

基于 OBE 理念和课程思政的市场营销专业认识实习的评价体系

乔雨竹 高兴革 (通讯作者)

黑龙江工程学院昆仑旅游学院，黑龙江省哈尔滨市，150088；

摘要：市场营销是一个与社会和企业实践密切相关的学科，综合性、应用性很强。专业实习是实践教学的重要组成部分。本文立足 OBE（成果导向教育）理念的成果导向、反向设计、持续改进核心特征，结合课程思政的价值引领要义，在界定核心概念，剖析当前市场营销专业认识实习评价体系现状，并提出相应实施保障机制，为市场营销专业认识实习评价提供理论参考。

关键词：OBE 理念；课程思政；市场营销；认识实习；评价体系

DOI：10.64216/3104-9702.25.05.012

前言

市场营销是一个与社会和企业实践密切相关、综合性、应用性很强的学科。随着我国经济不断发展，现代企业的多元化演变，就业环境呈现出新的变化，社会对营销人才的素质提出了更高的要求。专业实习，本质上是实践教学的一部分，它可以促进学生产生专业认同，催化和整合理论知识与方法技能，提高学生的综合能力和素质。

1 核心概念概述

OBE 理念：OBE 也就是 Outcome-Based Education 成果导向教育，它的核心要义是以学生最终学习成果作为出发点，反向去设计教学目标、教学内容、教学方法以及评价体系，强调学生在知识、能力和素养层面要实现综合达成，并且通过持续反馈达成教学质量的动态优化，OBE 理念下的“成果”不是单一的知识掌握情况，而是涵盖专业能力、职业素养、价值观念等多维度的综合表现，这和市场营销专业人才培养的复合型目标高度契合。

课程思政：课程思政是把思想政治教育元素融入专业课程教学整个过程，以此实现“知识传授、能力培养、价值引领”三位一体的教育目标，在市场营销专业当中，课程思政的核心指向是培养学生诚信经营意识、社会责任担当、职业道德素养、家国情怀与文化自信，引导学生在未来营销实践里坚守法律底线与道德准则。市场营销专业认识实习作为专业实践教学的初始环节，其核心目标是帮助学生建立对市场营销行业和职业岗位的基本认知，让学生理解营销理论和实践之间的关联，培养

学生初步的行业观察能力、职业适应意识与团队协作素养，为学生后续专业学习和职业发展奠定基础。

2 市场营销专业认识实习评价体系现状

2.1 评价目标模糊，偏离成果导向与价值引领

目前现有的评价体系主要以“完成实习任务”当作核心目标，更加侧重于对实习时长以及报告完整性等形式化指标开展考核，不过却缺乏对学生知识掌握、能力提升、价值塑造等核心成果的清晰界定，一方面没有依据 OBE 理念来进行反向设计，使得评价目标和人才培养的最终成果相互脱节，另一方面课程思政目标并未被纳入到评价范畴之中，对于学生诚信意识、社会责任等价值维度的考核存在缺失，进而导致评价难以引导学生实现全面发展。

2.2 评价内容单一，重技能轻素养

评价内容大多集中在专业知识应用和实践技能初步掌握方面，像对市场调研方法以及营销方案认知等技能层面进行考核，然而对职业素养比如沟通协作和责任担当，还有价值观念诸如诚信经营和行业伦理等维度的评价严重不够，这种重技能轻素养的内容设计与课程思政的价值引领要求相互违背，也不符合 OBE 理念对综合成果的追求目标，难以全面反映出学生的实习成效状况。

2.3 评价主体固化，缺乏多元协同

评价主体大多是以学校指导教师为主，企业导师、学生自我和同伴等主体参与度极低，学校教师由于缺乏一线行业实际经验，很难准确评价学生实践表现与职业

素养，企业导师身为实习过程直接观察者，其评价意见并未得到充分重视，学生自我与同伴评价存在缺失状况，导致评价难以反映学生自我认知与团队协作情况，单一评价主体让评价结果主观性强且全面性不足，违背了OBE理念里“多元评价”的原则。

2.4 评价方式固化，重结果轻过程

目前现有的评价大多采用“实习报告加教师打分”这种终结性评价方式，这种方式侧重对实习结果进行考核，却对实习过程中学生各方面表现缺乏有效评价，像学生行业观察的深度、问题解决的主动性以及价值观念的动态变化等方面都未得到有效评估，这种“重结果、轻过程”的评价方式，既没办法及时发现学生实习当中存在的问题并给予反馈，也很难捕捉到学生在实习过程里的成长与进步，它不符合OBE理念“持续改进”的核心要求，也无法达成课程思政对学生价值观念的动态引导目标。

