



北京科技职业学院  
UNIVERSITY FOR SCIENCE & TECHNOLOGY, BEIJING

# 北京沃尔玛百货有限公司 参与高等职业教育人才培养年度报告 (2023 年度)



北京沃尔玛百货有限公司

北京科技职业学院

2023 年 12 月

## 目 录

一、企业概况 .....	2
二、企业参与办学总体情况 .....	4
三、企业资源投入 .....	5
(一) 人力资源投入 .....	5
(二) 技术资源投入 .....	6
(三) 实习资源投入 .....	6
四、企业参与教育教学改革 .....	6
(一) 教育教学改革 .....	6
(二) 产学研合作 .....	6
五、升级产教融合，助推企业发展 .....	7
(一) 人才储备 .....	7
(二) 共同研究项目 .....	7
(三) 市场拓展 .....	7
(四) 品牌建设 .....	7
六、问题与展望 .....	8
(一) 问题 .....	8
(二) 展望 .....	9

## 一、企业概况

沃尔玛百货有限公司，即沃尔玛公司（WalMartInc.）（NYSE：WMT），是一家美国的世界性连锁企业，以营业额计算为全球最大的公司，其控股人为沃尔顿家族。总部位于美国阿肯色州的本顿维尔（Bentonville，小石城西北方向）。沃尔玛主要涉足零售业，是世界上雇员最多的企业，连续7年在美国《财富》杂志世界500强企业中居首位。沃尔玛公司有8500家门店，分布于全球15个国家。沃尔玛在美国50个州和波多黎各运营。沃尔玛主要有沃尔玛购物广场、山姆会员店、沃尔玛商店、沃尔玛社区店等四种营业方式。

沃尔玛百货有限公司由美国零售业的传奇人物山姆·沃尔顿先生于1962年在阿肯色州成立。经过五十多年的发展，沃尔玛公司已经成为世界最大的私人雇主和连锁零售商，多次荣登《财富》杂志世界500强榜首及当选最具价值品牌。

沃尔玛对中国经济和市场充满信心，并致力于在中国的长期投资与发展。沃尔玛于1996年进入中国，在深圳开设了第一家沃尔玛购物广场和山姆会员商店。经过20多年在中国的发展，我们已拥有约10万名员工。

目前沃尔玛在中国经营多种业态和品牌，包括购物广场、山姆会员商店等。沃尔玛目前已经在全国180多个城市开设了400多家商场、8家干仓配送中心和11家鲜食配送中心。

沃尔玛百货有限公司由美国零售业的传奇人物山姆·沃尔顿先生于1962年在阿肯色州成立。经过四十余年的发展，沃尔玛百货有限

公司已经成为美国最大的私人雇主和世界上最大的连锁零售商。主要业态：沃尔玛购物广场（主要业态，面积在 10000-20000 平方米，经营品种 2 万种左右）、山姆会员店（营业面积：2 万以上，经营品种 5000 种左右）、沃尔玛社区店。沃尔玛于 1996 年 8 月在深圳开设了中国第一家沃尔玛购物广场和第一家山姆会员商店。

沃尔玛是目前世界上最大的零售商，2004 年全球销售额达 2852 亿美元，连续四年排名《财富》杂志世界 500 强企业榜首，同时，沃尔玛在全球多个国家被评为“最受赞赏的企业”和“最合适工作的企业”之一。目前，沃尔玛在全球开设了超过 6000 家商场，员工总数 160 多万。每周光临沃尔玛的顾客近 1 亿 4 千万人次，商店分布在美国、墨西哥、波多黎各、加拿大、阿根廷、巴西、中国、韩国、德国、英国、日本、危地马拉、萨尔瓦多、洪都拉斯、尼加拉瓜和哥斯达黎加等 16 个国家。

沃尔玛于 1996 年进入中国，在深圳开设了第一家沃尔玛购物广场和山姆会员商店。目前沃尔玛在中国经营多种业态，包括购物广场、山姆会员商店、社区店等，在全国创造了超过 50,000 个就业机会。

沃尔玛在中国的经营始终坚持本地采购，目前，沃尔玛中国与近 2 万家供应商建立了合作关系，销售的产品中本地产品超过 95%；同时，沃尔玛中国注重人才本土化，鼓励人才多元化，特别是培养和发展女性员工及管理层。目前沃尔玛中国超过 99.9% 的员工来自中国本土，商场总经理 100% 由中国本土人才担任，高级管理团队中女性管理者占比达 43%。2009 年公司成立了“沃尔玛中国女性领导力发展

委员会”，以加速推动女性的职业发展。

沃尔玛至今在华的总投资额达 17 亿元人民币，创造了超过 36,000 个就业机会。作为一个出色的企业公民，沃尔玛自进入中国就积极开展社区服务和慈善公益活动，十年累计向各种慈善公益事业捐献了超过 2,550 万元的物品和资金。

