

混合式一流课程《品牌管理》的建设路径

陈娟¹ 李欢²

1 重庆工程学院, 重庆 400056; 2 重庆理工大学, 重庆 400054

摘要: 在我国高等教育迈入高质量发展的进程中, 课程建设直接关乎教育质量, 线上线下混合式一流课程成为本科院校课程建设的重要着力点。在全球经济一体化和品牌竞争加剧的背景下, 提升《品牌管理》课程的教学质量成为培养市场营销专业人才的关键。本文旨在探讨如何构建具有创新性、实践性和前瞻性的《品牌管理》一流课程, 通过充分融入课程思政相关元素、重构课程教学内容、大力推进线上线下混合式教学模式、完善多元化评估体系、强化师资队伍建设和加强课程资源建设、建立课程持续改进机制等路径, 促进学生品牌管理能力和职业素养的全面提升。

关键词: 混合式教学; 一流本科课程; 品牌管理; 建设路径

Construction Path of Blended First-class Course *Brand Management*

Chen,Juan¹ Li,Huan²

1Chongqing Institute of Engineering, Chongqing, 400056, China

2Chongqing University of Technology, Chongqing, 400054, China

Abstract: In the process of China's higher education entering high-quality development, curriculum construction is directly related to educational quality. Online and offline blended first-class courses have become an important focus of curriculum construction in undergraduate colleges. Under the background of global economic integration and intensified brand competition, improving the teaching quality of the "Brand Management" course has become the key to cultivating marketing professionals. This article aims to explore how to build a first-class "Brand Management" course with innovation, practicality and foresight. Through fully integrating relevant elements of curriculum ideology and politics, reconstructing curriculum teaching content, vigorously promoting the online and offline blended teaching model, perfecting a diversified evaluation system, strengthening the construction of teaching staff, strengthening the construction of curriculum resources, and establishing a continuous improvement mechanism for courses, promote the comprehensive improvement of students' brand management ability and professional quality.

Keywords: Blended teaching; First-class undergraduate courses; Brand management; Construction path

DOI: 10.62639/sspips59.20240104

一流本科课程的提出旨在培养适应新时代要求的高素质人才, 通过优化课程内容和教学方式, 提高学生的综合素质和创新能力。在此背景下, “一流本科课程”建设成为各高等院校教学工作的重中之重。《品牌管理》教学团队积极响应国家和学校的号召, 寻求课程建设中存在的问题, 优化课程内容体系, 完善课程教学方法, 提升考核评价体系, 构建线上线下协同发展、融合互补的混合式教学模式, 适应新时代教育发展的需求。

一、线上线下混合式教学模式的内涵

国内最早正式倡导混合式教学模式的是北京师范大学何克抗教授。他认为, 混合式教学模式把传统教学方式的优势和网络化教学的优势结合起来, 既发挥教师引导、启发、监控教学过程的主导作用, 又充分体现学生作为学习过程主体的主动性、积极性和创造性。混合式

教学是网络在线学习和传统课堂教学的相互结合与补充, 既发挥教师的主导作用, 也能体现学生的主体性, 从而达成更好的教学效果。

二、《品牌管理》课程建设概况

(一) 课程定位

《品牌管理》是市场营销专业的一门专业必修课程, 它以品牌管理的基本内容和一般规律为研究对象, 具有很强的实用性、综合性。通过本课程的教与学, 使学生能够掌握科学系统的品牌管理理论, 建立品牌管理的知识体系, 理解品牌管理现象, 掌握品牌管理思维方法。本课程的先修课程主要有《管理学》、《营销策划》等, 后续课程有《毕业实习》、《毕业论文》。

(二) 课程目标

在“落实立德树人, 服务区域经济发展, 围绕国家战略需求, 培养学生成为高素质应用型专业技术人才”的基础上, 课程目标设置如下:

(稿件编号: IPS-24-4-9001)

作者简介: 陈娟 (1981-), 女, 重庆人, 硕士, 副教授, 主要研究方向: 品牌管理、高等教育。

李欢 (1980-), 通信作者, 男, 重庆人, 本科, 工程师, 主要研究方向: 计算机信息管理、高等教育。

基金项目: 重庆工程学院 2023 年一流课程建设项目: “品牌管理” (KC20230115)。

1. 知识目标

了解品牌管理的前沿知识和发展趋势,理解并掌握品牌管理的基本理论和基本方法。

2. 能力目标

具备品牌设计、品牌定位、品牌传播、品牌延伸、品牌运营、及处理品牌危机的能力。

3. 素养目标

加强民族品牌意识,树立中国品牌形象,提高中国品牌认知,能够将专业知识与思政元素深度融合,将德育元素渗透到教学内容中。

三、混合式一流课程《品牌管理》的建设路径

(一) 充分融入课程思政相关元素

课程团队以“立德树人”为根本任务,深挖课程育人元素,不断探索课程思政建设的模式和方法,将课程思政与专业课程建设融合,参照OBE教学理念和“两性一度”标准,将课程育人目标与专业特点、培养目标融合,基于“培养具有实践能力的品牌管理人才”和“引导学生将理论知识和实践经验运用到我国自主品牌的创建和提升”两个问题进行顶层设计,确定育人目标:引导学生确立正确的品牌观,践行中国梦,品牌梦的国家战略。

