

基于多维需求的新商科人才能力模型构建

——以TJNU为例

李佳纯, 苏志源, 孙正阳, 陈新亮, 张 昕*

天津师范大学管理学院, 天津

收稿日期: 2025年4月21日; 录用日期: 2025年5月19日; 发布日期: 2025年5月26日

摘 要

数字经济时代下打破传统人才培养模式, 本文从多方对商科人才的客观需求出发, 提出多维需求下的新商科人才能力模型。通过问卷调查企业对新商科人才的需求以及高校学生对新商科人才培养的认知, 并通过访谈专业负责人了解高校的人才培养方向。在此基础上, 提出以数据分析能力、团队合作和服务意识、语言表达能力、创新思维、信息技术应用能力、实践能力为核心的多维度新商科人才能力模型, 并将其落实到人才联合培养方案的设计上。

关键词

新商科人才, 多维需求, 人才能力模型, 人才培养

Construction of a New Business Talent Competency Model Based on Multidimensional Requirements

—A Case Study of TJNU

Jiachun Li, Zhiyuan Su, Zhengyang Sun, Xinliang Chen, Xin Zhang*

School of Management, Tianjin Normal University, Tianjin

Received: Apr. 21st, 2025; accepted: May 19th, 2025; published: May 26th, 2025

Abstract

In the digital economy, a departure from traditional business education models is imperative. This paper, informed by a multifaceted analysis of the evolving demands for business professionals,

*通讯作者。

文章引用: 李佳纯, 苏志源, 孙正阳, 陈新亮, 张昕. 基于多维需求的新商科人才能力模型构建[J]. 教育进展, 2025, 15(5): 1019-1031. DOI: 10.12677/ae.2025.155866

proposes a multi-dimensional competency model for new business talent. The research methodology incorporates a survey of businesses to ascertain their requirements for new business graduates, alongside a survey of university students to gauge their perceptions of current business education. Furthermore, interviews with program directors were conducted to understand the strategic direction of business curricula within higher education institutions. Based on these findings, the study articulates a competency model centered on data analytics proficiency, collaborative teamwork and service orientation, effective communication skills, innovative thinking, information technology application skills, and practical experience. Finally, the paper explores the integration of this model into the design of collaborative talent development programs.

Keywords

New Business Talents, Multi-Dimensional Demand, Talent Ability Model, Talent Training

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

随着信息技术、数字经济的蓬勃发展，全球各个领域都受到了深刻影响，传统行业、传统组织方式、传统管理模式都发生了深刻改变，企业对人才的需求也随之发生了相应变化。据此，人才培养模式的转变受到了社会各界的高度关注。面对“互联网+”发展带来的时代挑战，“新商科”概念应运而生。新商科人才的培养不仅要传授“老”商业学科的基础知识，还要将信息技术、数据融力、创新管理等“新”商业学科进行有机结合，培养具有一定跨学科整合能力的复合型人才。能力素质模型理论指出，识别和定义驱动高效绩效的核心素养是人才培养与发展的关键。构建符合时代需求的模型，有助于明确培养目标，优化培养路径。而新商科人才能力模型的研究尚未进入成熟期，与此相关的研究大都是围绕一种学科领域或某一行业主体深入讨论。因此，构建一个适应新时代下人才发展的新商科人才能力多维度模型问题迫在眉睫。

2. 文献综述

关于新商科的概念，王玉[1]认为新商科的内涵应该包括全新背景下的科技革命，不可忽视新商科的交叉性与跨界性，同时强调教育理念的转变，以学生为本，强调多样化开放的教育方式。范树峰[2]则指出，数字化转型与新商科息息相关，新商科是融合新背景、新技术、新理念对传统商科教育进行全面改革的全新模式，一方面，新商科不再拘泥于传统类商科，而紧跟产业革命，将新兴技术融入商科教育，另一方面，鼓励学生进行学科交叉，掌握更加多元的知识，培养全方面高素质人才。杨曼琳[3]则认为新商科的特征体现在五个方面，分别是数字化、全球化、创新化、社会责任以及实践性，并以市场营销学科为例，指出新商科教育所面临的全新课题与挑战。

