

产业学院促进新商科人才培养的实践与探索

靳代平 董舒

苏州城市学院, 数字经济与管理学院, 中国·江苏 苏州 215104

【摘要】新商科对传统商科人才的培养提出了挑战。本文结合鲲鹏创新学院的实践, 在分析了传统商科人才培养不足的基础上, 阐述了产业学院能够有效弥补传统的商科以专业分工为基础的课程设置、加强过程化管理、注重学生综合能力的提升, 从而达到培养新商科时代符合企业需求的人才, 助力专业发展。

【关键词】新商科; 产业学院; 人才培养

新商科是在新技术、新产业、新业态模式下提出的一个新概念其实质是要求在数字经济背景下培养具有全球视野和数字商业价值观、能够掌握数字技术、将新技术、新理念、新方法融入到商科人才培养, 以对接新经济、新商业(曹颖, 2021)。新商科对传统的商科人才培养提出了挑战。传统的商科人才培养是建立在工业经济背景的基础上, 遵循的是专业分工的思想。新商科要求打破传统专业分工、学科差异, 培养具有交叉融合学科, 既要懂商业思维、同时又能够掌握大数据技术、工业产业基础等知识人才。2020年7月, 教育部发布《现代产业学院指南(试行)》, 明确提出为了培养适应和引领现代产业发展的高素质应用型人才、复合型人才、创新型人才, 以应用型高校为重点, 在特色鲜明、与产业紧密联系的高校建设若干与地方政府、行业企业等多主体共建共管共享的产业学院(教育部, 2020年7月30日)。产业学院不仅能给高校注入人才培养理念, 同时, 还能够带来产业内新的知识与技能, 提供产业内一线的师资, 为高校的人培养注入新的活力。

1 传统的商科人才培养模式的不足

从教育部颁发的《普通高等学校本科专业目录(2022年)》来看, 商科包括工商管理、市场营销、会计学、财务管理、国际商务、人力资源管理、审计学、资产评估、零售业管理和文化产业管理十大专业。广义的商科包含经济学和管理学两大领域的若干专业(谢佳, 2023), 以往在经济活动中与商业活动密切相关的金融、物流等专业也被认为是商科专业。商业活动是国民经济中的重要环节, 也是市场经济中最活跃的部分。商科专业不仅要求要培养学生扎实的专业基础, 更加强调培养学生的行业特质和职业技能。在新商科背景下, 传统的商科人才培养模式存在以下不足。

1.1 课程设置强调专业分工, 忽略跨专业课程

现行商科专业的设置遵从的是分工的思想, 按照在商业

经济活动中不同的分工来设置各专业。现行的高校人才培养方案由通识教育教育和专业教育两大模块构成, 专业教育又分专业基础课程与专业选修课程。商科专业中, 专业基础课程主要有经济学、管理学、会计学、市场营销学等商科基础性课程和各专业核心课程构成, 选修课程一般由本专业领域细分方向、或者反映本专业领域最新动态的一些课程构成, 部分院校直接按照人才培养定位设置专业方向课程, 要求学生选择培养方向后整体选修该课程。这种专业设置的优点是学生能够就商业活动中的某一环节进行系统深入的学习, 不足之处是对商业活动中其他环节, 即其他专业知识不够了解。商业活动是一个系统性的工程, 要求学生能够从整个商业活动的视角去思考某一环节的工作。按照现行的专业设置所培养的人才, 只了解本专业知识, 这就造成在就业过程中进入业界后还需要花费一段时间来学习和了解商业的运行过程, 这无形中增加了企业的人力成本, 导致初次就业质量不高。

1.2 教学过程注重知识传授, 忽略专业技能的培养

商科的一个重要特征是既有系统的理论知识, 同时在使用过程中要和应用场景相结合, 即专业技能的培养。高等教育专业师资对学历有着较高的要求。以普通二类本科商科专业为例, 招聘教师一般都要求具有博士学位。教育主管部门对专业的评估中, 师资的学历学位是一项重要的考查指标。然而, 博士研究生教育是以科研能力为基础的教育, 对应用能力不做要求。商科作为一个市场经济中最活跃的因素, 受众多因素的影响, 要求专业人员要在复杂多变的商业环境中作出决策, 这对从业者而言提出了更高的要求。这就导致在应用型本科院校商科专业中, 受到良好专业训练的师资缺乏实践操作能力, 造成在学生培养过程中, 侧重于理论知识的传授, 缺乏实践技能的传授。其次是真实的商业环境是高校在教学过程中难以模拟的, 尽管我们有各种仿真学习系统, 但毕竟是仿真, 商业环境、氛

