

基于 OBE 理论下高职市场营销专业人才培养质量评价方法创新

王悦

黑龙江职业学院（黑龙江省经济管理干部学院） 黑龙江 哈尔滨 150001

摘要：随着社会经济的发展和产业结构的变化，高职市场营销专业人才的培养质量愈发成为高校教育关注的焦点。在这一背景下，基于 OBE（以学习为导向的教育）理论，探索并创新高职市场营销专业人才培养质量评价方法，已成为迫切的任务。OBE 理论强调以学习者为中心，注重学生的综合素质培养和实际应用能力的提升，这与市场营销专业人才培养的目标高度契合。

关键词：OBE 理论；高职院校；市场营销专业；人才培养质量；评价方法

为适应市场的快速变化和实际需求，传统的教育方式和评价方法已经无法完全满足人才培养的要求。在这样的背景下，基于 OBE（Outcome-Based Education）理论的人才培养质量评价方法创新成为一种必然的趋势。在高职市场营销专业中，通过将 OBE 理论融入到人才培养中，可以更好地促使教育与市场需求相结合，从而实现人才培养质量的提升。

1. OBE 理论概述

在现代高等教育领域，OBE（Outcome-Based Education，以学习为导向的教育）理论作为一种先进的教育理念和方 法，在高职市场营销专业人才培养中日益受到重视。随着 OBE 课程理念的推广，OBE 课程逐渐在全球的教育体系中实施，如马来西亚、新西兰、南非、中国香港等地区。博格阿查亚（Acharya）提出了实施 OBE 理念的四个环节：定义学习产出（Defining）——实现学习产出（Realizing）——评价学习产出（Assessing）——使用学习产出（Using）^[1]。OBE 理论旨在将学习的结果作为教学的核心，突出学生的综合素质培养和实际应用能力的提升，以确保他们能够胜任未来的职业和社会角色。市场营销作为现代商业领域的核心活动之一，要求专业人才不仅掌握传统的理论知识，还需要具备市场分析、策划推广、客户关系管理等实际操作能力。OBE 理论与市场营销专业人才培养的需求紧密契合，强调以学习者为中心，强化实践性和应用性，培养学生的创新能力、团队协作能力和跨文化交流能力，使其能够适应日益变化的市场环境。在高职市场营销专业人才培养中，OBE 理论的应用体现在教学目标的设定、课

程内容的设计以及评价方法的选择等方面。首先，教学目标要明确、具体，并强调学生的综合素质培养。课程内容的设计要注重理论与实践的结合，通过案例分析、模拟实践等方式，引导学生在实际问题中运用所学知识解决实际挑战。在高职市场营销专业人才培养质量评价方面，OBE 理论强调评价与教学目标紧密相关，注重学生的实际表现和能力发展^[2]。传统的笔试形式逐渐演变为多元化的评价方式，包括项目报告、团队合作、实际案例分析等。这些评价方法能更真实地反映学生在市场营销领域的能力和素质，从而更好地指导教学实践。

2. 高职市场营销专业人才培养质量评价的现状

2.1. 传统评价方法的弊端与局限性

在高职市场营销专业人才培养中，传统的评价方法存在着一系列的弊端和局限性，这些问题逐渐凸显出来，引发了对培养质量评价方法的深刻反思与重构需求。市场营销专业作为与现实商业环境紧密关联的领域，对人才的要求更多地体现在能否将所学的知识与技能应用于实际市场情境中，解决实际问题。然而，传统的笔试往往着重于理论知识检测，强调记忆和理解，而缺乏对学生在实际市场环境中解决问题的能力的考核。这种偏重理论的评价方法不仅未能准确反映学生的实际应用水平，更影响了其在市场中的适应能力。其次，市场营销的实践要求学生具备团队协作、创新思维、沟通能力和跨文化交流等综合素质，以应对快速变化的市场环境^[3]。传统评价方法通常无法全面衡量这些综合素质，而是将学生分割成各个学科领域，难以反映学生在实际工作中的综合能力。这导致培养出来的

市场营销专业人才在实际工作中可能会面临与他们所学不符的挑战,影响他们在市场中的竞争力。由于每位学生的背景、兴趣和发展方向各异,而市场营销专业更强调培养学生的个性特点,使其能够在竞争激烈的市场中脱颖而出。然而,传统评价方法往往采用一刀切的标准,将所有学生置于相同的评价体系中,无法全面考虑个体差异,从而限制了个性化的发展。这也使得一些潜力较大的学生无法得到充分的培养和发展机会,影响了他们在市场营销领域的长远发展。此外,市场营销领域的发展日新月异,传统评价方法无法及时跟进行业的变化和发展趋势。市场环境、消费者需求以及营销策略都在不断变化,要求市场营销专业人才能够具备灵活的适应性和创新能力^[4]。然而,传统评价方法的相对滞后性使得其很难反映学生是否具备适应市场需求的能力。学生可能掌握了过时的知识和方法,而无法跟上市场的步伐,从而影响其在实际工作中的表现和职业发展。