北京沃尔玛百货有限公司成立于 2003 年 01 月 02 日，注册地位于北京市石景山区阜石路 158 号，法定代表人为方晓峰。



## 二、企业参与办学总体情况

北京科技职业学院现代服务与管理学院利用企业平台真正实现了“三进两出”人才培养模式，即企业文化、行业专家、企业项目进校；学生、教师走出校园走进企业。近两年因疫情植入企业线上课程，暂停校外岗位见习活动；企业提供奖学金；为教师提供教师挂职锻炼机会，加强学院双师队伍建设。

北京沃尔玛百货有限公司作为一家知名的大型零售企业，在我国具有较强的影响力。在北京科技职业学院营销管理专业办学方面，北京沃尔玛百货有限公司并未直接参与，但其在业界的影响力以及对市

场营销人才的需求，对于推动高职院校营销管理专业的发展起到了一定的积极作用。

目前，北京科技职业学院在营销管理专业的办学方面，纷纷与企业进行合作，开展产学研一体化的人才培养。沃尔玛与北京科技职业学院建立校企合作关系，为学生提供实习实训机会，同时，也将实际工作中的经验和需求带进课堂，提升课程的实用性和针对性。

此外，北京科技职业学院会邀请沃尔玛等企业的营销管理人员担任兼职教师，为学生传授实际工作经验和职业技能。此外，企业还可能为学生提供奖学金、实习就业机会等，从而激发学生学习营销管理专业的积极性。

总的来说，虽然北京沃尔玛百货有限公司没有直接参与北京科技职业学院营销管理专业的办学，但其在人才培养、产学研合作、兼职教师等方面，对于推动北京科技职业学院营销管理专业的发展起到了积极的促进作用。与此同时，北京科技职业学院也在不断调整课程设置，与企业需求紧密结合，为我国营销管理领域培养更多高素质的应用型人才。

### 三、企业资源投入

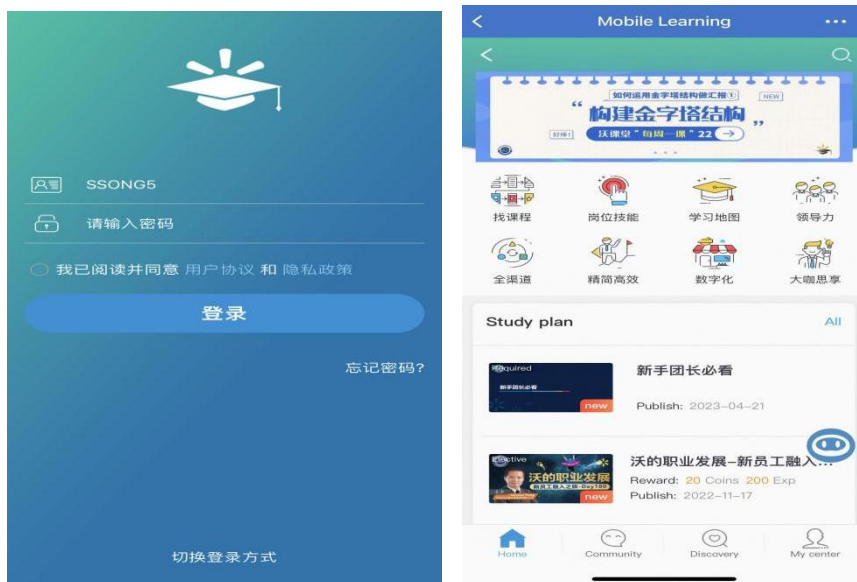
作为一家大型零售企业，北京沃尔玛百货有限公司在参与北京科技职业学院营销管理专业的办学过程中，投入了丰富的资源以确保教学质量和学员体验。以下是沃尔玛在北科院办学中的一些资源投入方面：

1. 人力资源：北京沃尔玛百货有限公司拥有一支经验丰富的教练

团队，他们具备专业的营销管理技能和教学经验，为学生提供高质量的营销培训。此外，公司还会对教师进行定期培训和考核，确保教学水平始终保持在行业领先地位。



2. 技术资源：北京沃尔玛百货有限公司充分利用现代信息技术，开发了在线学习平台，学生可以随时随地进行在线学习，提高营销管理理论知识水平。此外，公司还投入了智能化的管理体系，对学生的 学习进度、考试情况等 进行实时监控和数据分析，为其提供个性化的教学方案。



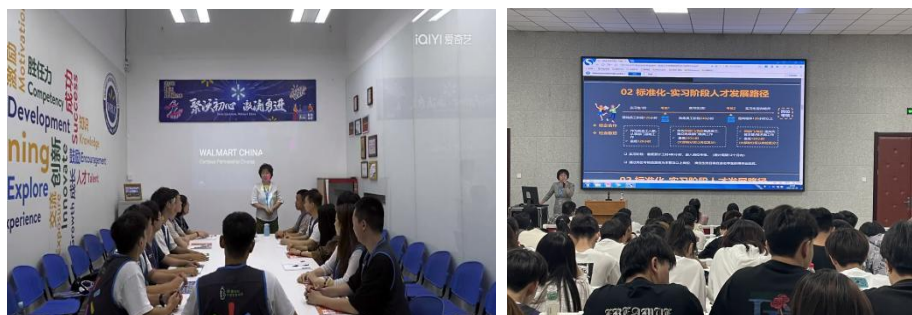
3. 实习资源：沃尔玛与北京科技职业学院合作，为学生提供实习、实践机会以及创新项目，让学生能够接触到真实的零售行业环境，获得实际操作和实践经验。