(二) 重构课程教学内容

课程团队系统设计课程内容,全面融入育人元素,建立完善的课程思政教学体系,以“讲好中国品牌故事,弘扬民族品牌精神”为主线,以智慧教室和实验室为地点,从基础、提高、拓展和挑战四个层次,通过课堂学习、在线学习、在线讨论和实践任务等方式,打造深度参与的学习情境,融合“认知(品牌理论、品牌案例)、坚信(品牌文化、品牌精神)、践行(品牌创建与推广、品牌维护与提升)”课程结构内容,引导学生树立正确的品牌思维和理念。

(三) 大力推进线上线下混合式教学模式

课程团队在教学过程中大力推进线上线下混合式教学模式,按照课程实施过程,努力构建课堂教学“课前、课中、课后”全过程育人。

课前,重点培养学生的自主探究,独立思考的能力,激发学生学习的兴趣,借助网络资源和超星平台,发布学习任务,设置讨论话题,对即将开展的教学内容进行启发引导。

课中,采用项目化教学方法,详细设计知识点或能力点所蕴含的思政元素,搜集典型素材,设计课程思政的实施途径,将价值塑造潜移默化地融入教学。在实践教学环节,以品牌创建与推广、品牌维护与提升为主线,教师全程现场指导,学生分组进行练习,在完成实践任务的同时,注重学生职业素质的培养。

课后,教师借助超星学习通教学平台发布作业、发布开放式主题讨论,拓展学习资源,学生通过自主探究进行知识巩固和拓展。

(四) 完善多元化考核评估体系

课程考核成绩由过程性考核成绩、期末考

试成绩两部分组成,其中过程性考核成绩占50%,期末考试成绩占50%。其中,过程性考核成绩又细分为平时作业(15%)、平时课堂表现(10%)、阶段性考核成绩(55%)、学习通线上学习(20%)四个部分。

(五) 强化师资队伍建设

一流的师资队伍是构建一流课程的重要保障。为了提升《品牌管理》课程的教学质量,需要从以下几个方面加强师资队伍的建设:积极引进在品牌管理领域具有丰富实践经验和深厚理论功底的高层次人才,他们的加入不仅能够为课程注入新的活力和思想,还能通过他们的研究和实践经验,带动整个教学团队水平的提升;为教师提供持续的专业培训和发展机会,包括参加国内外学术会议、工作坊、研讨会等,这些活动可以帮助教师了解最新的学术动态和研究成果,拓宽他们的学术视野和知识面,提升他们的教学能力和科研水平。

(六) 加强课程资源建设

课程资源的丰富性和多样性对于提升学生的学习兴趣 and 效果至关重要。为了构建一流课程,需要从以下几个方面加强课程资源建设:

选用或编写高质量的教材和教辅资料,确保内容的权威性和前瞻性;

开发或引入优质的在线学习资源,如慕课(MOOCs)、微课、视频教程等,这些资源可以为学生提供灵活多样的学习方式和路径;建立稳定的实践教学基地,这些基地可以为学生提供真实的实践环境和机会,提升他们的实践能力和创新精神。

(七) 建立课程持续改进机制

一流课程的建设是一个持续的过程,需要建立有效的持续改进机制来确保课程质量的不断提升。这包括以下几个方面:定期对课程的教学效果进行评估,包括学生满意度调查、教师自我评价、同行评审等,通过评估结果了解课程的优点和不足,为后续的改进提供依据;

根据评估结果和师生反馈,制定针对性的持续改进计划,计划应明确具体,确保改进措施的有效实施和跟踪。建立有效的激励机制,对在课程建设中做出突出贡献的教师和学生给予表彰和奖励。

四、混合式一流课程《品牌管理》的建设成效

(一) 学生成效

课程自实施教学改革以来,学生对课程参与度大大提高,对教学满意度也是逐年提升;学生从被动接受知识转变为主动学习;通过将思政教育有机融入课堂教学,培养了学生的家国情怀和品牌国际化视野;近年来学生获得多项国家级(全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛)、省部级学科竞赛(重庆市乡村振兴创意大赛)奖励。

(二) 教师团队成效

教学团队荣获学校2023年课程思政教学名师团队; 发表一篇论文; 出版一本教材; 教师团队和学生团队结项横向科研项目两项。

五、总结与展望

回顾《品牌管理》一流课程建设的全过程, 经历了分析现状、识别问题、制定策略、实施措施, 效果评估的完整周期。这一过程中, 不仅解决了课程内容滞后、教学方法单一、实践教学不足等关键问题, 还通过一系列创新举措, 显著提升了课程的教学质量和学生的综合素质。

展望未来, 《品牌管理》一流课程的建设还有很长的路要走。我们将继续秉承创新、实践、卓越的教学理念, 不断探索和尝试新的教学方法和模式, 努力提升课程的教学质量和学生的综合素质。

参考文献:

- [1] 教育部. 关于一流本科课程建设的实施意见: 教高(2019)8号[A/OL]. (2019-10-24)
- [2] 教育部. 关于印发《高等学校课程思政建设指导纲要》的通知: 教高(2020)3号[A/OL]. (2020-05-28)
- [3] 邓铭, 胡颖. 一流本科课程的混合式教学创新与实践[J]. 山西财经大学学报, 2022, 44(S2): 152-154.
- [4] 杨晓宏, 郑新, 田春雨. 线上线下混合式一流本科课程的内涵、建设目标与建设策略[J]. 现代教育技术, 2021, 31(9): 104-111.