2.2. 基于职业素养和实际应用的评价需求

市场营销专业的学生需要具备深刻的行业理解、职业道德和职业素养,这不仅包括了对市场规律的认识,更涵盖了沟通、团队协作、决策分析等多方面的素养。因此,单一的知识记忆和理解能力已不能满足市场的需求,评价方法亟需转向更加全面的素养和能力考核。其次,市场营销的本质在于实际应用,要求人才具备将所学理论运用到实际问题中的能力。市场环境的变化快速且不断,人才需要具备灵活性和适应性,能够迅速做出决策并解决问题。因此,评价方法应当更加强调实际应用能力的培养,鼓励学生在真实场景下进行案例分析、市场调研、策划推广等实际操作,以更好地锻炼其市场应变能力。同时,基于职业素养和实际应用的评价需求也呼唤着评价方法的多样化和个性化。不同学生具备不同的优势和发展方向,因此,评价方法应当考虑到学生的个体差异,为其提供更多样化的评价机会^[5]。这可以通过项目报告、团队合作、实际操作演示等方式实现,从而更准确地评价学生的素养和能力。

3. 基于 OBE 理论的培养质量评价方法创新

3.1. 教学目标的设计和制定

在基于 OBE 理论下,高职市场营销专业人才培养质量评价方法的创新首先体现在教学目标的设计和制定上。传统的教学目标往往聚焦于知识的传授,而 OBE 理论强调以

学习者为中心,注重培养学生的实际应用能力和职业素养。在高职市场营销专业中,这一方法的应用具有重要的现实意义,能够更好地适应市场发展的需求。在市场营销领域,学生需要能够在不同的市场环境中迅速做出决策,运用所学的理论知识解决实际问题。因此,教学目标应当注重培养学生的分析、判断和解决问题的能力,使他们能够在面对各种市场挑战时保持灵活性和创新性。通过实际案例的讨论和分析,学生能够更好地理解理论知识在实际情境中的应用,从而培养出真正能够应对市场需求的能力^[6]。传统的教学目标常常过于宽泛,缺乏具体指引,导致教学活动和评价无法准确对应。然而,在高职市场营销专业中,市场环境的复杂性要求学生具备明确的实际应用能力。因此,教学目标应当明确反映出学生需要具备的具体技能和知识,例如进行市场调研、制定推广策略、分析市场数据等方面的能力。这些明确的目标不仅有助于指导教学过程,更能为学生的评价提供明确的标准。此外,市场营销领域变化迅速,新兴的技术和策略不断涌现,要求市场人才具备更新的知识 and 实践能力。因此,教育者需要与行业保持密切联系,了解市场的最新动态,将最新的知识和趋势融入到教学目标中。这样,学生才能在学习过程中跟上市场的发展脚步,培养出更具市场竞争力的能力^[7]。

3.2. 课程内容的重构与实践融合

在基于 OBE 理论的高职市场营销专业人才培养中,课程内容的重构与实践融合成为评价方法创新的关键环节。这一方法的核心在于将学习者置于实际市场情境中,通过具体实践活动,培养其实际应用能力和职业素养,同时确保学习目标的明确性和针对性。首先,课程内容的重构旨在强调学生的实际应用能力和职业素养的培养。传统的课程内容往往偏重于理论知识的传授,而在市场营销领域,理论与实践的结合至关重要。基于 OBE 理论,课程内容应当注重培养学生在实际市场环境中解决问题的能力。通过将实际案例、市场调研和推广策划等融入课程,学生能够更好地理解理论知识的实际应用,从而在实际工作中能够灵活运用所学知识。其次,明确的学习目标是基于 OBE 理论的教学中的不可或缺的一部分,它有助于指导教学过程和评价学生的学习成果^[8]。因此,在重构课程内容时,需要确保课程目标与学习目标的一致性。每个课程应当具有明确的目标,反映出学生需要具备的实际应用能力和职业素养。