关于新商科人才的概念，郑毅[4]指出新商科人才是对标新商业模式下新的人才培养要求应运而生的，融合新的商业思维、重视新的商业文明、灵活运用各种新型技术的高创新、高适应、高复合的终身学习人才；毕春晖[5]则认为，新商科人才是在电子商务背景下培养出的具有战略意识、团队合作、沟通能力、创新能力的综合高素质人才；欧春尧[6]则认为数值赋能下新商科人才应该是既具有多领域专业知识和丰富管理技能，还具有一定的交叉思维、系统思维以及强大的数据决策能力的综合性人才。

关于新商科人才培养的理论发展和模式研究方面，早期探索阶段(2018年前后)大多聚焦传统商科转型的必要性上，强调数字化工具融入课程体系，其中，孙燕飞[7]指出，早期新商科教育存在“信息化教

学滞后”“校企合作不足”等问题，需通过更新培养目标与教学理念应对挑战。第二个阶段可被称为理论深化阶段(2020年~2024年)，该阶段理论核心集中于跨学科融合与实践导向，学者杨曼琳[3]从高职市场营销专业人才培养所面临的挑战与机遇出发，强调进行人才培养时进行跨学科知识整合，要求商科与工科交叉，进行数字赋能。通过调查研究，归纳出高职市场营销人才培养的七大核心能力，并提出以该七核心能力为基础的人才培养体系，实现市场营销人才培养模式创新。杨曼琳强调“跨界”的同时，也将“融合”贯穿其中，多项举措共助完善新模式。李殿云[8]也在数智化教育、产教融合、人才培养等方面进行综合研究，他指出在进行人才培养时，实践导向路径是不可或缺的，该路径旨在培养既具备扎实理论功底又具备丰富实践经验的新商科人才，进一步强调高校、企业应建立起紧密的合作关系，高校是理论宝库，企业则充分发挥其在实践中丰富经验，给学生提供实践机会，时时反馈市场所需，双方共同进行人才培养。随着生成式 AI 等技术突破，理论重点转向动态适应性与伦理责任，新商科人才培养也进入最后一个阶段，该阶段被称为数智化扩展阶段(2024年至今)。王玉莲[9]认为新一轮科技革命的影响下，新商科人才培养应增加区块链、数字营销等前沿内容，建立课程快速迭代机制，新商科人才应在复杂动荡的环境中始终保持终身学习、具有高适应性。孙燕飞[7]则进一步强调数据隐私、可持续发展等价值观培养，避免技术滥用。

综上所述，新商科人才培养仍是学者关注热点，现有研究大多围绕学科交叉与产教融合或某单一学科去研究培养模式的创新，但没有真正构建一个明确的新商科人才能力模型，缺乏对多维需求整合下能力模型的系统构建。

3. 研究对象的基本情况与现状分析

本研究以 TJNU 为例，选取信息管理与信息系统、工商管理、物流管理三个专业的本科生培养方案，对目前新商科人才的培养现状进行分析。

3.1. 信息管理与信息系统专业

该专业注重信息系统分析、设计与大数据分析能力培养，课程涵盖计算机基础、信息系统工程、数据库、大数据技术等，基本满足行业需求。不足之处在于信息技术与管理、经济等学科的交叉融合不够深入，实践环节与前沿技术结合有待加强。

3.2. 工商管理专业

该专业强调培养学生的综合管理能力与国际化视野，课程体系涵盖管理、经济、营销、人资、财务等领域，理论基础扎实。问题在于国际化与创新创业类课程相对不足，特别是跨文化管理和面向国际市场的实务内容较少，且实践教学与企业需求的对接有待强化。

3.3. 物流管理专业

该专业突出物流特色，课程体系涵盖物流与供应链管理、仓储运输等，知识结构系统。不足之处在于创新意识、国际视野和跨文化沟通能力的培养有待加强，需增设国际物流相关课程以适应全球化趋势。

