

书院制下市场营销专业人才培养体系的构建研究

叶 璐

(重庆移通学院, 重庆 合川 401520)

摘要:近年来,随着高校教育的不断改革完善,书院制的提出为新时代高校的教育管理和人才培养提供了新的改革路径。当前,许多高校已经开始将书院制纳入到了教育管理当中,其独特的人才培养模式对新时代大学生的综合能力和综合素质的提升具有更多的优势。市场营销专业作为当前众多高校的热门专业,其人才培养模式的优化对当前社会经济的发展进步具有重要意义。对此,本文针对书院制下市场营销专业人才培养体系的构建展开研究,希望能够进一步提升高校市场营销专业人才培养质量,促进高素质人才的产出。

关键词: 书院制; 市场营销专业; 人才培养体系; 策略

高校是我国新时代人才培养的主要阵地,承担着为社会培育应用人才的重要责任。对此,高校必须要不断地吸纳新的教育理念,学习新的教育模式,促进学校人才培养质量的不断提升,为社会培育合格的高素质人才。

近年来,我国经济不断发展,市场营销专业作为一门经济类专业,逐渐成为高等教育中的热门专业。随着社会对于市场营销人才的能力素养需求越来越高,高校也应该进一步推进专业人才培养体系的完善和构建,基于书院制的应用,提升市场营销专业人才的培养质量,为社会培育高质量的营销人才。

一、“书院制”的概述

(一) 书院制的概念

书院制是新时代背景下高校教育改革的一项新的尝试,其以中国古代封建社会下的书院教育为基础,加以新时代的教育背景和教学模式的结合,形成的一种新的教育管理制度,为当代高校的教育改革注入了新的活力。

书院制以人才的综合全面培养为基本目的,强调“以生为本”理念,主要表现为专才教育与素质教育的充分结合。在书院制下,高校教育分为专业学院和书院两部分,分管学生的专业教育和素质教育,有利于促进高等教育育人作用的有效发挥。

(二) 书院的功能定位

基于书院制的概念,高校的教育功能涵盖专业教育与通识教育两个部分,其教育内容除了包括学生专业能力和知识素养的教学外,还包括学生的职业道德、创新能力、人格修养等基本能力品质的塑成,使当代大学生在具备扎实专业知识能力的基础上,还具备良好的职业道德、优秀的人格品质以及活跃的创新思维,实现专业人才的素质培养。

高校教育中的专业教育部分主要由专业学院负责,而专业教育以外的各项通识素质教育则由书院负责。基于书院的这一育人功能定位,高校既要以学生专业教学为主要的教育重点,保证专业教育的质量,同时还要承担起促进人才的全方面发展的责任。

对此,书院应该坚定学生的教育主体地位,强调“立德树人”

在教育中的落实,强化学生知识与素养的全方位发展,充分发挥书院在“育人”这一点上的优势,促进书院发展成为一个能够帮助学生培养道德品质、提升思想观念、促进个性成长、强化能力素养的重要教育平台。

(三) 书院制下市场营销专业的人才培养方向分析

高校在实施书院制模式下,应该坚持“寓教育生活”的教学理念,立足于学生生活,构建“学术——生活——成长”的师生共同体,对学生开展全方位的教育和引导,以实现人才的高质量塑造。

在书院构建下,高校应该积极探索适用于该教育模式的人才培养方案,基于学生市场营销专业的特点,制定符合专业特色的、全面发展的人才培养方向,将学生的学术理论学习、文化素养成长、思想观念进步等方面进行充分结合,实现书院全面育人的功能和目标。

首先,1. 学校应该以学生的学术能力培养为中心

学术能力的培养是高校教育的中心,是高校办学的主要教育目的,一所不具备学术能力培养功能的高校,是不能称之为合格高校的。

一般而言,大学生的学术能力涵盖知识能力和实践能力两个部分。在市场营销专业中,具备扎实的营销知识和专业的营销技能,是学生初入职场的基本能力要求,对学生未来的职业发展起到了重要作用。

