

OBE 理念导向下多维度构建市场营销专业 实训课课程思政建设的探讨

宋新花

(重庆电力高等专科学校, 重庆 400053)

摘要: 互联网浪潮下高职高专市场营销专业必须打破传统的学科导向型的教育模式,以 OBE 理念为导向对实训课程开展课程思政建设,从而适应新媒体营销环境对人才培养和思政素质的要求。拟通过对销售骨干训练营进行重构,积极探索基于 OBE 理念下的专业实训课课程思政的建设路径。

关键词: OBE 理念; 课程思政; 专业实训课; 销售骨干训练营

中图分类号: G710

文献标识码: A

文章编号: 1008-8032(2022)05-62-05

伴随着网络信息技术的飞速发展和消费升级大趋势的出现,企业的营销环境和消费者的消费需求都发生了极大的变化,对高职高专市场营销专业的人才培养提出了新的挑战和要求。突破传统学科教育模式,在专业教育中融入 OBE 教学理念,是“互联网+”背景下高职高专院校市场营销专业培养满足时代需求的高素质技能型人才的必由之路。市场营销专业在 OBE 教学实践过程中,还要切实落实“立德树人”的根本任务,将价值引导寓于知识传授和能力培养的过程中,实现“价值塑造、知识传授、能力培养”三位一体,使专业课程的思政建设与思想政治理论课同向同行,形成育人协同效应。

1 相关理念

1.1 OBE 教育理念

OBE 即 outcome-based education,指成果导向教育,由威廉姆·斯巴迪(William Spady)提出,是一种强调学生学习产出,注重学生专业素质培养及专业技能获取的先进教育理念^[1]。相较于传统教育理念,OBE 教育理念强调从学科导向向目标导向转变,由教师中心向学生中心转变,由从质量监控向持续改进转变,是一种以“学生中心、产出导向、持续改进”为教育理念,紧扣市场需求的教育哲学。

在营销环境发生巨大变革的今天,OBE 理念对于市场营销专业的实训教学有重要的指导意义。伴随着网络信息技术的飞速发展和消费升级大趋势的出现,营销环境由卖方市场向买方市场变迁。消费者的理念、行为发生了极大变化,消费方式由最初的

单一消费方式逐渐转变为多元化消费方式,开始追求品质化、个性化、服务化^[2]。销售模式也追求线上、线下、物流等多方面的高效结合,直播销售、沉浸式体验销售等新的销售模式不断催生,沟通性、差异性、创造性、关联性、体验性成为新媒体传播时代对市场营销的新要求。社会需要能够突破传统界限、能够实现精准营销、有较强实践动手能力的高素质营销人才。

以 OBE 教育理念为导向开展市场营销专业实践教学,能有效地根据社会需求培养实践能力强的技能型营销人才。OBE 教育理念强调 3 点内容。第一,强调产出导向而不是学科导向,注重实践教学的产出成果。产出导向明确了教学目标,进而根据教学目标反推教学过程,而教学目标又是由行业需求决定的,因此,OBE 教育理念导向能最大限度地还原新的营销环境对营销人才的需求,使教学过程紧密结合工作流程,避免了实训教学流于形式。第二,强调学生中心而不是传统的教师中心,注重实践学习过程、实践教学模式和评价方式的创新,要充分结合学生的学习能力现状,提高学生的学习主动性和积极性,以契合高职高专院校生源多元化、学生素质参差不齐的学情背景。第三,强调持续改进,使实践教学在进行过程中不断趋于完善,始终保证实践教学与内、外部需求相吻合,最大程度地保证实践教学的实效性、实用性和科学性。因此,基于 OBE 理念的人才培养,既满足了行业产业发展的实际需求,也遵循了社会发展需求既是教育的起点、也是教育的终点的教育理念,更趋向于实用应用型人才培养^[3],这对高职高专院校的市场营销专业来说具有

收稿日期: 2022-03-22

基金项目: 重庆市教育委员会 2020 年高等教育课程思政项目(202057S)。

作者简介: 宋新花(1982-),副教授,研究方向为金融与营销。

极大的指导价值。以 OBE 理念为导向开展实训教学,是新的营销环境对市场营销专业人才的必然要求。

1.2 课程思政理念

“课程思政”是指高校教师在传授课程知识的基础上引导学生将所学的知识转化为内在的德行,转化为自己精神系统的有机构成,转化为自己的一种素质或能力,成为个体认识世界与改造世界的基本能力和方法^[4]。“课程思政”是将思想政治教育渗透到理论或者实践课程教育教学活动过程中,以课程形式灵活开展思政教育。课程教学使所有教学实践环节都成为高校教书育人、立德树人的重要载体,实现润物细无声的德育教育^[5]。