综合对三个专业培养方案的分析，当前新商科人才的培养现状呈现出以下几个共性特点和问题：(1) 课程内容全面，基础扎实：三个专业所开设的课程涉及理论知识与专业技能的方方面面，满足现代教育对学科深度和广度的要求；(2) 实践环节薄弱，企业需求对接不足：尽管三个专业都开设了实习、实训等实践环节，由于与企业的联系较少，学生实际操作经验较为欠缺；(3) 创新能力和国际视野的培养不足：在日渐全球化、数字化的大背景下，学生创新能力和国际化视野也已经成为学生核心竞争力之一，现有课程还难以起到相应的培养作用；(4) 跨学科融合不足：信息化和全球化进程的加深使得商科专业不再停

留在原有学科的知识与技能上，跨学科融合和综合应用能力是商科专业未来应具备的学科特质。课程设计中的跨学科知识融合显得较为薄弱，未来应在跨学科知识融合上下大力气。

4. 新商科人才能力模型构建

4.1. 多维需求分析

4.1.1. 企业的人才需求情况

本部分采用问卷调查方式进行调研，其中涵盖 82 家不同省市、不同性质、跨越多个行业的企业。问卷调查数据表明，近年来企业对于新商科毕业生的求职要求日益严格。

调查显示，企业对新商科毕业生的英语、计算机及数据分析能力提出了明确要求。近半数(48.78%)企业期望毕业生持有大学英语等级证书；超半数(51.22%)要求掌握常用办公软件；在数据分析方面，要求掌握 Excel 进行数据分析(41.46%)和更智能的数据挖掘工具(30.49%)的企业合计超过 70%，凸显了基础及进阶数字技能的重要性。这些硬性技能是新商科人才进入职场的基础门槛(图 1~3)。

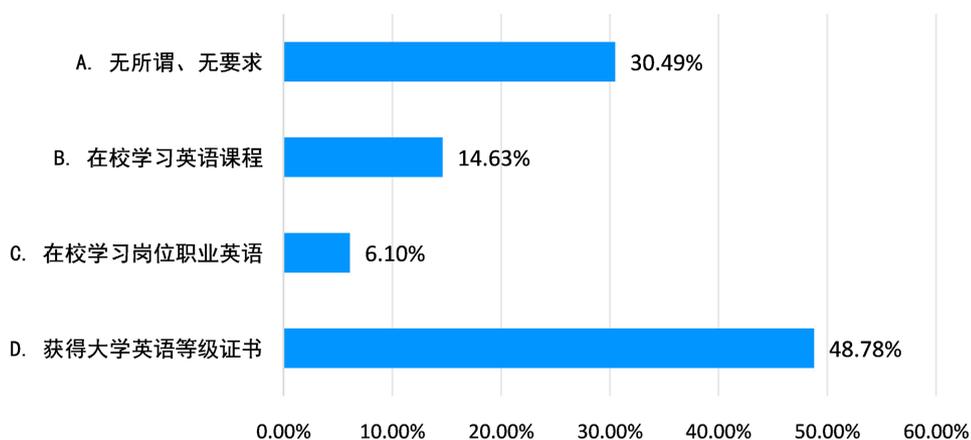


Figure 1. The actual expectations of the surveyed units regarding the English proficiency of new business graduates
图 1. 参与调查单位对新商科毕业生的英语水平的实际期望

