

广州工商学院 广东 广州 510850

【关键词】：OBE 教育理念；新媒体营销；四位一体；人才培养模式

Xiaoqin Yu, Lingli Zhao, Meiling Yang

Guangzhou Polytechnic School Gugangdong Guangzhou 510850

Abstract: In recent years, the demand for new media marketing talents has surged, but the talents sent by universities to the society have not really meet the needs of working ability. In view of the OBE education concept of "output oriented" characteristics, this paper using OBE education concept, in Guangzhou business school marketing professional new media marketing direction, for example, respectively from the talent training construction target, curriculum system, teaching mode, teaching evaluation, such as four aspects to build "goal-curriculum-teaching-evaluation" four-one talent training mode, strengthen students "three points theory, seven practice" application ability, for the greater bay area economic development counterpart and applicable talents.

Keywords: OBE education concept; New media marketing; Four in one; Talent training model

1 引言

在党的十九大报告中，总书记提出“加快一流大学和一流学科建设，实现高等教育内涵式发展”。简而言之，高等教育内涵式发展是借助一流的人才培养模式来培养一流的人才。同时，应用型本科院校的办学目标是从用人单位的岗位需求出发，有针对性地培养既有一定理论功底，又具有强实操能力的人才。基于此，以广州工商学院市场营销专业的新媒体营销方向（以下简称“新媒体营销”）为例，构建“目标—课程—教学—评价”四位一体的人才培养模式，夯实学生“三分理论、七分实践”相结合的应用能力，为大湾区经济发展输送优才。

2 新媒体营销“四位一体”人才培养模式的基本思路

2.1 OBE 教育理念简述

OBE (Outcome-based education) 教育理念, 即“成果导向型教育”, 主张“产出导向、以学生为中心、持续改进”, 注重“目标”和“结果”。与传统的教育理念不同的是, OBE 教育理念认为每个学生都可以通过针对个体差异提供适宜的学习机会, 从而获得成功。同时强调学校更应该对学生的学习成效负责, 并提出具体评价及改进措施。

目前, OBE 在高校课程教学改革的应用方面主要包括: ①确定学生在毕业时要最终达到的学习成果; ②针对最终学习成

果构建课程体系,课程体系里的每一门课程都将提高实现最终成果的相关能力,即课程体系与能力结构是互相呼应的;③教学方法强调个性化,根据学生的基础、能力和兴趣等,分别制定不同的教学目标、教学计划;④因为每个学生的学习成果存在差异,因为无需互相比,强调“能力本位”,注重学生在学习过程中的表现及进步;⑤确定出每阶段的学习目标,这些学习目标是从初级到高级,最后达成终极学习成果。

2.2 新媒体营销“四位一体”人才培养模式的基本思路

基于 OBE 教育理念, 广州工商学院市场营销专业初步探讨了新媒体营销方向的人才培养模式, 基本思路如图 1 所示。

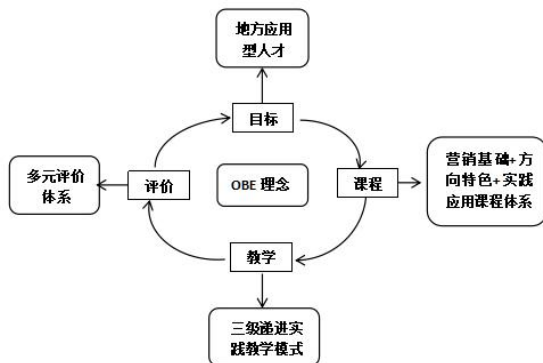


图1 新媒体营销“四位一体”人才培养模式基本思路

首先,基于OBE教育理念,立足于粤港澳大湾区的经济发展方向,从应用型本科院校办学定位和学生实际需求出发,提出新媒体营销人才培养的终极目标。

第二,立足培养目标,打造学用结合、学做结合、学创结合的“营销基础+方向特色+实践应用”特色课程体系;

第三,注重实践教学,引入校企合作企业的真实案例,构建“课内实训—课后实践—毕业实习”三级递进实践教学模式;

第四,建立和实施多元评价体系,增加思政评价指标,同时加强实践教学环节的评价,实现思政、理论与实践教学评价并重。

构建“目标—课程—教学—评价”四位一体的人才培养模式,需要明确以下几点:①将人才培养目标进行具体化,形成新媒体营销方向学生的毕业要求,包括知识、能力、素质方面的要求;②课程体系需要对毕业要求形成支撑,那就是学生通过每门所开设课程的学习,能有效达到毕业要求;③教学环节是课程体系落到实处的关键,并对毕业要求实现支撑;④评价体系则是毕业要求的证明支撑,证实人才培养目标、毕业要求提出的合理性。