随着经济的迅速发展,“互联网+”背景下的社会的人文价值观发生了巨大变化,一些不良观念和现象也开始出现,例如:物质主义价值观在大学生中悄然流行;大学生的集体主义价值观弱化,自我意识突出;大学生心理承受能力弱,抗挫折能力差,缺少责任感;等等。在新媒体营销领域,一些从业者的职业道德和职业素养需进一步加强和提高,例如:数据造假,急功近利;缺乏家国情怀和文化自信,盲目崇外,趣味低级;等等。如何使从业人员遵循营销道德,在营销从业过程中践行社会主义核心价值观,弘扬社会正气,树立正确的营销价值观,是高校市场营

销专业人才培养的必修课。因此,以 OBE 理念为导向的市场营销专业的实训教学,必须同步融入课程思政建设。

2 基于 OBE 理念和课程思政建设的销售骨干训练营课程重构

销售骨干训练营是重庆电力高等专科学校市场营销专业针对大二学生在“互联网+”背景下将传统营销与互联网有机结合的必修实训课程。该课程最初主要通过校内仿真和项目实训来提高学生的销售技能。在“互联网+”的新环境下,现以 OBE 理念为导向,基于“学生中心、产出导向、持续改进”,融合课程思政要求,对该课程从课程目标、教学内容和环节、教学方法、课程考核等方面进行课程重构。

2.1 突出“产出导向”,基于内外部真实需求来明确课程目标,在课程目标中同时明确职业能力目标和思政教育目标

基于社会对具有新媒体营销技能人才的需求和校内人才培养方案中对学生培养的目标,以及对当前营销领域思政现状的分析,现将销售骨干训练营的课程目标确定为培养新媒体营销环境下具备较强营销能力和职业素养、具备正确的营销价值观、自觉践行社会主义核心价值观的高素质技能型营销人才。具体见表 1。

表 1 销售骨干训练营教学目标重构

课程目标	具体目标
职业能力目标	具备在新媒体环境下的较强的营销能力:需求分析能力、新媒体营销策划和推广能力、销售运营管理能力等
思政教育目标	培育和践行社会主义核心价值观(爱国爱家、敬业、诚信、友善) 具备新媒体环境下的正确的营销价值观:团队观和全局观;创意和法制意识;高效务实的职业精神、以客户为中心、为消费者创造价值的客户观、成本和效益观等 培养具备新媒体环境下营销人才的专业职业素养:文明细致、吃苦耐劳、善于沟通与表达、善于学习和适应、勤于反思和改进、具备抗压抗挫能力等

2.2 突出“学生中心”,对学生学情进行精准分析,对教学内容、教学方法进行重新设计,突出学生课程学习和思政践行的主人翁地位

销售骨干训练营课程面向的是市场营销专业大二的学生,他们已经学过市场营销、消费者行为学、新媒体运营等专业理论知识,也已经进行过专业拓展训练及项目的实战策划,具备一定的理论和实践基础;作为“00后”,他们讨厌说教,喜欢通过实践的方式来获得知识,有很强的自我认知和自我意识;他们即将进入大三,面临就业,需进一步打造差异化核心竞争力,同时须进一步打磨正向的从业心态,强化职业道德和职业精神,熟悉职业规范,强化团队观和全局观。在此学情分析的基础上,结合课程目标,对

本课程教学内容、教学方法进行重新设计。

2.2.1 对教学内容的重构

在教学内容上,确定从学科导向向目标导向转变,以培养新媒体营销环境下实战型营销人才为目标,打破教材壁垒,通过淘宝直播开展销售实战,整合专业课的教学内容。在具体的教学内容设计上,基于工作流程和真实任务重新设计实训内容,将整个实训过程拆解为“直播准备——正式直播——深入直播——直播收尾”4个阶段,每个阶段又分若干工作环节,将营销策划与推广、消费者分析和推销技巧、新媒体运营、商务沟通、财务管理等专业知识整合到相应工作环节,最大程度还原新的营销环境对营销人才能力的需求。具体见表 2。

