

产教融合下的高校“市场营销策划” 课程 OBE 教学改革初探

王悦

黑龙江职业学院, 黑龙江 哈尔滨 150001

摘 要 : 在新时代发展的背景下, 产教融合逐渐成为高校办学的类型特征之一, 这就需要要将人才培养与产业发展紧密结合。“市场营销策划”课程作为市场营销专业教学与学习的核心课程, 推动成果导向教育(OBE)教学改革意义深远。众所周知, OBE 理念涵盖了经济社会发展对专业人才知识体系、综合素养等方面的具体要求, 相对与传统教育理念其教育目标更精准明确, 有利于学生知识的积累、能力的提升、技能的掌握。本文分析了产教融合与 OBE 理念概述, 并就产教融合下“市场营销策划”课程 OBE 教学改革进行研讨, 以期对产教融合下 OBE 课程理念的“市场营销策划”课程教学改革提供参考。

关 键 词 : 产教融合; 高校; “市场营销策划”课程; 教学改革

On the OBE Teaching Reform of "Marketing Planning" Course in Colleges and Universities under the Integration of Production and Education

Wang Yue

Heilongjiang Vocational College, Harbin, Heilongjiang 150001

Abstract : In the context of the development of the new era, the integration of production and education has gradually become one of the characteristics of colleges and universities, which requires the close combination of talent training and industrial development. As the core course of marketing teaching and learning, the course of "marketing planning" has far-reaching significance in promoting the teaching reform of results oriented Education (OBE). As we all know, the OBE concept covers the specific requirements of economic and social development on the knowledge system and comprehensive quality of professional talents. Compared with the traditional education concept, its education goal is more precise and clear, which is conducive to the accumulation of students' knowledge, the improvement of ability and the mastery of skills. This paper analyzes the integration of production and education and the overview of OBE concept, and discusses the OBE teaching reform of "marketing planning" course under the integration of production and education, in order to provide reference for the teaching reform of "marketing planning" course under the integration of production and education.

Keywords : integration of production and education; colleges and universities; "Marketing Planning" course; teaching reform

前言

在经济社会迅猛发展的带动下, 市场竞争日趋激烈, 企业对市场营销策划专业人才的需求日益增多, 且对人才的综合能力要求也随之不断提高。产教融合作为一种将产业与专业教育、人才培养相结合的模式, 通过对其有效应用可以实现高校人才培养与企业实际需求之间的无缝对接。而 OBE 理念强调以学生学习成果为导向, 重点关注学生能力水平的提升, 进而有效满足市场竞争对人才的需求。因此, 产教融合背景下有效的融入 OBE 理念, 这与高等院校培养实践型人才相契合, 不仅有助于学生综合能力的提升, 还助于提升“市场营销策划”课程教学的针对性和实效性, 为市场竞争、企业发展培养更多的专业性人才。

一、产教融合与 OBE 理念概述

（一）产教融合内涵的探究

产教融合具体指的是高校根据设置的专业，积极开办与之相关专业的产业，有效的将产业发展与教学工作紧密结合起来，相互促进、相互支持。具体表现在高等教育与企业之间进行人才培养、社会服务、科研等领域的深度合作，让企业参与到专业人才培养的全过程，最终实现高校与企业之间的资源共享、优势互补，共同发展的良好局面^[1]。

（二）OBE 理念内涵的探究

OBE 是以成果导向教育为主的一种教育理念，最早由美国学者斯派蒂提出。OBE 理念强调教育应以学生最终取得的学习成果为导向，教学设计和教学实施都围绕如何有效地帮助学生达成这些学习目标而展开。其核心要素包括明确学习成果、确定教学方式、开展教学评价评估和持续改进等过程，注重培养学生解决复杂问题的综合能力和创新能力，关注学生的个性化发展，确保每个学生都能在原有基础上得到全面发展。总之，产教融合为 OBE 理念的实施提供了优质的平台和真实的产业实践环境。通过校企合作，高等院校能够获取最新的行业动态和企业发展的实际需求，以此为依据明确学生的学习成果，使教学内容更具有精准性、针对性和实用性。另外，企业的参与可以为教学提供丰富的真实案例和实践目标，有助于创新教学方法、教学理念和评价方式。OBE 理念则为产教融合的发展提供了最新的教育理念，以成果为导向的教学设计能够确保高校培养的人才符合企业和市场发展的需求，提高人才培养质量，增强高校在产教融合中的吸引力和竞争力，促进产教融合的深入发展^[2]。

