

金融素养提升与金融产品销售课程教学实施互相促进的路径研究

蒋银鸽 宁德显 杨蕴诗

(广东邮电职业技术学院, 广东 广州 510000)

摘要: 现在特殊时期, 全球经济环境发生了很大的变化, 经济下行期间对个人和企业资产的缩水, 金融产品销售、金融风险管理、金融服务方案策划的对象、内容、过程都发生了巨大的变化。金融素养的提升将为金融从业者的工作能力提升提供很好的促进作用。为适应新时期的金融产品销售工作的多样性, 提升金融素养的工作刻不容缓。本文通过《金融产品销售》课程中存在的问题和金融素养提升意义的分析, 探讨了金融素养提升与《金融产品销售》课程教学实施效果提升的办法与路径, 对金融素养提升在其他课程的覆盖的路径具有较好的借鉴意义。

关键词: 大学生; 金融素养; 课程设置; 教学模式

中国人民银行金融消费者权益保护局发布的《消费者金融素养调查分析报告(2021)》指出, 从金融产品或服务信息获取渠道的情况看, 受访者通过金融机构网点获取金融产品或服务信息的占72.7%, 通过互联网51.27%。与2019年相比, 受访者对金融教育更为重视, 认为金融教育非常重要的比例提高了14.04个百分点。我国的居民金融素养呈年龄上的倒“U”型, 老年人和青少年的金融素养较低。

关于金融素养与金融教育的相关性研究, Bernheim在1996年就发表了结果为正相关的论文。为分析金融素养影响消费的理论机制, Jappelli和Padula(2013)二人建立了跨期消费的金融素养内生模型, 并使用意大利的家庭收入和财富调查数据, 运用实证检验金融素养能提升投资组合收益并促进了消费增长。Milena(2021)将金融素养作为资产回报率的外生变量, 建立了关于消费的生命周期模型, 并实证检验金融素养促进非耐用消费支出的显著性。国内学者中, 罗娟和王露露(2017)发现短期消费信贷随着金融知识的增加规模增加效果显著。吴卫星, 吴轲(2018)认为金融素养与家庭负债有相关性。美国PACFL给出了金融素养的定义: 金融素养是指具有金融方面的基本知识、运用金融知识的能力和管理金融资源, 提高一生的金融福祉。金融素养的培养在居民投资决策上有着重要的意义, 在金融行业从业人员培训, 对金融产品销售岗位作业过程显得更为重要。

一、当前《金融产品销售》课程教学存在的问题

(一) 教学目标有待进一步明确

在专业人才培养方案中《金融产品销售》课程的教学目标只是总体目标, 缺少依据工作过程系统化的重构, 因此无法由教学目标来定教学内容, 匹配教学方法, 设计教学实施方案。应把金融素养提升作为素质目标的一个方面, 成为可操作、可量化和可实现的教学目标。

(二) 教学内容偏重理论

由于金融新业态和新模式突飞猛进的发展, 数字化金融的要求, 对金融服务与管理专业的人才培养提出新的要求。在目前的教学中, 仍偏重理论讲解, 虽然结合案例来加深学生知识性学习, 但实践相对较少, 不利于开阔视野, 提升专业能力, 提高专业素质。《金融产品销售》课程需要瞄准金融行业发展前沿, 紧跟时代的发展, 不断扩充和更新教学内容, 做好广度, 做足深度。信用卡的使用就是金融素养提升能很好解决的一个方面。

(三) 学生参与积极性不高

目前在《金融产品销售》课堂上, 教师自说自话的独角戏现象普遍。即使是案例讨论, 学生畏难参与度不高, 对其他课程活动也是被动参与, 积极性不高, 导致整体教学效果欠佳。学生解

决岗位工作中碰到的实际问题的能力仍需提高。需要想办法调动学生的学习主动性, 尤其是培养学生自主学习和终身学习的能力。

(四) 信息化手段应用较缺乏

由于《金融产品销售》课程之前注重推销与谈判的内容, 把销售的六步法用不同情景训练学生的销售能力。信息化手段运用较缺乏, 语言沟通训练较多, 学生的兴趣激发和适应新时期新媒体营销的新形式较弱, 教学效果提升不明显。