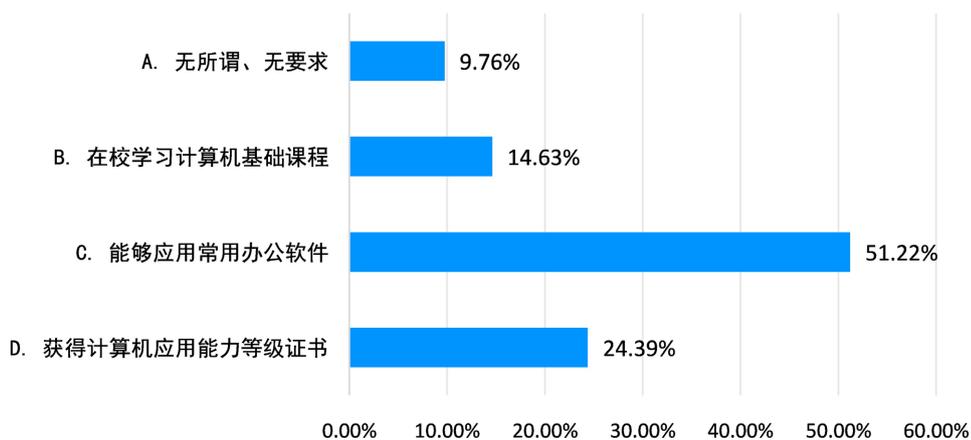


Figure 2. The actual expectations of the surveyed units regarding the computer skill of new business graduates
图 2. 参与调查单位对新商科毕业生的计算机水平的实际期望

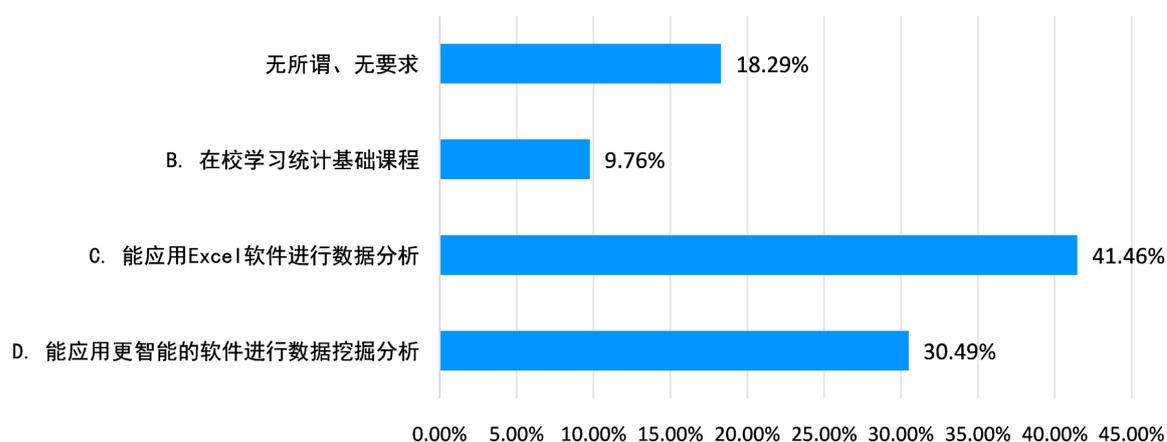


Figure 3. The actual expectations of the surveyed units regarding the statistical analysis skills of new business graduates
图 3. 参与调查单位对新商科毕业生的统计分析水平的实际期望

如图 4 所示, 招聘单位在招聘新商科毕业生时更加看重应聘者的软实力。其中, 良好的团队合作和服务意识是最受招聘单位欢迎的能力, 占比高达 80.49%。其次, 招聘单位较为关注沟通表达和营销意识(68.29%)、实践经验(63.41%)、良好的体魄和能够吃苦耐劳(63.41%)以及所需的新商科职业技能(51.22%)。相比之下, 掌握新商科类专业知识、拥有金融财会营销类职业资格证书以及有志于新商科管理工作等方面的期望较低。这些数据表明, 新商科毕业生需要注重培养自身的软实力, 提高团队协作、沟通表达、营销意识等综合能力, 以满足市场需求并提高竞争力。同时, 实践经验、职业技能也是招聘单位考虑的重要因素。