专业教师应将学生的学术能力培养作为教育的首要位置,充分利用书院制下的育人优势,将人文理念与市场营销专业知识进行融汇穿插,促进学生学术能力的有效提升。

2. 在充分保障学生学术能力的基础上,融入文化素养方面的充分引导

基于书院制下,教师在市场营销专业的教学过程中,还应为学生打造一个良好的书院文化氛围,通过一些文化活动如读书分享会、艺术沙龙、公益活动等,加强学生之间的文化交流,进一步完善学生的文化素养培育,使学生养成好读书、爱艺术、忠公益的好习惯,使学生的学术能力与人文素养实现同步发展。

3. 思想观念的正确引导也是书院制下高校人才培养的重要内容

随着时代的进步,当代的大学生们受到网络上的各种信息干扰,其中很多的不良思想如功利主义、拜金主义等,导致学生的思想价值观念出现了严重偏差,很多学生过于注重自我感受,蔑视规则,严重缺乏责任感,这与我国的社会主义核心价值观背道而驰,严重影响了学生的心理健康。

对此,在书院制下,学校应该设立专门的思想指导教师,使其深入到学生的生活当中,潜移默化地对学生形成积极的价值观引导,促进学生的道德品质提升,帮助其树立正确的思想观念,培养符合社会主义核心价值观的合格接班人。

二、书院制下市场营销专业人才培养体系的构建路径

(一) 建设全面人才培养目标, 适应书院制教育使命

树立人才培养目标是高校人才培养体系构建的第一步, 科学合理的人才培养目标在整个的人才培养过程中起到的是极为重要的导向作用。

在书院制下, 高校市场营销专业应该立足于新时代学生的具体需求和书院制人才培养的特点, 保障人才培养目标的全面性, 以适应书院制下高校的教育使命。

针对于书院的育人功能定位及其人才培养方向, 市场营销专业教师在展开教育活动时, 可以从学生的学术能力、文化素养、思想观念这三个方面出发, 设立全方位的育人目标。

1. 针对学生的学术能力培养

教师需要以学生的就业能力需求为导向, 这就要求教师对目前市场营销行业的人才需求进行深入了解, 分析学生在未来职场中如果想获得更好的职业发展需要具备何种知识和技能, 并结合市场对人才能力的需求, 设置合适的理论和实践课程, 明确学生的学术课程教学目标, 如充分掌握专业的市场营销理论知识; 能够灵活利用专业理论知识开展实践, 提升职业能力等, 为学生的专业课程教学提供正确导向。

2. 针对文化素养培育

教师应该重视优秀传统文化的融入和渗透, 营造良好的书院氛围, 潜移默化地对学生形成良性影响。“书院制”本就是基于传统封建社会下的书院管理模式优化而来, 在书院制下的人才培养模式本就具有一定的传统文化传承的意义。

在此基础上, 教师可以将传统文化中的文、史、哲等内容融入到学生的学习生活当中, 为学生构建一个和谐、舒适的文化书院氛围, 促进学生文化素养的综合发展。针对学生的文化素养培育, 教师可以设立相应的文化素养目标, 如养成文明、礼貌、大方的良好行为习惯, 保持仪态得体; 具备优秀的道德品质修养, 形成学者风度等, 明确学生文化素养的培育方向。

3. 针对学生的思想观念

应注重社会主义核心价值观的融入, 保证学生思想观念的正确性, 培养符合我国社会发展的市场营销合格人才。针对思想观念的培养, 可以设置相应的人才培养目标, 如帮助学生树立正确的政治观, 使学生深入了解并认可我国目前的社会制度、法律法规、战略政策; 以爱国精神为核心, 培养学生的民族自豪感; 促进学生树立民主精神、科学精神、竞争观念、法治意识等现代观念意识, 培养学生的道德感和责任心等。