二、金融素养培养与《金融产品销售》课程教学相结合的必要性

(一) 适应当前经济环境的变化的人才培养的需要

当下特殊时期国内外的经济环境有了重大的变化, 衰退期的出现和金融风险的释放对金融从业人员提出了新的要求。我国的十四五规划中关于金融风险防范和化解、金融行业的数字化转型的要求都提到了非常高的程度。当前金融产品销售人员和销售的对象面对的环境复杂, 遇到的产品多样, 市场多变, 产品价格相互影响, 风险因子多重共振, 对金融产品销售业务提出了更高的要求。居民的消费升级了, 只有提高金融素养才能更好地适应新时代, 新环境, 新市场, 新价格。新时期的高职学生需要提高金融素养来适应国际国内的发展趋势, 才能学以致用, 把所学应用于对实际工作领域。如果不能及时优化教学内容, 不能匹配适当的教学方法, 毕业生的人岗匹配度不高, 将对学生的就业产生较大的影响。

(二) 适应学情变化的需要

《金融产品销售》课程的授课对象是大二学生, 目前都已经都是00后, 他们独立自主, 喜欢挑战, 敢于创新。但是由于缺少实践机会, 缺少实战的经验, 在产品的销售过程中会出现不敢开口, 容易受挫的情况。再加上网络游戏、直播视频等输入性信息较多, 需要开口沟通和社交的机会缺乏, 对于金融投融资环境的理解较粗浅, 需要项目式的成果导向激励来完成课程的实施。激发学生的兴趣, 调整教学策略, 利用提升金融素养的方法来提升教学效果, 较好地实现学生金融素养的金融产品销售能力的提升。

(三) 适应高职院校转型发展的需要。

学校转型过程中, 理实一体化的课程可以有效对接高职院校应用型人才培养目标, 加大大学生的实践应用能力的培养。在学生来源一半为军人、工人、农民等再就业人员, 一半为中职和高中毕业的学生的情况下, 理论学习转化为素养提升将为一个较为明智的培养模式。在教育部发布的《职业教育提质培优行动计划(2020—2023年)》中, 明确提出了职业院校转型的方案, 从生源、就业和升学渠道、教学内容、教学方法、教学目标、教学效果、评价方式都有了比较大的变化。从理论学习向职业技能提升的转变, 从知识学习向素养培养的转变, 金融素养就是金融服务与管

理专业提升专业建设和课程建设水平的重要突破口。金融素养的提升与《金融产品销售》课程相结合,将是课程、专业、学校适应高职院校转型发展的需要。

三、基于金融素养培养与《金融产品销售》课程教学相结合的教学模式

课程实施中金融素养提升的具体素养有三类:一是专业核心素养;二是专业拓展素养;三是综合素养,而金融素养则是综合素养的重要组成部分。提升金融素养需要的培训内容包括:

(一)金融学知识培训。熟悉金融学的基本概念,了解金融学基本理论,金融产品学习。

金融学知识不只是基础知识,还包括金融产品知识、金融学基本理论、金融市场的运行逻辑、金融与经济的运行模型、统计分析的方法、大数据分析的理念。

(二)信贷业务培训。了解个人信贷业务、企业信贷业务的审批要点和贷后管理要点,具有选择信贷业务的能力和建立合理借贷的意识。在信贷产品的选择中,不仅要了解产品内容,还要了解产品来源,产品和服务方案的设计,产品和服务的作业流程,产品和服务过程的管理。这就是信贷调查,信贷审查,信贷审批,作业监督,运行管理操作,信贷管理,信贷检查。只有整个信贷流程的清晰了解才能促进信贷这个金融产品的销售。

(三)投资理财能力提升培训。具备通过金融市场和金融产品来投资获利的能力,具备理财规划和财富管理的能力。投资理财是一种技能,只有不断训练,不断总结,不断通过金融素养的提升提高对于各种情况的判断能力,才能做出正确的决策。农村居民、城市居民的消费异同性的考虑,也只有金融素养提升了才能解决。

(四)风险管理培训。金融行业的业务风险较高,无论是信贷业务、投资理财、金融市场,金融从业者需要具备风险管理的意识,具备识别风险、管理风险、处理风险、转化风险的能力,并采取相应手段将发生几率以及危害降至最低。

结合岗位的新需求、新方法、新理念,构建全新的整合式教学模式,实现了对课堂管理、教学环节、学习环节的新变革。

在2021年的《金融产品销售》课程教学中,对比两个班96个学生的学习状况发现,其中一个班49位同学应用了传统教学策略,理论讲述加案例分析的教学实施过程。另外一个班应用金融素养提升的OBE教学法,用任务来引导学生提升金融素养的同时,提高教学的效果。其中过程性评价中,传统教学法班级在理论知识的考查中占优,但是金融素养提升改革班中,期末终结性评价的成果展示中,成果显著比较明显。

