

基于融合创新的“大商科”人才培养体系构建及实践

张梁雨

(长春财经学院 吉林长春 130117)

【摘要】 随着社会经济的快速发展,亟需掌握新技术、新技能,了解行业运作的现代化商科人才。对此,高校教育教学基于融合创新改革人才培养模式,基于“大商科”背景,为社会经济建设发展培养具备创新实践应用能力的高层次综合型人才。本文首先介绍融合创新大商科人才培养的内涵,指出传统高校商科人才培养存在的问题,最后就基于融合创新的“大商科”人才培养体系构建与实践提出相应的对策,以结合市场需求培养具备双创能力的新商科人才。

【关键词】 融合创新;大商科;人才培养体系;构建及实践

DOI: 10.18686/jyyxx.v2i1.32830

近年来,新形势背景下,为顺应教育的现代化发展,工商大学应充分利用商科办学的优势,培养具有创新精神与实践技能的“大商科”人才,并将之作为教育教学的重点工作。“大商科”是采用一种开放性的思维和国际化的视角,基于商务活动的社会影响大和辐射广的特性,实现商科教育与人文教育、理工教育的交融渗透,培养具有创新能力的大商科人才。

1 基于融合创新的“大商科”人才培养的概述

1.1 大商科人才培养的内涵要求

首先,社会经济发展对大商科人才培养的内在需求就是要融合创新精神。第一,现代科学未来发展的趋势,就是以知识的分化为基础,而不断进行融合,促进新知识的产生。对此,如果人才只具备较为单一的知识结构,那么将难以适应和满足社会经济发展对人才的全面需求。第二,社会各个产业的需求随着知识的变化而变化,对此,这也就向高校人才培养不断提出新的要求,需要培养具备复合性知识结构的综合性应用人才。第三,当前我国企业正处于产业升级和转型的重要阶段,但是由于缺乏创新力对转型产生阻碍。于是,高校能否培养出具备创新精神和能力的人才成为实现我国产业升级和转型的关键。第四,商科作为现代知识体系的重要内容,现代商科更是发展成为经济学与管理学的交叉学科,我国现代市场的经济主体和商品市场的发展,迫切需要大批量的高素养的商科人才。

其次,社会宏观发展战略对商科人才的诉求离不开融合创新。自“十三五”后,我国社会经济发展实施创新驱动发展的战略,将创新作为着力点,并将科技创新与政府政策相结合,依靠创新驱动,发挥先发优势,创造出越来越多的引领型企业。同时,充分应用“互联网+”开创一系列创新型的商业模式、服务模式及管理模式等,构建一种网络现代化协同与分工的新格局。不断完善和健全现代市场体系,改革金融体制,高校商科人才积极响应国家宏观发展战略需求,重视和培养具有创新与实践应用里的综合型大商科人才。

最后,教育“十三五”规划,对大商科人才培养的现实需求就是要融合创新。我国高等教育在“十三五”

时期,一方面,深化教育教学改革,全面推行“产学研”协同育人的新型教育模式,深入探索通识教育与专业教育相结合的人才培养模式,将文科教育与理科教育相融合;另一方面,全面推进构建高校创新体系,鼓励高校创建融合创新创业的服务平台,构建健全完善的教育课程体系,创新管理体制,引导学生积极主动地参与创新实践活动。高校还应当以创新创业为导向,开展形式丰富的创业比赛和活动,培养大学生的创新和创业能力,满足“十三五”规划对大商科人才培养的现实需求。

1.2 大商科人才培养体系的价值意义

受到传统专业设置的制约和影响,我国高校教育在人才培养上有着严格的专业划分,导致学科和专业分离、学生知识结构单一、创新能力匮乏、知识应用能力与社会经济实际需求不匹配,加之传统的人才培养模式,不能满足培养全面人才的需求。

大商科人才培养体系注重学科专业的交叉与融合,既结合经济社会发展的实际需求,又与行业产业发展紧密对接,全面提高人才培养质量。面对新时代、新要求,全面推进学科专业一体化发展,探索和创新人才培养方式,积极构建“通识教育+专业教育+能力提升”三位一体的“大商科”人才培养模式,积极培养具备专业能力、创新意识的高素养应用型人才,为社会经济建设发展培养适应生产、建设、管理、服务需要的复合型应用人才。

2 传统高校商科人才培养存在的问题

当前应用型本科高校商科人才存在以下四个方面的问题。

2.1 商科人才培养模式的单一性

新时代随着科学技术的发展,商业环境与产业发展面临着不断的升级与转型。在此背景下,传统单一的商科人才培养模式,已经不足以满足社会经济发展对人才的需求。立足社会经济发展多元化的发展需求,商科人才必须大胆打破学科专业的界限,创新优化平台课程体系,积极构建综合性的实践平台,丰富教学资源 and 强化教学保障,培养符合社会经济发展需求的复合应用型商科人才。

2.2 学科与专业建设的分离

当前传统研究型高校,在教学中普遍存在“重学科、

轻专业”的现象，而新成立的本科院校，在教学中则存在“轻学科，重专业”的现象。学科与专业建设的分裂现象，导致高校人才培养质量得不到有效保障。

2.3 课程体系构建不合理

高校教学中，传统的课程体系结构较为单一，教学方法陈旧，不重视培养学生的能力。课程设置与社会经济发展、行业、产业需求不相符，难以满足应用型人才知识结构和能力提升的需求。加之专业交叉融合能力培养所需的知识覆盖面有限，关于如何运用新技术和新知识解决实际问题的知识内容比较少。