2.5 评价反馈缺失，缺乏持续改进机制

评价体系多止于“打分评级”，缺乏完善的反馈机制。学生难以了解自身在知识、能力、素养等维度的优势与不足，学校也无法通过评价结果优化实习方案与教学内容。这种“评价与改进脱节”的现状，使得评价体系无法发挥诊断与优化功能，违背了OBE理念“持续改进”的闭环逻辑。

3 基于OBE理念与课程思政的评价体系构建

3.1 三位一体的成果导向定位

按照基于OBE理念的反向设计逻辑，从市场营销专业人才培养最终成果出发，把评价目标确定为“知识、能力、价值”三位一体综合目标，这里面价值目标突出课程思政要求，知识目标是让学生掌握市场营销核心概念与基本原理，理解行业发展现状以及未来趋势，明晰营销岗位具体职责与相关要求，达成理论知识和行业实践初步衔接，能力目标为培养学生行业观察能力、沟通表达能力，还有团队协作能力与问题初步分析能力，形成基本实践应用意识和职业适应能力，价值目标是渗透课程思政要求，引导学生树立诚信经营职业伦理、服务社会责任担当，具备尊重多元文化素养与热爱祖国国家情怀，形成正确职业观和价值观。

3.2 三维度全覆盖设计

针对评价目标来构建涵盖“知识维度+能力维度+价值维度”的评价内容体系，这里面价值维度属于课程思政核心融入点，三者权重分配遵循“价值引领、能力

为重、知识基础”原则，建议价值维度权重不低于30%，能力维度权重设定为40%，知识维度权重为30%，知识维度的内容包含市场营销基础理论的理解程度比如4P、STP理论在实践中的应用认知、行业知识的掌握情况例如行业发展历程、市场结构、竞争格局以及岗位知识的认知水平像营销岗位的工作流程、技能要求，能力维度的内容有观察分析能力即对行业现象、营销案例的观察与初步分析、沟通协作能力也就是与企业员工、实习同伴的沟通协作表现、实践参与能力体现为主动参与实习任务的积极性与完成度、自我反思能力表现为对实习过程的总结与反思，价值维度的内容包括职业伦理也就是遵守企业规章制度、坚守诚信原则的表现、社会责任即对企业社会责任践行的认知与认同、家国情怀也就是对民族品牌、本土企业的关注与支持意识、团队精神体现为集体荣誉感与协作奉献精神。

3.3 多元协同的评价共同体

打破单一评价主体存在的局限，构建由学校指导教师、企业导师、学生自我和同伴组成的四位一体多元评价主体，明确各个主体在评价方面的侧重点，以此实现评价的全面性与客观性。学校指导教师着重评价学生知识目标的达成状况、实习报告的质量水平、理论与实践结合的实际能力，以及价值观念的书面表达和反思深度。企业导师作为实习过程的直接观察者，重点评价学生的实践参与态度、岗位适应能力、沟通协作表现以及职业伦理遵守情况等实操性与素养类指标。学生自我通过自我反思报告、实习日志等形式，对自身在知识、能力、价值维度的成长与不足进行评价，培养自我认知与自主发展能力。同伴评价聚焦团队协作过程中的具体表现，对同伴的沟通配合、责任担当、奉献精神等指标进行评价，增强评价的全面性。

3.4 过程与结果结合的综合评价

按照OBE理念“重过程、重反馈”的要求来构建“过程性评价+终结性评价”相结合评价方式，以此实现对实习全过程进行动态监测与综合评判，过程性评价占比60%是以实习过程中的表现作为核心内容，涵盖实习日志（每周记录行业观察、知识应用、价值反思体现课程思政渗透）、阶段性汇报（中期通过线上或线下形式汇报实习进展与感悟）、企业日常表现（企业导师对学生日常工作态度、职业伦理进行阶段性评价）、同伴互评记录（每两周开展一次团队内部互评），过程性评价注重捕捉学生成长过程并及时发现问题提供反馈，终结性评价占比40%是以实习结束后的综合成果作为核

心内容，包含实习报告（全面总结实习内容、知识应用、能力提升与价值感悟重点考察价值维度认知深度）、综合答辩（通过提问考察学生对行业认知、职业理解以及价值观念形成）、成果展示（如行业分析报告、岗位认知 PPT 等体现知识与能力综合应用）。