四、基于金融素养培养与《金融产品销售》课程教学相结合的措施

(一)践行任务式教学理念,提升金融素养,分解教学目标

在人才培养方案和教案中,加入金融素养培养的内容。在教案的编制中,从原来的根据理论来安排教学内容,变成根据工作工程系统化的整个岗位要求来匹配,岗位工作任务的编排来安排教学内容。对教学内容进行重构,变章节为模块化的任务,让模块变成能组合分装引用的模块,而不是孤立的没有上下联系,没有难度递进,没有能力程度的加深的训练。把金融素养提升需要的四大培训内容,分装到模块建设当中,与教学任务紧密结合起来,并互相促进。变干湿分开为盐溶于水,并且相得益彰又互相成就。在金融产品销售过程中,教学内容的安排原来是分理论模型来编排,变化编排方式和逻辑,让销售岗位中的实际工作任务厅堂销售、电话销售、上门拜访、新媒体营销成为活生生的实际工作任务,与最新的销售任务结合起来,加快金融素养的提升,提高教学的效果。

编制教学设计方案在传统教学活动中,运用在OBE模式,贯

彻以学生为中心,明确课程培养目标,突出学生综合素质和应用能力的培养。按照教学目标,逐步分解章节、每一节课,详细地将章节内容划分成多个小任务,进而编制具体的教学设计,最终使学生成为合格的金融行业实用型人才。

(二)扩展教学内容,提升金融素养,丰富学习资源,适应形势变化

提升金融素养,应用OBE教育理念,注重学生的发展,教学内容和安排需根据人才培养方案课程目标和其对目标的贡献程度,线上和线下混合式教学,帮助学生毕业后迅速融入金融行业工作中为目的。建设课程资源平台,进行线上线下混合式教学,扩展教学的内容,拓宽学生的眼界。线上课程注重了拓宽知识体系,进行全覆盖,提升广度的学习;线下课堂通过学生的探究式学习,解决教学重点,提升深度的学习。在金融素养的提升和课程资源建设中,生活中的实际案例和实际项目将是学生最好的学习土壤。趣味性、操作性、实用性的提升,和对于投资理财实操的心性的打磨,将是学生金融素养和《金融产品销售》课程学习最好的结合效果。线上课程资源的持续更新,在网络教学平台增加微课视频,将静态的课本转化为动态的视频、动画、仿真等学习内容,打一套线上线下组合拳。

(三)匹配教学方法,提升金融素养,加强师生互动,提高学习

提升金融素养,应用OBE的教学理念,使用多种教学方法相互结合,加强创新教学形式和手段,推动学生的探究式学习和研究性学习,激发学生内在潜力、内生动力、学生学习兴趣。改变教师课堂上的主导地位,增加角色扮演、你说我猜、接龙等游戏式课堂活动,实时检验学生的学习效果,增加趣味性和竞争性,提高金融素养,促进学生积极思考、进入实践,让学生达到一种自主、合作、探究、创新的状态去主动快乐地学习。建设课程资源平台,借助信息化手段,把教师的讲解变成学生对金融产品销售流程和实践的操练,以学生为主体,加强对学生实践技能的培养,提升金融素养。

五、结语

金融素养的提升是全国性的一个课题,在《金融产品销售》课程中,金融产品的孤立学习不如金融素养的整体提升对《金融产品销售》课程教学效果的贡献。在教学实施中,应用工作过程系统化的教学内容编排,使用OBE的教学理念,活用线上线下的混合式教学资源,采用丰富多彩的教学方法,才能更好地促进金融素养的提升,达到良好的课程教学效果。在实施过程中,部分学生存在不适应的情况是合理的现象。经过调整与多方协调,教学的实施效果明显。提升金融素养与课程实施相促进将是以后金融服务与管理专业乃至经管类专业的一个重要途径,具有较大的借鉴意义。

参考文献:

- [1] 吴卫星, 吴锐. 金融素养与家庭负债——基于中国居民家庭微观调查数据的分析[J]. 经济研究, 2018, 53(1): 97-109.
- [2] 孟德锋, 田亮, 严伟祥. 金融素养与信用消费行为——以信用卡为例[J]. 金融论坛, 2019, 24(11): 67-80.
- [3] 罗娟. 金融知识可以促进居民消费结构升级吗?——来自中国家庭金融调查数据的证据[J]. 消费经济, 2020, 36(3): 63-73.
- [4] 蔡胜勋, 张博. 农村金融发展对城乡消费差距的影响——基于省级面板数据的实证研究[J]. 时代经贸, 2022, 19(2): 39-44.
- [5] 张林云. OBE导向下贸易经济类专业课程体系设置研究初探[J]. 大学教育, 2020(5): 23-25+36.