮躁择业心态, 树立爱岗敬业、脚踏实地的职业理念, 正视基层岗位的积累价值; 同时强化职场诚信、规范服务、合规经营等职业品德教育, 帮助学生树立正确的择业观与职业观, 提升岗位归属感与就业稳定性。

4.5 丰富实践载体, 提升学生就业核心竞争力

依托第二课堂育人资源搭建多元化实践平台, 全方位提升学生就业核心竞争力。组织学生参与美妆营销技能大赛、创新创业竞赛、职业技能比拼等赛事, 以赛促学、以赛促练, 锤炼方案策划、营销实操、团队协作的综合能力。依托校园社团、志愿服务、社会实践活动, 开展校园美妆科普、公益护肤宣讲、模拟门店运营等实践活动, 推动专业知识向实操能力转化。鼓励学生利用寒暑假参与美妆企业兼职、行业见习, 提前适配职

场环境、积累岗位经验, 全面提升专业实操、沟通服务与职场适应能力, 为高质量就业筑牢基础。

5 育人实践反思

结合近两年化妆品经营与管理专业就业育人实践成效来看, 产教融合定制化就业指导模式有效缓解了学生就业迷茫、岗位适配度低、就业稳定性差等突出问题, 学生职业规划意识、实操能力与职业素养显著提升, 专业优质就业率持续稳步增长。但育人实践过程中仍存在部分短板: 一是校企协同就业育人的深度与广度不足, 企业优质资源常态化融入日常就业指导的频次较低; 二是美妆新业态迭代速度快, 就业指导内容更新存在滞后性, 难以完全适配直播美妆、私域运营等新兴岗位的人才需求; 三是个性化育人长效机制不够完善, 对毕业生入职后的长期职业发展跟踪指导力度不足。

后续就业育人工作中, 将持续深化产教融合育人机制, 深化与头部美妆品牌、新媒体美妆企业的校企合作, 常态化引入企业师资、岗位资源、行业标准融入就业指导体系。同步动态更新育人内容, 贴合美妆新业态、新岗位的能力需求优化指导体系, 补齐育人滞后短板。同时, 持续完善在校生精准分层指导、毕业生长效跟踪服务的闭环育人机制, 不断提升就业育人的针对性与实效性, 助力学生实现高质量、稳定、可持续的职业发展。

6 结语

产教融合是新时代高职职业教育高质量发展的核心路径, 也是美妆经管类专业实现高质量就业育人的关键抓手。高职化妆品经营与管理专业学生的职业发展, 离不开专业化、行业化、个性化的全程就业指导。作为高职辅导员, 需立足岗位育人优势, 紧扣美妆行业发展趋势与专业人才培养定位, 通过搭建全周期就业育人体系、深化校企协同育人、推行分层分类精准指导、融入思政价值引领、丰富实践育人载体等多元路径, 全方位破解学生就业痛点, 提升学生职业素养与岗位核心竞争力。持续推动高职人才培养体系与美妆产业岗位需求精准对接, 为美妆行业输送更多高素质技术技能人才, 助力高职职业教育育人质量稳步提升。

参考文献:

- [1] 教育部.职业教育提质培优行动计划(2020—2023)[Z].2020.
- [2] 蒋丽平.数字化赋能行业产教融合共同体协同治理的基本框架与实践路向[J].教育与职业,2025(6):48-55.
- [3] 宋雯雯,张玉.产教融合背景下高职院校就业指导课程教学改革探究[J].职业教育研究,2024(08):78-82.
- [4] 王磊.产教融合下高职学生就业指导与思政工作创新分析[J].数据,2022(07):147-149.
- [5] 张薇,秦惠民.产教融合视域下高职学生慢就业成因与纾解路径[J].职业技术教育,2024(11):56-60.
- [6] 刘芳.高职经管类专业学生职业素养培育路径研究——基于三全育人视角[J].佳木斯职业学院学报,2023(09):102-104.