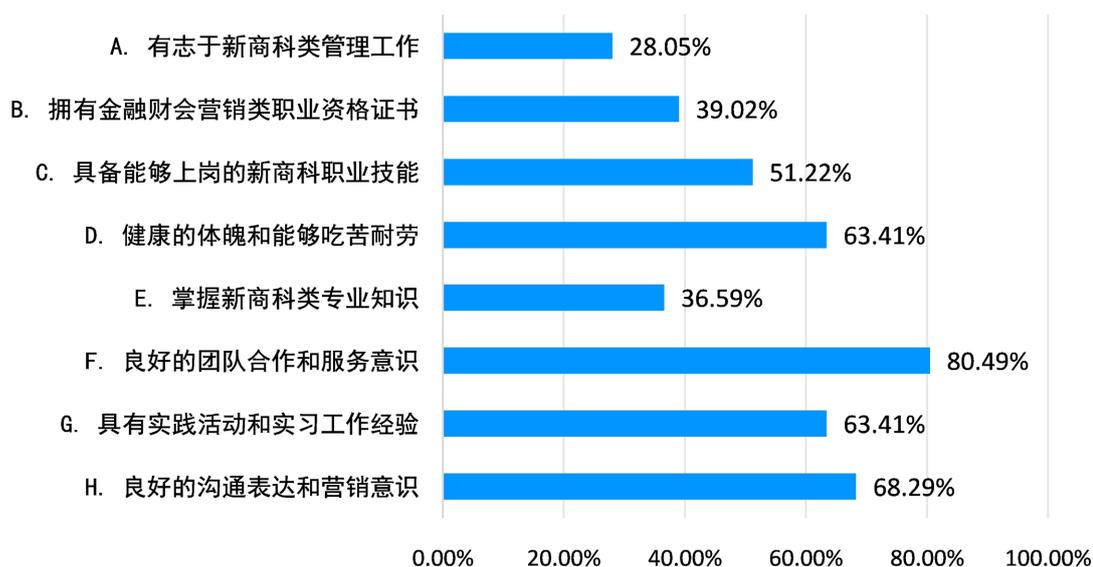


Figure 4. The expectations of the surveyed units regarding new business graduates
图 4. 参与调查单位对新商科类毕业生的期望

综上所述, 根据招聘单位的要求及评价, 可以得出新商科毕业生应具备一定的数据分析能力、良好

的团队合作和服务意识、出色的语言表达能力、相关岗位的实习工作经验。

4.1.2. 高校的人才培养方向

新商科人才培养是当前高等教育改革中一个重要的方向。因此，我们通过对 TJNU 管理学院三位系主任的访谈，了解到高校视角下的培养重点与挑战。

新商科课程体系的构建是在传统商科基础上融入大数据、人工智能等新兴技术课程，例如“数据素养导论”和“大数据分析”这两个课程的引入，就是为了培养学生的创新思维和跨界合作能力，让学生能够更好地适应未来商业环境的变化以及增强自身未来就业的竞争力。新商科与传统商科相比，新商科的课程体系更加注重理论与实践的结合，使学生的综合能力得到更好的培养。就数据素养导论这门课程而言，任课老师不仅会教授学生数据分析的基本理论，还会让学生参与实际案例和项目，以此来增强学生的实践能力，进而能够更好地帮助学生掌握数据分析的工具和方法。R 主任则是从工商管理专业的角度给我们进行了新商科课程体系构建的进一步说明——工商管理专业开设了数据素养类和创新创业类课程，并与企业合作开发了实践课程。访谈中，了解到真实案例：某高校与百胜集团的合作项目为学生提供了在真实的商业环境中实践的机会，学生们可以在实践中学习到许多课程之外的知识，更有助于他们自身的成长。这种校企合作的模式在一定程度上丰富了课程内容，还提高了学生的实践能力和就业竞争力。从三位老师的观点中可以得知，新商科课程体系的构建是需要传统商科基础上融入新兴技术课程，并通过校企合作的方式来提高课程的实践性来实现的。

在教学方法的创新方面，三位主任都表示，新商科课程的教学方法在原来教学内容的基础上，增加了实践教学和案例教学的比重。实践教学这一方法实际上是通过校企合作项目、模拟实训(VR 操作实验课程)等方式来实现的，它最主要的目的就是让学生在实践中学习和应用教学知识。案例教学则是通过引入企业实践、行业报告和学术研究中的真实案例，让学生切身理解复杂的商业问题，学生们在思考和解决这些案例中为今后解决实际问题打下坚实基础。除此之外，案例更新频率的提高，还能够及时反映行业动态和市场需求，从而使教学方法不与社会需求变化脱节。