表2 销售骨干训练营教学内容重构

序号	阶段名称	环节内容	专业知识和能力
1	直播准备阶段	1. 团队组建 2. 直播技巧培训(企业专家及平台资源) 3. 选品、产品培训、策划 4. 试播	直播运营知识及技巧的掌握、消费者行为分析与调研、选品及策划能力、营销团队管理和合作能力、商务沟通能力
2	直播及深入直播阶段	1. 每日直播 2. 总结 3. 复盘汇报 4. 教师点评及直播再定位	市场调研能力、新媒体平台的营销策划和推广能力、新媒体运营的技巧和要点、线上线下营销策划能力、营销团队管理和合作能力、商务沟通能力
3	直播收尾阶段	1. 直播收尾(账务、售后、样品返还等) 2. 实训总复盘(直播运营情况总结、财务分析、实训报告等)	客户服务和管理能力、销售管理和分析能力、商务沟通能力

重构教学内容的同时,进行课程思政的科学融入:第一,注重课程思政教育的针对性和亲和力,针对每个具体工作环节容易出现的思政问题进行思政元素挖掘与设计。第二,强调学生中心。创设让学生身体力行的教学情境,让学生在直播的真实情境下进行实训,在营销实践过程中发现容易出现的思政问题。第三,强调持续改进。通过“学生践行思

政要求——开展思政践行反思——教师践行评点——师生持续改进和提高”的路径,让学生在实践中发现思政问题,切实将课程思政教育落在具体工作环节中,避免课程思政教育成为假大空。

OBE理念导向下的销售骨干训练营基于工作流程的教学内容重构和思政元素挖掘如表3所示。

表3 销售骨干训练营教学内容重构和思政元素挖掘设计

序号	阶段名称	环节内容	思政元素挖掘与设计
1	直播准备阶段	1. 团队组建 2. 直播技巧培训 3. 选品、产品培训、策划 4. 试播	友善,团队观,大局观 敬业,善于学习和适应,爱国爱家 沟通意识、创意意识、法制意识、成本意识、爱国爱家 团队协作观、创意和法制意识;高效务实的职业精神、以客户为中心为消费者创造价值的客户观、诚信、友善、敬业
2	直播及深入直播阶段	1. 每日直播 2. 总结 3. 复盘汇报 4. 教师点评及直播再定位	同上 勤于反思、团队协作观、友善、敬业 善于沟通和表达、文明专业的职业礼仪和形象意识、敬业 抗压抗挫(以正确的心态接受批评建议);不断学习、不断适应、不断改进、积极向上、敬业
3	直播收尾阶段	1. 直播收尾(账务、售后、样品返还等) 2. 实训总复盘(直播运营情况总结、财务分析报告等)	成本和效益观,诚信,细致,以客户为中心为消费者创造价值的客户观 成本和效益观,勤于反思和改进、善于沟通与表达

2.2.2 对教学方法的重构

在教学方法上,改变传统的教师讲授式教学法,突出学生的主体地位,通过情境教学法、支架式教学法、复盘案例拆解教学法、合作式教学法等教学方法,让学生以主人翁的态度参与学习,以主人翁的身份践行思政要求。见表4。

2.3 在课程考核上,突出“持续改进”“成果导向”,对课程进行职业能力和思政素养双考核

该课程在考核上打破传统的“分数考核论”:一是强调持续改进,让学生在实战的过程中遵循“行动

(学生)——反思(学生)——评点(教师)——改进(师生)”的路径不断试错和改进,解决营销过程中出现的专业问题和思想政治问题,以提升学生的职业能力和思政修养;二是不强调学生之间的比较,注重学生的纵向进步,让学生找到价值感和成就感;三是通过实训结束时各团队的实战成绩(直播间亲密度+销售成果)和思政打分表确定学生的最终成绩,这样既契合该课程的职业能力目标和思政教育目标,又实现了职业能力和思政素养的双重考核。该课程的OBE教学和思政重构总体设计如图1所示。