二、产教融合对高校“市场营销策划”课程 OBE 教学改革的重要意义

在教育与产业联系日益紧密的当下，产教融合为高校“市场营销策划”课程教学带来了全方位的革新与提升，对人才培养、课程发展和社会经济进步意义深远。首先，有助于“市场营销策划”课程 OBE 教学更加符合市场需求，进而培养实用人才。在市场快速变化的今天，企业对营销策划人才的要求不断提高。产教融合使高校能精准对接企业需求，让“市场营销策划”课程目标更贴合实际^[3]。通过校企合作，高校可以了解市场发展的最新趋势以及企业发展对人才的需求方向，据此更新 OBE 教学内容。学生能学到更实用的知识和技能，如掌握当下热门的数字化营销策划方法，熟悉企业真实项目的运作流程，毕业时就能快速走向工作岗位，满足企业对创新型、实践型营销策划人才的需求。其次，有助于“市场营销策划”课程 OBE 教学内容的丰富，促进知识体系的更新。市场营销行业知识日新月异，新知识、新方法、新理论不断涌现。产教融合搭建起高校与企业知识共享的桥梁，企业实践中的成功案例和创新经验得以融入课程。例如，企业根据营销实战案例，能让学生接触到最前沿的营销策划思路。这些鲜活的内容替代了教材中陈旧的案例，充实了

教学内容，使课程知识体系与时俱进，学生得以在学习中紧跟市场步伐。第三，有助于“市场营销策划”课程 OBE 教学方法的创新，提升教学效果：传统高校“市场营销策划”课程教学以理论讲授为主，学生被动接受知识。产教融合促使教学方式方法朝着多元化方向发展，以项目教学法、案例教学法、小组合作学习法为典型的教学方法在课堂上得到广泛应用并取得了良好的教学效果^[4]。企业真实营销项目及案例被引入课堂，学生分组完成从市场调研、方案策划到执行评估的全过程，在实践中锻炼能力，学生学习的积极性和主动性也得到大幅提高，教学效果也得到显著提升。最后，有助于“市场营销策划”课程 OBE 教学实践平台的拓展，增强实践能力。“市场营销策划”是一门理论+实践都很强的课程，实践能力对于学生的发展同样至关重要。产教融合模式为学生提供了丰富的实践操作机会，通过建立校企合作模式，让学生在真实的商业环境中应用课堂所学知识。学生在企业实习锻炼期间，参与实际营销策划工作，与企业团队协作，积累项目经验，提高解决实际问题的能力，毕业后能更好的走向工作岗位。总之，产教融合全方位赋能高校“市场营销策划”课程 OBE 课程教学，从人才培养目标的精准定位到教学内容、方法的创新，再到实践平台的拓展，为学生的职业发展和未来的市场竞争打下坚实基础，推动高校教育与社会经济发展紧密结合、协同共进^[5]。

三、当前“市场营销策划”课程教学面临的挑战

（一）课程目标与市场需求脱节

当前，部分高校“市场营销策划”课程目标的设定过渡依赖于学科知识体系，对市场需求和企业实际岗位要求的调研不够深入。导致课程目标与市场需求存在一定程度的差异，培养出来的专业人次在进入企业后，很难快速适应市场营销策划岗位的工作，无法有效满足企业对策划人才创新能力、实践能力和团队协作能力等方面的需求^[6]。

（二）教学内容缺乏实践环节

“市场营销策划”课程的教学内容往往侧重于理论知识的讲授，对市场营销策划领域的新知识、新方法和新技术引入不足。教材中的案例大多是经典案例，缺少时效性，无法反映当前市场的最新动态和企业的实际运营情况^[7]。此外，实践教学环节有待加强，实践教学内容过于单一，无法反应市场最新需求，缺乏综合性、创新性的实践项目，学生在实践中难以真正提升自己的综合策划能力。

（三）教学方法单一，学生积极性不高

在课程教学方法上，一些教师仍采用传统的讲授法，没能充分利用现代教育理念和教育技术，以教师为中心，导致学生学习的积极性、主动性不高。传统教学方法缺少互动性和启发性，不能将学生的学习兴趣充分激发出来。学生在课堂上缺乏思考和实践的机会，不利于培养学生的创新思维和解决实际问题的能力。

（四）教学评价方式不合理

当前“市场营销策划”课程的教学评价仍以学生考试成绩为

主，注重对学生理论知识记忆的考核，忽视了对学生实践操作能力、创新能力和综合素质评价。这种传统的评价方式也忽视了对学习过程的评价，不能全面真实的反应学生学习目标的完成情况，也无法为教学改进提供科学有效的反馈信息。

四、产教融合下“市场营销策划”课程 OBE 教学改革策略

（一）明确课程目标

在产教融合背景下，高校应加强与企业的合作，深入开展市场调研，了解企业对市场营销策划人才的能力要求和职业素养要求。根据市场调研结果，结合专业人才培养计划目标，重新制定“市场营销策划”。课程目标应明确学生在知识学习前、学习中、学习后应该达到的成果，例如，学生应掌握市场营销策划的基本理论和方法，具备市场调研、营销策划方案撰写、策划方案执行与评估等能力，为创新意识、团队协作精神和良好的沟通协调能力的培养奠定基础^[8]。