三位主任都认为，数据分析能力、创新思维、跨文化交流能力、团队协作能力是新商科人才必备的。这些能力不仅是学生在校期间的学习目标，更是他们未来职业发展的核心竞争力。新商科人才不仅需要掌握新兴技术和专业知识，还需要具备扎实的基础能力和综合素质。同时，三位主任指出目前校企合作仍存在一些问题，例如企业对新商科人才的需求与学校课程设置是之间存在差距的，学校在与企业合作过程中缺乏足够的资源、充足的沟通以及一个平台的支持。R 主任说过的“某高校与百胜集团的合作”，这个校企合作的案例仍存在一些问题：该高校与百胜集团的合作虽然取得了一定成效，但正式沟通机制尚未建立，企业反馈对课程调整的影响有限，校企合作的深度和广度仍需进一步拓展。

4.1.3. 学生的职业发展需求

学生作为新商科人才培养的主体，其需求和期望直接影响着人才培养的效果。通过对 TJNU 信息管理与信息系统、工商管理、物流管理三个专业的学生进行问卷调查和访谈，我们深入了解了学生对新商科人才培养的需求和期望。

调查与访谈发现：第一，课程设置期望：学生普遍认为现有课程设置尚可(49.06%认为基本符合期望)，但仍有显著改进空间(33.49%认为仅部分符合)(见图 5)。

第二，实践需求强烈：超过 80%的学生(80.19%)强烈希望增加实践类课程(如项目、实习、案例分析)，尤其是大三学生需求最高(87.5%)，表明学生对提升实际应用能力的迫切渴望(见图 6、图 7)。

第三，数字技能关注：对信息技术类课程，近半数学生(49.53%)认为现有课程足够，但也有近四成(38.68%)认为需要增设，反映了对数字技能培养的不同认知与需求(见图 8)。

第四，能力短板感知：在课程改进方面，学生最关注实用技能培养(84.91%)和课程内容与行业结合(59.91%)。同时，学生普遍认为在数据分析与人工智能、批判性思维与逻辑推理方面(均为 55.19%)知识最为欠缺，显示出对高阶思维和新兴技术能力的渴求(见图 9、图 10)。

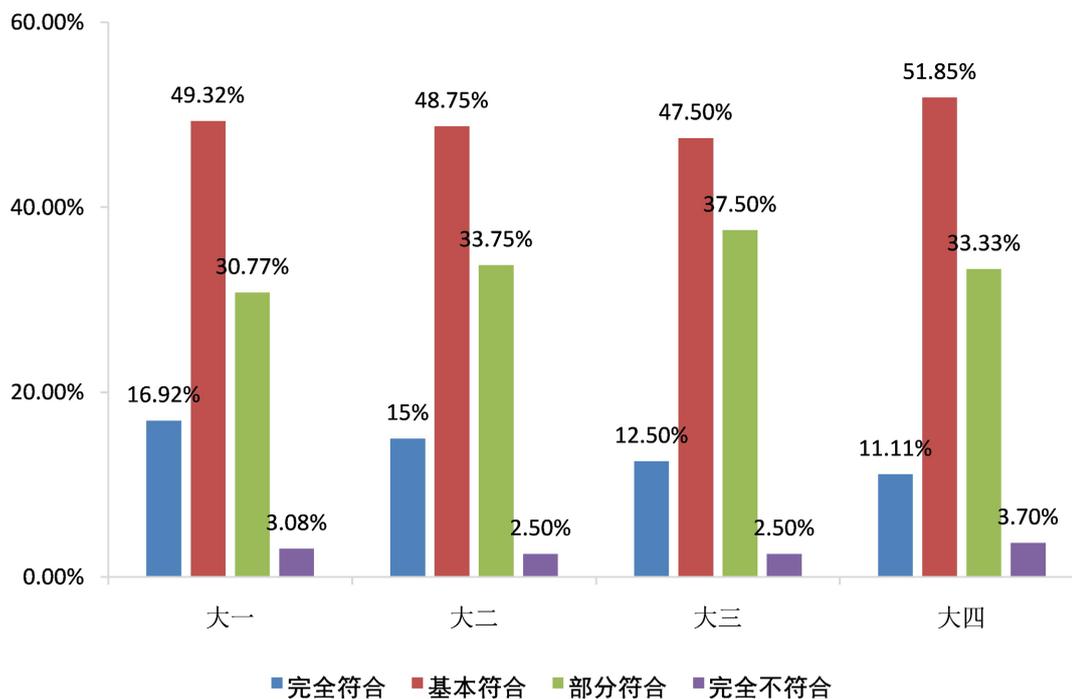


Figure 5. Expectations of students participating in the survey for the current professional curriculum setting
图 5. 参与调查学生对当前的专业课程设置的期望