表4 销售骨干训练营“学生中心”教学方法重构

序号	采用的教学方法	教学方法具体内容
1	情境教学法	在淘宝直播带货这一真实任务情境中,尝试着发现问题、分析问题、解决问题
2	支架式教学法	教师与学生共同参与指导直播环节的改善,为学生提供外部支持,帮助他们完成其无法独立完成的任务。随着活动的进行,逐渐减少外部支持,让学生独立活动,直到最后完全撤去支架
3	复盘案例拆解教学法	对学生直播间的真实案例进行复盘拆解,分析每一步的推进思路,总结可能出现的漏洞,为学生提供案例参考
4	合作式教学法	各团队成员通过讨论、交流、观点争论,相互补充和修改,共享集体思维成果,完成对所学知识意义建构过程

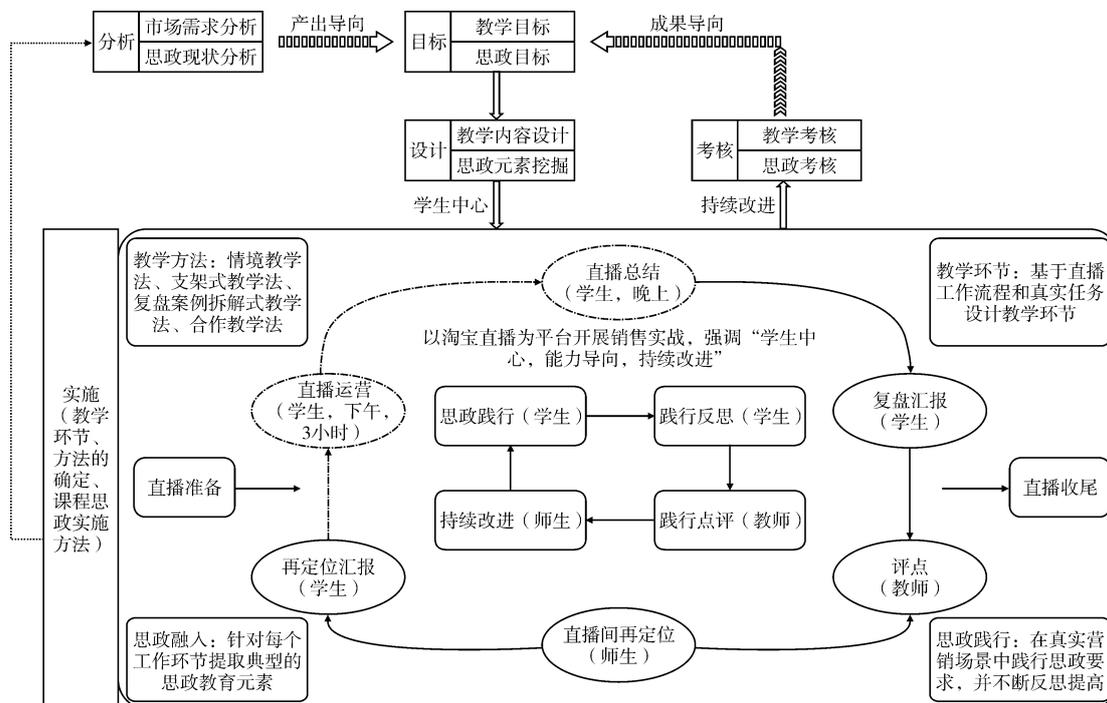


图1 OBE理念导向下销售骨干训练营课程和思政建设重构图

3 销售骨干训练营具体教学环节的课程思政的融入设计

该课程针对直播每个环节容易出现的思政问题进行思政元素挖掘与设计,在工作流程中自然地嵌入社会主义核心价值观、正确的营销价值观、专业的职业素养等思政元素,让学生在无形中接受参与思政教育,在实战的过程中自然地践行思政要求,达到“润物细无声”的育人效果。

3.1 社会主义核心价值观的融入

该课程社会主义核心价值观的融入,是要让学生做到“爱国(爱家)、敬业、诚信、友善”。社会主义核心价值观被无形渗透到每个教学环节,如在团队组建和合作的过程中渗透“友善”教育,在产品培训和策划环节渗透“爱国爱家”教育,在直播运营环节渗透“敬业”“爱国”教育,在客户服务和直播收尾阶段渗透“诚信”教育等。

3.2 正确的营销价值观的融入

通过具体的教学环节设计,培养学生具备如下

正确的营销价值观。

团队观和全局观:在直播准备阶段的团队组建环节,让学生构建营销团队;通过直播运营环节,发现运营过程中暴露的团队合作问题,并提出针对性的整改要求,让学生在团队合作和整改的过程中明白和谐优秀的团队的重要性及如何开展团队协作。