3 新媒体营销“四位一体”人才培养模式的具体实施

3.1 目标:培养粤港澳大湾区应用型人才

制定新媒体营销人才培养目标,主要考虑两大需求因素:一是利益群体的需要(外部需求),包括国家、雇主、家长、学生等,从几个群体的实际需要出发,综合布局;二是学校定位(内部需求),需要和广州工商学院“培养面向生产服务一线的厚基础、宽口径,实践能力强的高素质应用型、技术技能型人才,办成一所具有鲜明特色的应用型本科院校”的办学定位相一致。

基于上述考虑因素,根据粤港澳大湾区的经济发展实际,我们确定了新媒体营销人才的培养目标为:培养德智体美劳全面发展、践行社会主义核心价值观,具有家国情怀、社会责任感,适应区域经济发展中企事业单位用人需求,掌握现代经济管理理论与营销知识,具备较强营销应用技能和创新创业能力,毕业后能在中小型企事业单位从事新媒体营销的高级应用型人才。

3.2 课程:“营销基础+方向特色+实践应用”特色课程体系

3.2.1 营销基础课程

该部分课程的设置主要是为学生打下扎实的营销理论基础,是为后续实践课程的开展提供理论支撑,要求所有市场营销专业的同学均需修读。这些课程主要包括:市场营销学、管理学、消费者行为学、市场调查、广告学、品牌管理,以及2018版新国标要求的其余几门核心课程。

3.2.2 新媒体营销方向特色课程

广州工商学院市场营销专业目前包括“新媒体营销”和“大数据营销”两个方向,每个方向要求学生在大三、大四各修读六门课程。以“新媒体营销”方向为例,我们设置了六门课程分别是:新媒体营销概论、新媒体文案创作与策划、新媒体广告设计、新媒体数据分析、新媒体运营与推广I和II。其中,《新媒体运营与推广》分两个学期开设,教师可以根据最新的新媒体运营工具,选取2-4个开展课堂教学,例如短视频、直播、社交媒体的具体运营。

3.2.3 实践应用课程

该部分课程的设置主要目的是将前述课程所学的营销理论,进行具体的实践应用,与应用型本科院校的办学定位高度匹配,主要包括:创业学、创新创业训练、社会实践周、营销新思想与实践、认知实习、市场营销技能实训、ERP沙盘模拟经营、学年论文、毕业论文及毕业实习。这些课程虽然是全部市场营销专业的学生都需修读,但是具体的实践内容与学生选择的方向是一致的。例如,新媒体营销方向的学生在毕业论文、模拟经营、社会实践周的实践,都会围绕新媒体营销领域范围内的内容进行训练。

3.3 教学:“课内实训—课后实践—毕业实习”三级递进

作为一所应用型本科院校,广州工商学院非常注重培养学生的实践能力。目前,新媒体营销人才的培养主要通过“课内实训—课后实践—毕业实习”三级递进的教学模式进行。

3.3.1 课内实训

以《新媒体营销概论》这门课程为例,课程学分为2,总学时为32,其中理论学时为24,实践学时为8。在实践教学部分,设置三个实训项目,分别为“社会化媒体营销之微博推广”、“为指定产品制作新媒体创意策划案”、“‘大学生活我来秀’原创视频营销”,对应于微博营销、新媒体创意策划、短视频营销等模块的内容。其中,“为指定产品制作新媒体创意策划案”这一项目对接全国大学生广告艺术大赛,在“赛中学、学中做”中培养学生的专业技能。

3.3.2 课后实践

在课后,学生通过在小红书、百家号、两微一抖(微信、微博、抖音)、知乎等平台中,运用《新媒体营销概论》中接触的模块内容,在实际中进行具体摸索和应用,尽量将所学的理论知识具象化,强化学生对课内内容的理解。例如,有的同学在学校的新媒体中心,或者在企业兼职新媒体运营工作,不管是公众号的维护,还是在抖音平台的运营、为农产品进行直播带货,都做出不错的成绩。