围等真实因素在仿真环境中学生是难以体验到的。

1.3 教学评价注重知识考核结果, 忽略了综合能力培养

教学评价是检查学生学习成果的重要手段。现有的应用型本科高校商科专业对学生课程学习成果的考核分为平时成绩和期末成绩两个部分, 平时成绩是指过程性考核, 要求对学生在学习过程中的综合表现进行评价, 期末考试一般指综合性作业或者期末考试。近年来, 部分高校加大了过程性考核的要求, 要求过程性考核在最终成绩评定时所占的比例不得低于50%, 并且强化了过程性考核的方式。例如, 某高校提出了N+1的考核模式, 即要求过程性考核的次数(形式)不得低于该课程的学分(N), 1是指期末考试。这种制度设计的初衷是改善传统的教学过程中采用期末考试这种方式对学生的学习成果进行评价, 要求能够综合性的反映学生的学习成果。在商科教学中, 一是由于师资条件的限制, 二是现有的职称评价制度对教师教学的激励不足, 这就导致应用型本科高校难以进行小班化教学、采用分组讨论、项目制等方式综合反映学生过程性评价的动力不足, 在实际操作过程中过程化教学考核容易简单化, 例如做作业等, 对学生的表达能力、沟通能力、组织能力等方面没有得到应有的锻炼。因此, 最终的课程的成绩评价仍然是形成了以笔试的考核为主, 忽略了综合能力的培养。

1.4 教学效果注重成绩, 改进方面投入不足

按照商科专业认证理念, 教学是一个逐步改善的过程, 即根据考核结果发现问题, 然后反向设置课程教学目标、教学内容、考核方式等, 通过不断的循环改善提高教学质量, 即质量管理中戴明提出的PDCA模式(耿楠, 2023)。然而, 在现有的日常教学活动中, 恰恰缺乏对这一环节的监督与考核。笔者认为, 一是PDCA模式在商科教学管理中本身的复杂性, 首先是商科是和人进行沟通的学科, 和工科相比, 在制定教学效果或者人才培养质量方面的评价本身就有复杂性, 其次是商业环境变化速度快, 不断有新的知识和课程需要建设, 这就影响到了商科教学过程中对课程的PDCA循环。二是现有的职称评价制度仍然以科研为主, 对教学方面、尤其是课程教学效果方面激励不足。如前所述, 高校的师资大多数受过良好的科研训练, 对于教师本身来讲, 科研投入周期短、见效快, 而教学投入周期长, 不一定能够取得效果。因此, 不论从学校教学质量还是教师个人意愿方面, 对教学效果的逐步改进方面投入不足。

2 新商科背景下市场对人才的需求

二十一世纪以来, 以互联网、云计算、大数据、区块

链等为代表的技术革新, 对以往的商业活动形成了巨大的冲击, 它打破了传统的行业壁垒, 以用户为核心, 探求用户的横向连接, 进而发现用户需求, 产生了许多新兴的产业。在这种商业逻辑下, 对商科人才的需求提出了更高的要求。

2.1 亟待打破传统专业分工, 培养新型商科人才

如前所述, 当前高校的人才培养模式是按照职能分工的思想, 以专业为基础进行教育。这种模式的优点是能够聚焦商业活动中的某一环节, 进行全面和深入的教育。但在新商科背景下, 不仅仅要求学生掌握某一方面的专业知识, 更加要求学生能够从整个产业层面上理解商业的价值及其活动规律, 不仅要求需要掌握新技术、新方法发现价值, 更要以用户为中心能够实现价值。这就要求打破传统的专业人才培养方案中课程设计的壁垒, 需要延伸人才培养方案中本专业在价值链中的边界。例如, 传统的市场营销专业课程设置以营销职能为核心进行课程安排和人才培养, 但在新商科背景下, 营销专业人才除了专业相关课程外, 还需要掌握产品设计和工业制造的相关知识, 同时, 也需要掌握商业模式、商业创新和大数据应用能力方面的知识。

2.2 急需发现潜在机会, 快速融入业界

商科作为市场经济中最为活跃的学科, 大量新的技术、新的方法首先都应用于商业创新。近年来, 以大数据应用为基础的技术催生了抖音等商业平台。这些新技术、新的方法的应用对传统的商业模式和人才培养提出了挑战。传统的以企业为中心的价值创造被以顾客为中心的价值创造所替代, 因此, 以顾客数据为源头, 发现潜在机会和实现商业价值是近几年引领市场变革和经济发展的重大动因。传统的商科人才培养在课程设置、知识体系方面面临着知识陈旧, 课程内容难以满足新商科背景下市场对人才的需求, 造成了大学生“毕业就失业”的困境。因此, 新商科要求人才培养融入业界, 从业界学习和吸收最新的知识, 从而重塑课程体系。经过学习后一是能够融入业界, 掌握业界的最新知识和技能, 二是缩短就业时间, 即一毕业就能够进入岗位, 履行岗位职责。

2.3 急需发挥高校和企业优势, 搭建专业发展平台

传统的大学商科教育侧重于知识体系的传承、强调理论教学, 而现有的商业实践则是跨界整合、侧重于知识的应用。如何发挥高校和企业各自的优势, 培养既有一定的理论基础, 又能够在不同场景下灵活应用, 这就需要高校和企业搭建专业发展平台, 从而培养新商科所需的人才。一方面, 高校作为人才的聚集地, 是企业人力资源的重要来