(二) 构建自主学习支撑体系, 创新书院制管理模式

自主学习能力是新时代下大学生需要掌握的基本能力, 在书院制下, 如何促进学生自主学习成为当前高校需要考虑的重要问题。在市场营销专业教学中, 教师应该积极构建自主学习支撑体系, 进一步优化“书院制”下的学习环境, 创新书院制管理模式。

首先, 应该构建自我管理制度, 优化“书院制”管理机制。教师可以针对书院制下的市场营销专业学生制定相应的自我管理机制, 为每位学生配备自我管理手册, 设立学习目标管理、时间管理等栏目, 使学生实现对自身学习目标、学习时间的自主管理,

充分利用起碎片化时间来展开自身学习目标的合理规划, 形成良好的自主学习习惯, 实现学生的切实成长。

其次, 可以搭建“书院制”教育平台, 构建自我教育体验系统。针对市场营销专业学生的自我教育就是引导学生认识自我、挑战自我、战胜自我。学校可以设置关于市场营销的“第二课堂”, 将其融入到书院建设当中, 营造书院式学习氛围, 通过配置智慧教室、研讨室、虚拟仿真创新实验室、图书资料室等自主学习场所, 为学生自主学习、研讨交流、图书资料阅览和小型报告提供硬件支持, 促进学生相互学习、相互融合, 营造书院良好的自我教育氛围。

此外, 应该健全“书院制”考核制度, 构建自觉成长评价体系, 进一步优化考核机制, 将传统的仅知识技能考核拓展为学术能力、文化素养、思想观念的全角度考核, 唤醒学生的内在需求和欲望, 使其获得主动发展的动力与热情。

(三) 促进个性化教学体系优化, 提升书院制教学成效

个性化培养是新时代素质教育下的人才培养趋势, 在书院制的实施下, 高校应该遵循教育改革趋势, 加强个性化教学体系的优化, 提升书院制教学成效。在市场营销专业的教学中, 教师应该依据市场营销专业的特点, 结合书院制的培养模式, 构建个性化培养机制、建设多样化的学习模块。

首先, 学校应该立足于学生的学习需求, 以学生兴趣为导向, 打破专业壁垒, 构建可供学生自主选择的“通识课+学科基础课+跨学科基础课+专业主干课+跨专业选修课+科研训练课”组成的学科交叉融合、专业互通集成的多学科一体化课程体系, 实现多学科融合贯通培养。

其次, 可以建设多样化学习模块, 除了市场营销相关的专业课程学习模块外; 还可以组件书法、绘画、歌唱等兴趣学习模块。

同时可以根据学生的双创能力培养, 设立双创项目科研训练模块, 除了市场营销方面的项目外, 学生还可以自主选择其他兴趣专业的创业项目实践, 实现学生的个性化培养。

三、结语

总而言之, 在“书院制”的实施下, 高校在构建市场营销专业的人才培养体系时, 应该对古代的书院文化进行现代化转变, 吸取古代书院的人才培养优势, 融入到现代化高校教育改革当中, 构建具有书院制特色的市场营销专业人才培养体系, 为社会产出高质量、高素质的应用人才。

参考文献:

- [1] 张倩. 独立学院应用型人才培养模式的问题与对策研究——基于H学院市场营销专业的调查[D]. 扬州大学, 2018.
- [2] 曾杰. 市场营销专业创新创业人才培养模式研究——以应用型本科高校为例[J]. 北方经贸, 2017, 11(No.396): 145-146.
- [3] 姜琦琳. 应用型本科高校市场营销专业创新创业人才培养模式研究[J]. 知识经济, 2018(019): 108-109.
- [4] 张玉伟, 江朝力. 高校专业教育与创新创业教育融合浅析[J]. 教育研究, 2019, 2(12): 76-77.

本文系: 重庆市教育委员会人文社会科学研究项目, 项目名称: 全人教育理念下应用型高校书院制建设研究, 项目编号: 20SKGH298 的阶段性成果。