2.4 应用型人才实践操作能力薄弱

传统实践教学注重培养学生的基本技能，对学生创新实践能力的培养不足，在专业实验、实训、实习及创新拓展等方面也存在不足，教学内容中缺少与实践内容的融合。同时，实践平台匮乏、类型单一，缺少解决综合问题的专业一体化的事件平台。正是实践教学内容体系与平台的单一性限制了应用型人才实践能力的培养。

3 基于融合创新的“大商科”人才培养路径

3.1 融合先进的人才培养理念

“大商科”人才培养的核心理念为“专业成才，精神成人”，人才培养中将“培养才能”与“陶育人格”等先进理念相融合，将通识教育与专业教育相结合，积极融合现代知识经济社会的先进理念，确保培养的“大商科”人才，切实满足社会经济发展实践应用需求。

3.2 机制的融合

大商科人才培养的创新性，将传统课堂育人模式的封闭性和单一性打破，而是注重培养学生的能力，提升素养，注重学生的个性化发展，培养目标就是为了提高学生的实践能力。大商科人才培养创新社会协同育人机制，联合社会各界力量构建实验室、实训基地等，不断深化产学研协同育人机制，以全新的合作理念吸引各方力量参与到人才教育培养中，以期健全完善一套能够互为促进、协同育人长效的人才培养机制。

3.3 充分促进各种手段融合与利用

基于融合创新的“大商科”人才培养模式，充分运用各种先进的现代化教育教学手段方式，协调多元育人的资源，达到人才培养的目标。不仅重视课堂教学，还要深入推进创新教育，积极运用校外实践和第二校园的新型教育模式，不断探索大商科人才培养创新模式。

3.4 立足行业、产业需求，优化调整学科专业结构

“大商科”人才培养基于工商学科专业的一体化发展，针对各行各业产业转型升级需求，积极调整学科专业结构，大力推动工商管理等传统类专业的升级和转型。结合“新文科”的建设要求，构建具备“新商科”特点的经济类管理类专业，构建实践教学、第二课堂等协同发展的综合平台，全力推动工商管理学科专业协同一体化发展。

3.5 聚焦课程体系改革，不断提升课堂教学质量

“大商科”人才培养应当聚焦课程体系改革，构建“通识教育课程+商科课程+主干核心课程+专业课”的课程体系，建设商科课程平台，创新实施大类培养和专业分流。在调整课程体系的基础上，凭借现代教育信息技术手段，推进“线上线下混合式”教学模式，依托网络教学平台，不断丰富课程资源，切实提高课堂教学质量。

3.6 构建实践教学平台，推动专创教育融合

全力推动实践教学体系的改革，在明确实践教学内容的基础上构建实践教学平台，整合实验实训室，构建一体化商科综合类平台，将学科竞赛、科研训练等纳入创新创业中，推动其与专业教育的融合发展。

此外，为支持“大商科”人才培养体系的构建，应遵循“引培结合”的原则开展师资队伍建设，推进双师双能型教师队伍的建设，将师德师风建设摆在首位，提升教师的实践能力，鼓励教师到企业一线进行锻炼。

4 结论

综上所述，“大商科”人才培养的关键是就是注重学生的特色发展，因而融合创新成为最基本的方法，将尚科教育、人文教育与理工教育相融合，培养优秀的大商科人才。本文首先介绍融合创新大商科人才培养的内涵，指出传统高校商科人才培养存在的问题，最后从实践应用出发就基于融合创新的“大商科”人才培养体系构建提出相应的对策，以促进产教融合，培养符合社会经济需求的创新型大商科人才。

作者简介：张梁雨（1984.7—），男，蒙古族，吉林白城人，研究生，副教授，研究方向：农村金融，金融实践教学。

基金项目：吉林省教育科学“十三五”规划课题：《民办本科院校大商科人才创新创业实践体系的构建研究与实践（基金号：GH181015）》。

【参考文献】

- [1] 陈寿灿. 基于融合创新的“大商科”人才培养体系构建及实践 [J]. 人才培养与教学改革——浙江工商大学教学改革论文集, 2016: 10-14.
- [2] 张方昕. 探索高校创业教育与专业教育的深度融合——以郑州成功财经学院“商科+”人才培养模式为例 [J]. 才智, 2019 (1): 20.
- [3] 路敏. 应用型高校实现专业教育与创新创业教育深度融合的路径探索 [J]. 现代商贸工业, 2020, 41 (11): 89-90.
- [4] 蔚燕舞, 李涛, 熊桂芳. 高校人力资源管理专业与创新创业教育深度融合的实践教学路径研究 [J]. 中国管理信息化, 2020, 23 (8): 217-218.
- [5] 张骅宇. 创新创业教育融入高职人力资源管理专业的研究与实践 [J]. 青岛职业技术学院学报, 2019, 32 (6): 39-42.
- [6] 万鑫. “新商科”背景下企业对高校市场营销专业人才培养需求与建议浅析 [J]. 商业经济, 2019 (3): 66-67.