#### 四、企业参与教育教学改革

1. 教育教学改革：通过与企业的合作，高职院校可以借鉴沃尔玛等零售企业的管理经验和市场营销策略，通过教学改革提供更贴近实际的课程和培养方案。

这包括更新课程内容，强调实践教学，加强学生的市场调研能力、营销策略制定以及产品推广等方面的实践技能培养。同时，通过开设实践课程和实习项目，让学生能够接触、参与实际的市场活动，了解企业运营和营销的具体操作。



2. 产学研合作：沃尔玛可能与高职院校进行密切的产学研合作，共同开展行业研究。这种合作可能包括共同开展市场调研、数据收集分析，学生参与实际项目和企业研究等，从而促进学术研究与实际应



用的结合。

总之，北京沃尔玛百货有限公司参与高职院校营销管理专业办学有望为学生提供实际的行业经验和机会，促进教育教学改革的深入发展，增强学生的专业能力和就业竞争力。这种产学研合作也为企业提供了人才储备机制和市场资源的拓展。

### **五、升级产教融合，助推企业发展**

北京沃尔玛百货有限公司参与北京科技职业学院营销管理专业办学可以助推企业发展，这种合作关系在以下几个方面具有助推作用：

1. 人才储备：通过参与北京科技职业学院的营销管理专业办学，北京沃尔玛百货有限公司可以与优秀的学生建立联系，并为企业提供未来的人才储备。北京科技职业学院培养具备理论基础和实践经验的营销专业人才，有助于满足企业的人才需求，提高企业的竞争力。

2. 共同研究项目：沃尔玛与北京科技职业学院合作开展共同研究项目，共同探讨和解决营销管理领域的问题和挑战。这种合作有助于增强企业的技术优势和创新力，推动企业在市场营销方面的发展。

3. 市场拓展：通过与北京科技职业学院合作，沃尔玛可以扩大在教育行业的知名度和影响力。这不仅有助于树立沃尔玛在行业中的形象和声誉，还可以帮助企业拓展更广阔的市场。与院校合作还可以为沃尔玛提供更多的市场和合作机会，促进企业的业务发展。

4. 品牌建设：通过与北京科技职业学院的合作，沃尔玛可以与学生、教师以及校友建立紧密联系，提升品牌的认知度和美誉度。这有助于提高消费者对沃尔玛品牌的信任和忠诚度，进一步推动企业的发

展。

总的来说，北京沃尔玛百货有限公司参与北京科技职业学院营销管理专业办学可以为企业提供人才储备、共同研究、市场拓展和品牌建设等方面的助推作用。这种合作关系有助于企业在人力资源和市场竞争能力方面获得更大优势，推动企业的可持续发展和成长。

## 六、问题与展望

北京沃尔玛百货有限公司参与北京科技职业学院营销管理专业办学，可以从以下几个方面来看待其问题与展望：

### （一）问题：

1. 校企合作深度融合度不足：在实际办学过程中，学校与企业之间的合作可能仅停留在表面，未能实现深度交融。这可能导致教学内容与企业实际需求脱节，学生实践能力培养不足。

2. 师资队伍建设：北京科技职业学院在营销管理专业建设中，师资队伍的质量是关键。目前，部分教师可能缺乏企业实践经验，难以满足实践性教学需求。

3. 教学资源与设施：相较于本科院校，北京科技职业学院在教学资源、实验设施等方面可能相对薄弱，这对于培养具有实际操作能力的营销管理专业学生来说，是一大挑战。

4. 课程设置与教材：课程设置和教材是教学的基础，但部分高职院校的营销管理专业可能在课程设置和教材选用上存在陈旧、不符合市场需求的现象。

5. 学生就业前景：随着市场竞争加剧，北京科技职业学院营销管

理专业毕业生的就业压力较大，如何在激烈的竞争中提高学生的就业竞争力，是亟待解决的问题。

## （二）展望：

1. 深化校企合作：北京科技职业学院可以与北京沃尔玛百货有限公司等企业开展更加深入的合作，实现校企资源的共享，为学生提供更多实践机会，提高办学质量。

2. 加强师资队伍建设：通过引进具有丰富企业经验的营销管理人才，提高教师的实践能力和教学水平。同时，加强对教师的培训，提高其教育教学水平。

3. 改善教学条件：争取政府、企业和社会各方面的支持，加大教学资源投入，改善实验设施，为学生提供更好的学习环境。

4. 优化课程设置与教材：根据市场需求，调整课程设置，选用具有时代特点和实用性的教材，使教学内容更加贴近实际。

5. 提高学生就业竞争力：通过加强实践教学、开展职业素养教育等方式，提高学生的综合素质，增强其在就业市场的竞争力。

总之，北京沃尔玛百货有限公司参与北京科技职业学院营销管理专业办学，有助于推动教育教学改革，提高人才培养质量。只要解决好存在的问题，发挥校企合作的优势，就一定能培养出更多符合市场需求的营销管理专业人才。