3.5 量化与质化结合的分级标准

为了保证评价具备科学性和可操作性，专门构建量化与质化相互结合的分级评价标准，并且把各个评价指标划分成“优秀、良好、合格、不合格”这四个等级，同时明确各个等级所具有的核心特征，其中知识维度标准为优秀是准确掌握核心理论与行业知识且能灵活关联理论与实践，良好是掌握核心理论与行业知识并能初步关联理论与实践，合格是基本掌握核心理论与行业知识且无严重认知偏差，不合格是核心理论与行业知识掌握薄弱还存在严重认知错误，能力维度标准为优秀是观察分析深入、沟通协作高效、实践参与积极且反思深刻，良好是观察分析较深入、沟通协作良好、实践参与主动且反思较深刻，合格是能完成基本观察分析、沟通协作无明显问题、实践参与达标且有基本反思，不合格是观察分析浅薄、沟通协作存在严重问题、实践参与消极且缺乏反思，价值维度标准也就是课程思政核心为优秀是坚定践行职业伦理、具有强烈的社会责任与家国情怀且团队奉献精神突出，良好是遵守职业伦理、具有一定的社会责任与家国情怀且团队协作良好，合格是基本遵守职业伦理、无违背社会责任的行为且能配合团队工作，不合格是违背职业伦理、缺乏社会责任意识且团队协作存在严重问题。

4 评价体系的实施保障机制

4.1 完善评价与管理细则

制定《市场营销专业认识实习评价实施细则》，明确评价目标、内容、主体、方式、标准的具体要求，界定各主体的职责与权限；建立实习管理制度，规范实习流程、实习日志提交、阶段性汇报等环节的要求，为评价提供制度依据；制定反馈与改进制度，明确评价结果的反馈流程与应用机制，将评价结果与实习方案优化、教学内容调整相结合，形成闭环管理。

4.2 提升教师综合素养

加强学校指导教师的 OBE 理念与课程思政能力培训，通过专题讲座、教研活动等形式，提升教师对成果导向评价的设计能力与价值引领的融入能力；建立校企导师协同培训机制，定期组织企业导师参与思政教育与

评价方法培训，提升企业导师的评价专业性与价值引领意识；鼓励教师深入企业实践，积累行业经验，

提升对行业实践与职业素养评价的准确性；建立师资考核激励机制，将教师在评价体系中的参与度、思政融入效果纳入考核，激发教师的主动性与创造性。

4.3 构建校企协同评价机制

建立校企协同评价领导小组，由学校专业负责人与企业人力资源或营销部门负责人共同牵头，统筹协调评价过程中的校企对接事宜，明确双方在评价标准制定、过程监督、结果反馈等环节的权责；搭建校企信息共享平台，实现实习日志查看、阶段性评价提交、问题沟通等功能的线上化，确保校企双方实时掌握学生实习动态与评价进展。

4.4 依托数字化工具优化评价效率

引入实习管理与评价数字化平台，开发涵盖实习任务发布、过程记录、多元评价提交、结果统计分析等功能的模块，实现评价流程的线上化与自动化，减少人工操作成本，提升评价效率；利用大数据技术对评价数据进行分析，挖掘学生在知识、能力、价值维度的共性问题与个性化短板，为学校优化实习方案、教师调整指导策略、学生制定改进计划提供数据支撑。

5 结论

综上所述，市场营销专业认识实习评价体系的优化是适配复合型营销人才培养需求的关键举措。论文基于 OBE 理念的成果导向、反向设计与持续改进核心逻辑，结合课程思政的价值引领要求，通过界定核心概念、分析内在契合性、剖析现存问题，构建了“目标-内容-主体-方式-标准”五位一体的纯理论评价体系，并从制度、师资、协同、技术层面提出实施保障机制。

参考文献

- [1] 任碧荣, 白冰雪, 李秀娟. 市场营销专业实习“五双”模式的创新与探索 [J]. 现代商贸工业, 2023, 44(03): 224-226.
- [2] 罗淑娟. 高职生顶岗实习满意度调查研究 [D]. 河北科技师范学院, 2022.
- [3] 张逸风. 中西部地方高校市场营销专业校外实习基地建设研究 [J]. 科教文汇 (下旬刊), 2021, (33): 91-93 8.

研究项目：融合 OBE 理念和思政教育的市场营销专业认知实习教学模式探索；项目编号：JY2024-13.