源。另一方面,企业作为高校人才的输送地,实现高质量就业是高校的最终目的和考核的重要指标之一。这就要求高校精准定位,选准专业人才培养的定位与目标,从而对标相关行业企业,搭建专业发展平台。通过该平台,高校能够引入优质行业专家为大学生授课,共同开发紧贴行业需求的课程。同样,企业通过前导课程的授课,可以提前培养行业、企业需求的人才。学校解决了学生实习、就业的渠道,提升了学生的就业能力,企业获得了优质的人力资源,从而实现双方共赢的局面。

3 产业学院促进新商科人才培养的实践探索

鲲驰集团是一家以零售业为主的全域营销品牌代理商,在业内享有较高的知名度。2021年鲲驰集团和某地方院校合作组建“鲲驰创新学院”,以市场营销、电子商务专业为核心,共同培养新时代能够紧贴前沿“懂技术、懂业务、懂运营”的复合型人才。该学院通过师资共建、资源共享、课程共同开发、学生培养共同管理等方式促进了商学院相关专业的转型,为新商科人才培养搭建了平台,改善了传统高校商科人才培养的不足,极大地助力了商学院相关专业的专业发展。

3.1 培养自有品牌,制定电商领域全流程的课程计划

随着时代的发展,纯电商已成为过去式,以直播营销为代表的的新生力量结合线上线下营销的全域零售已是当前零售领域的发展趋势。通过数字技术,主动获客,培养自有品牌成为传统零售行业实现利润增长的发力点。鲲驰集团结合自身在零售领域20多年的发展经验,结合当前趋势和该校营销专业的特长,共同开发“全域零售”、“电商运营”、“数字营销”三门课程,其中全域零售介绍了零售业的发展趋势与动态、企业如何运营自主品牌等知识和技能,电商运营在介绍传统电商课程的基础上,重点讲述互联网营销、直播营销方面的知识,数字营销侧重于如何通过数据分析、发现和挖掘商业机会,并通过运营实现价值。这些课程的设置,都是来源于企业实践,有着丰富的内容和案例,能够紧贴业态动向,打破了传统上专业选修课等内容的限制,使学生能够真正掌握业界的最新知识。

3.2 创新课堂培养机制,促进能力导向培养

如前所述,传统的商科学生的培养在授课中是以教师讲述为主,注重知识传授。鲲驰创新学院在授课过程中以学生为中心,教学内容以案例分析为主,注重通过案例引导学生发言、思辨,并制定执行计划。具体表现为在课堂教学中,讲师简要介绍理论知识的要点,重点介绍相关案例,然后通过课堂翻转请同学们进行案例分析,讲师给予点评,形成本次课程成绩;课程学习中学生自发组成小组,根据相关学习内容在企业进行实习锻炼和素质拓展等活动;期末根据企业

的真实需求提出任务目标,各小组在企业提供一定资源的基础上根据自身学习和实践经历提出执行方案,并进行汇报,由企业专加和校方师资共同组建评价团队,对学生的学习成果进行评价。这种方式打破了传统上高校只注重知识的传授、忽略学生能力锻炼的培养机制。通过全过程、参与式的培养,对学生的商科综合应用能力的培养得到了有效锻炼。

3.3 引入企业绩效管理办法,实现培养效果的逐步提升

鲲驰创新学院引入企业绩效管理办法,对课程的效果、人才培养的质量进行定期的监测,不断完善培养质量。具体做法为每一门课程结束后,通过问卷和访谈的形式了解学生的学习收获和建议;在期中实践环节根据学生的专业应用能力进行评价,聆听学生对这段时间的学习收获和实践收获;在期末通过专业汇报,综合考察学生的专业知识、沟通能力、团队协作、商务运营等各方面的能力;在学生进入企业实习和工作过程中的表现进行跟踪并给出相应的评价,这些评价结果进而反馈到下一期的课程计划修订中,不断提高人才培养质量。

鲲驰创新学院通过校企共建,双方实现了互利共赢。一方面,校方引入了企业的优质资源和师资,融入了业界新课程,使学生和教师通过该平台得到了有效的锻炼。另一方面,鲲驰集团通过该学院培养和吸收了优质的人才,针对综合考评成绩优秀的学生颁发特设奖学金,提供企业“人才直通车”,打通学生就业最后一公里。截至目前,该学院已培养了三届180名行业人才,为鲲驰集团的发展和商学院市场营销国家一流专业的建设提供了有力的支撑。

参考文献:

- [1] 曹颖. 应用型本科高校新商科人才培养教学体系构建与探索[J]. 科技创新与生产力, 2021(02): 105-107.
- [2] 教育部办公厅、工业和信息化部办公厅, 关于印发《现代产业学院建设指南(试行)》的通知[0/L], 中华人民共和国中央人民政府, http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-08/28/content_5538105.htm.
- [3] 谢佳. 后疫情时代我国商科教育国际化战略探讨[J]. 中国人民大学教育学报, 2023(01): 67-82.
- [4] 耿楠. 地方科研院所国际合作平台管理机制研究——基于PDCA循环理论的视角[J]. 办公室业务, 2023(01): 75-78.

作者简介:

靳代平(1979.6—),男,汉族,陕西省宝鸡市人,博士,副教授,研究方向:数字营销。

董舒(1976.2—),女,汉族,河南省南阳人,硕士,副教授,研究方向:会计学。