3.3.3 毕业实习

学生在前面的方向课程学习中,经过“课内实训”和“课

后实践”的锻炼,已经对新媒体营销的内容有了一定的认知。在毕业实习阶段,大部分学生会到对口的岗位去接受真实企业场景的挑战。例如,有的学生会到企业的新媒体运营岗位,针对公司的产品在各大平台撰写文案、制作 H5 海报、拍摄短视频等。学生年轻、有活力,往往能在这些新兴岗位上发挥所长。

3.3.4 评价:“思政、理论与实践”并重的多元评价体系

在以往的教学评价中,教师往往只关注学生理论和实践能力的考核,甚至只重视理论水平的评价,容易忽略“德育”方面的评价。然而,社会发展到今天,单纯追求经济利益已经不能满足企业发展所需。同时,社会对企业履行社会责任的呼声越来越高,很多企业开始意识到在员工招聘、考核、职称提升等工作中重视“德”的评价。因而,学校在人才培养的过程中,亦要提高学生的德行水平。教师在教学评价中,融入了思政元素。以《新媒体营销概论》这门课程的实训项目“为指定产品制作新媒体创意策划案”为例,增加一些公益项目作为命题,鼓励学生选择公益项目进行分析;而“‘大学生生活我来秀’原创视频营销”则和广州工商学院的“五进教育实践活动”结合,鼓励学生针对学校“进课堂、进图书馆、进实验实训室、进体育场馆、进社会”题材拍摄短视频,更深度理解“五进”德育活动的本质。

4 “四位一体”人才培养模式现阶段实施效果

实施“四位一体”人才培养模式后,在新媒体营销赛事方

面,我们为学生引入了“大广赛”、“学院赛”等赛事,搭建大学生创新创业竞赛平台,不断加大对学生的支持力度、有效整合资源,在学生中营造了“愿学”氛围,夯实了“能学”基础,拓展了“善学”空间。近四年,学生获得包括“互联网+”、“挑战杯”、“大广赛”等一类赛事奖励二十余项。其中,在2020年以前,学生在“大广赛”方面颗粒无收,主要是因为“大广赛”的竞赛内容对营销方向的学生并不友好。但在设置方向特色课程及相关实训后,学生的实践能力有了较大幅度的提高,在2021年及2022年的比赛中获得了两个二等奖、三个三等奖的好成绩,实现了零的突破。

目前,学生在“营销基础+方向特色+实践应用”这一特色课程体系中得到锻炼,实现知识与能力的转化,在任务参与中获得综合能力的成长,增强就业竞争力。

5 结语

前文已述,新媒体营销方向运用“四位一体”人才培养模式初见成效。今后,我们将继续推行该人才培养模式,进一步将全国大学生广告艺术大赛深度融入课程教学。例如:将“策划案”类植入《新媒体营销概论》课程;将“广告语、长短文案类”植入《新媒体文案创作与策划》课程;将“平面广告”植入《新媒体广告设计》课程等,深度做到“以赛促学”。同时,尝试将“四位一体”人才培养模式应用于“大数据营销”方向,甚至是其他专业中去,进行大力推广应用,让更多学生受惠。

参考文献:

- [1] 教育部、财政部、国家发展改革委.关于深入推进世界一流大学和一流学科建设的若干意见[R]. 2021.12.17.
- [2] 庄明杰,王子玲,张哲彰.粤港澳大湾区应用型本科营销人才培养模式研究[C].2021 第五届教育与创新国际会议论文集.2021(05).
- [3] 孙伟.<新媒体营销>的特点与创新--兼论移动互联时代高校市场营销专业人才培养模式改革[J].武汉冶金管理干部学院学报.2020(12).
- [4] 金贻娟.双创环境下新媒体营销人才培养模式研究[J].考试周刊,2018(04).

本研究来自于以下项目:①广州工商学院 2021 年度校级质量工程项目:基于 OBE 教育理念的应用型本科院校新媒体营销“四位一体”人才培养模式构建,编号:ZC20211119;②广州工商学院 2021 年度校级质量工程项目:《广告学》课程混合式教学改革与实践研究,编号:ZC20211120;③广东省一流课程《市场营销学》,编号:2021KC-010

作者简介:余晓勤,女,汉族,(1982.5-)广东高州人,硕士,广州工商学院副教授,研究方向:新媒体营销、品牌管理。

赵莉莉,女,汉族(1981.12-)四川成都人,硕士,广州工商学院讲师,研究方向:新媒体营销、艺术设计

杨美玲,女,汉族(1986.10-)广东河源人,硕士,广州工商学院副教授,研究方向:市场营销