这样的目标能够为学生提供具体的指引,使他们能够在学习过程中更有针对性地进行学习和实践。此外,市场营销领域的实际应用性要求学生能够在真实市场环境中运用所学知识。因此,课程内容应当与实际实践活动相结合,使学生能够在实际操作中锻炼实际应用能力。通过参与市场调研、制定营销策略、模拟客户管理等实际活动,学生能够更深入地理解市场运作,培养出实际解决问题的能力^[9]。

3.3. 评价方法的多元化与个性化

在市场营销领域,学生需要具备综合的素质和能力,包括团队协作、创新思维、沟通能力等。因此,通过项目报告和团队合作的形式,能够更全面地评价学生的综合素质。教师可以要求学生在团队合作中进行市场调研并撰写项目报告,从而评价其团队合作和分析解决问题的能力。这种评价方法不仅能够考察学生的知识掌握,还能够体现其实际应用能力和创新能力。其次,面试和演示等能力展示性评价是另一种重要的评价方式。市场营销领域强调实际应用能力和沟通能力,而这些能力往往难以通过传统的笔试考试来准确评价。因此,通过面试和演示的方式,能够更直接地展示学生的实际能力。教师可以组织学生进行销售演示,模拟实际销售场景,评价其客户沟通和销售技巧。同时,面试环节可以深入了解学生对市场营销理论和实践的理解,以及其对市场趋势的分析能力。这种评价方法能够更真实地反映学生的实际能力和潜力。此外,评价方法的多元化还可以考虑学生的个性化差异。每位学生的背景、兴趣和发展方向都有所不同,因此评价方法应当灵活地适应不同学生的需求。教师可以为学生提供选择性的项目任务,使他们能够根据自己的兴趣和优势进行选择,从而更好地发挥个人潜力。同时,针对不同的能力和特长,可以设计个性化的评价方案,确保评价能够更准确地反映学生的实际水平^[10]。

结束语:

综上所述,在高职市场营销专业人才培养中,OBE理论的引入和评价方法的创新不仅是教育的改革,更是人才培养质量的提升。通过强调实际应用能力、明确学习目标、融合课程内容与实践,以及多元化和个性化的评价方法,我们能够更好地培养出具备市场营销领域所需的综合素质和实际能力的人才。OBE理论的理念与市场需求紧密契合,它不仅能够帮助学生更好地掌握知识,更能够让他们在实

际工作中灵活运用、迅速适应,成为市场的中坚力量。然而,OBE理论下的评价方法创新并非一蹴而就,它需要教育者的不断探索和努力。教育者需要紧密关注市场的变化和需求,不断更新课程内容和教学方法,使之与实际市场紧密契合。同时,个性化的评价方法需要充分尊重学生的差异,发挥他们的特长和潜力。

参考文献:

- [1] 吴春. OBE理念下技能竞赛与高职市场营销教育融合研究——以广东农工商职业技术学院市场营销专业为例[J]. 广东农工商职业技术学院学报,2020,36(1):39-43.
- [2] 周琪. 基于OBE理念的高职高专教育模式改革研究——以市场营销专业为例[J]. 中国教育技术装备,2020(2):99-101.
- [3] 高姝. 基于OBE视角的市场营销专业实践教学改革研究[J]. 辽宁广播电视大学学报,2019(4):67-69.
- [4] 金玉清. 技能大赛引领下高职市场营销专业OBE教学改革探索与实践[J]. 文教资料,2020(26):181-184.
- [5] 狄强,雷银生. 基于OBE理念的应用型高校市场营销专业人才培养模式创新研究[J]. 科教导刊-电子版(中旬),2021(4):44-45.
- [6] 孙悦. OBE模式下高校市场营销专业人才培养目标实现路径[J]. 商业故事,2021(21):127-128.
- [7] 欧阳慕岚,周瑜. 基于OBE理念的市场营销专业人才培养模式研究[J]. 现代营销(经营版),2020(1):23.
- [8] 周雪艳. 基于OBE理念的市场营销课程思政实施路径探索[J]. 科学咨询,2023(9):186-188.
- [9] 宋新花. OBE理念导向下多维度构建市场营销专业实训课程思政建设的探讨[J]. 重庆电力高等专科学校学报,2022,27(5):62-66.
- [10] 东晓莉. 基于OBE理念的营销实践教学模式改革与探索——以宝鸡文理学院市场营销专业为例[J]. 新经济,2022,550(2):103-107.

课题名称:协同产业发展下的高职市场营销专业人才培养质量评价体系构建研究;编号:JGZY20220235

黑龙江职业学院(黑龙江省经济管理干部学院),王悦,副教授,研究方向:数字营销、职业教育;150001