（二）重构教学内容

依据产教融合背景下的课程目标和企业实际需求，对“市场营销策划”课程教学内容进行创新重构。打破传统的学科教学内容，以项目化、模块化的方式更新教学内容。增加反映市场最新动态和企业实际案例的教学内容，引入市场营销策划领域的新知识、新方法和新技术，如大数据营销策划、社交媒体营销策划等。同时，强化实践教学内容的设计，与企业共同开发实践项目，让学生在实践中熟练掌握所学知识，提升市场营销策划能力。

（三）创新教学方法

在教学过程中教师要注重教学方法的创新，来激发学生的自主学习兴趣。例如，广大教师可以借助项目教学法，将营销策划项目科学划分成多个子项目，这样学生就可以通过一步一步完成子项目来不断应用相关理论知识，锻炼实践技能；也可以应用经典案例教学方法，选取一些最新的企业营销策划成功案例，让学生对真实的案例进行深度分析和讨论，培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力；还可以采用小组合作学习法，让学生分组完成实践项目和课堂学习任务，培养学生的团队协作能力和沟通交流能力；此外，要不断更新课堂教学模式，如通过引入翻转课堂教学模式，让学生在课前自主学习相关知识，课堂上教师主要进行答疑解惑和组织讨论，提高课堂教学的互动性和效率。总之，在新时代发展下，广大高校以及教师要充分借助现代教育理念和教育技术，如多媒体教学、在线教学平台等，丰富教学资源，拓展教学空间，提升学生的学习体验感^[9]。

（四）创建多元化教学评价体系

要不断创建和完善以学习成果为导向的科学评价体系，全面、精准、客观的对学生的学习过程和学习成果进行评价。评价的内容不能局限于理论知识，还应该注重学生实践能力、创新能力、团队协作能力和职业道德素养的评价。评价方式要多元化，采用过程性评价与终结性评价相结合的方式。过程性评价包括课

堂表现、小组作业、项目实践、平时测验等，及时反馈学生的学习进展情况；终结性评价采用课程考试、综合项目考核等方式，全面考核学生对课程知识和技能的掌握程度。同时，还需要将教师、学生、企业纳入到评价主体中，构建多元化评价体系。企业评价可以通过学生在企业实践项目中的表现和成果来进行，使评价结果更符合企业实际需求和市场标准，为教学改进和学生发展提供更有价值的参考。

（五）加强师资队伍建设

教师是“市场营销策划”课程 OBE 教学改革的实施者，加强师资队伍是保障“市场营销策划”课程 OBE 教学改革顺利进行的关键。高校应鼓励教师深入企业实践锻炼，了解行业发展动态和企业实际运营情况，提高教师的实践能力和产教融合能力。同时，积极引进具有企业工作经验的高层次人才担任兼职教师，充实师资队伍^[10]。此外，加强教师培训，定期组织教师参加各类教学研讨会和培训课程，学习先进的教学理念和方法，提升教师的教学水平和业务能力。通过不断强化师资力量建设为“市场营销策划”课程 OBE 教学改革输送源源不断的动力。

五、结语

综上所述，产教融合下的高校“市场营销策划”课程 OBE 教学改革是适应市场需求、提高人才培养质量的必然要求。通过创新教育教学理念、教学方法等一系列改革措施，能够有效提升课堂教学水平，培养出综合能力强的高素质市场营销策划人才，满足企业和社会对市场营销专业人才的需求。作为广大高校及教师，在课程改革过程中，也要不断总结教学经验，持续改进教学过程，以期实现更好的教学效果和人才培养成果。

参考文献

- [1]李梓萌. 产教融合背景下市场营销专业人才培养模式研究[J]. 市场瞭望, 2024 (13): 26-28.
- [2]李金东. 产教融合视角下高职院校市场营销专业教学改革研究[J]. 老字号品牌营销, 2024 (10): 201-203.
- [3]周利星. 产教融合视角下的高职市场营销专业人才培养路径探究[J]. 特区经济, 2024 (04): 94-97.
- [4]丁敏. 产教融合背景下高职院校市场营销专业教学改革措施研究[J]. 中国管理信息化, 2023 (17): 216-219.
- [5]周建芳. 产教融合背景下的市场营销专业人才培养路径探索[J]. 产业创新研究, 2023 (14): 184-186.
- [6]陈高梅. 浅析基于产教融合的市场营销专业人才培养模式[J]. 营销界, 2023 (11): 119-121.
- [7]张艳艳. 产教融合背景下市场营销专业人才培养模式研究[J]. 江苏商论, 2023 (01): 15-17.
- [8]邓莎, 冯泽宇. 产教融合背景下的高职新商科专业数字营销人才培养模式研究[J]. 中国管理信息化, 2022 (21): 152-155.
- [9]李桂龙, 盛慧. 基于项目导向与慕课的市场营销策划课程混合式教学改革设计[J]. 现代商贸工业, 2024 (18): 103-105.
- [10]郭军灵. 产教融合下的高职“市场营销策划”课程 OBE 教学改革初探[J]. 教育教学论坛, 2024, 11 (46): 157-160.