创意和法制意识:在直播准备阶段,通过让学生团队进行产品卖点挖掘和内容策划,培养学生的创意思维;在直播运营阶段,观察各个团队创意的执行程度,点出过度宣传产品功能或创意浮夸的团队,让学生明白创意的前提是法制,在实战中培养法制观念。

高效务实的职业精神:根据真实的营销工作开展提出直播要求,即在直播准备阶段,要求各个团队提前规划、制订阶段营销计划、做好直播和产品策划;每日直播要有序推进,坚持执行(每天3小时直播为硬性指标);每日直播后要对直播内容进行优

化调整,培养学生高效、有序、务实的营销职业精神。

以客户为中心、为消费者创造价值的客户观:从直播开播对粉丝的欢迎、直播过程中与粉丝的积极互动、直播结束后对客户的售后要求及时回应等方面,培养学生以客户为中心、为消费者创造价值的客户观。

成本效益观:在直播准备阶段,各团队根据商家报价进行选品,与商家真实对接确定选品和价格;在直播收尾阶段进行账务清算、财务分析和总结,培养学生的成本和效益观。

3.3 专业的职业素养的融入

通过具体的工作流程和任务要求设计并培养学生须具备的专业营销人的职业素养:文明细致、积极向上、吃苦耐劳、善于沟通与表达、善于学习和适应、勤于反思和改进、具备抗压抗挫能力等。

通过每日直播后团队总结——复盘汇报——教师点评——直播间再定位4个设定的实训环节,让学生能够勤于反思,善于沟通和表达,抗压抗挫(以正确的心态接受批评建议),不断学习、不断适应、不断改进,积极向上。

对每日直播主播的言辞进行观察和点评,指出直播间主播或粉丝不文明的行为,以培养学生“文明用语且彬彬有礼”的意识;在每日复盘汇报环节,对发言人礼仪(正装、仪态)、ppt商务风格、时间限定、发言逻辑等进行明确要求,让学生熟悉和习惯职业规范和职业礼仪,以呈现文明专业的职业人形象。

4 结语

基于OBE理念对销售骨干训练营进行课程和思政建设重构,并进行初步的探索和实践,取得了良好的教学效果。“产出导向”明确了课程目标和思政目标,“学生中心”突出了学生课程实践和思政实践的主体地位,“持续改进”为学生提供了试错和提高思政修养的机会。在OBE理念导向下,课程思政以一种更亲切更自然的方式渗透到了实训过程中,学生在实战的过程中不仅发现了自身职业技能的短板,也发现了自身在思政践行方面的不足,进而进行针对性的改进和提高,最终,学生的行为得到规范,职业技能和职业修养得到提升,正确的营销价值观得以树立,实现了“价值塑造、知识传授、能力培养”三合一。

参考文献:

- [1] 余丽琼,曾海亮.大数据背景下市场营销专业实践教学改革研究——基于OBE视角[J].经济师,2019(10):165-166.
- [2] 邱红.互联网背景下市场营销专业课程思政教育的探索与实践[J].北京财贸职业学院学报,2019(4):43.
- [3] 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.
- [4] 邱伟光.课程思政的价值意蕴与生成路径[J].思想理论教育,2017(7):10-14.
- [5] 楚文静.基于OBE理念的专业实训课课程思政的构建与研究——以《VBSE营销综合实训》课程为例[J].中外企业家,2020(21):191-192.

A Study on the Multi-Dimensional Construction of Ideological and Political Theories Teaching in Practical Training Courses for the Major of Marketing Under the Guidance of the OBE Concept

SONG Xinhua

(Chongqing Electric Power College, Chongqing 400053, P. R. China)

Abstract: In the Internet era, the major of marketing in vocational colleges must break the traditional discipline-oriented education mode and explore the construction of ideological and political theories teaching in practical teaching courses under the guidance of the OBE concept, in order to meet the requirements for personnel training as well as ideological and political quality in the new media marketing environment. By reconstructing sales elite training course, this paper probes into relevant ways of construction of ideological and political theories teaching for specialized practical training courses based on the OBE concept.

Key words: OBE concept; ideological and political theories teaching in all courses; specialized practical training course; sales elite training course