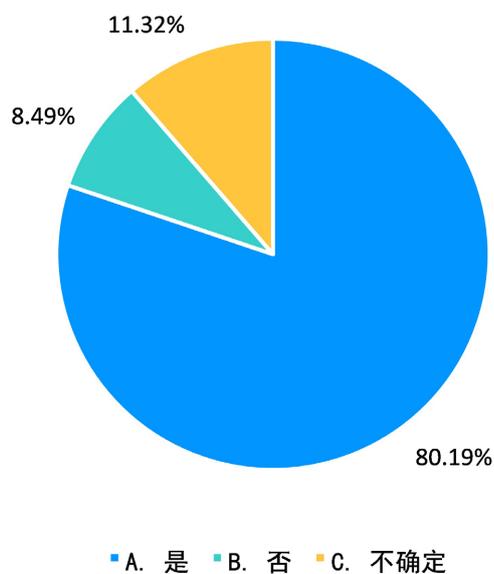


Figure 6. The demands of the students participating in the survey for practical courses
图 6. 参与调查学生对实践类课程的需求

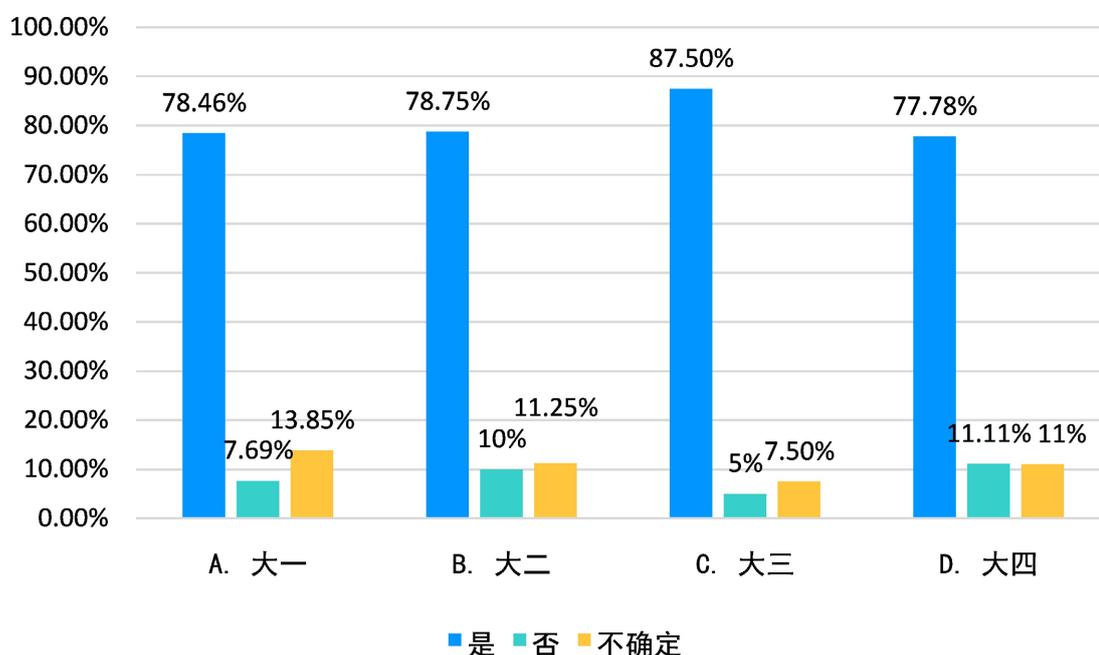


Figure 7. The demands of the students participating in the survey for practical courses and their grade classifications
图 7. 参与调查学生对实践类课程的需求及年级分类

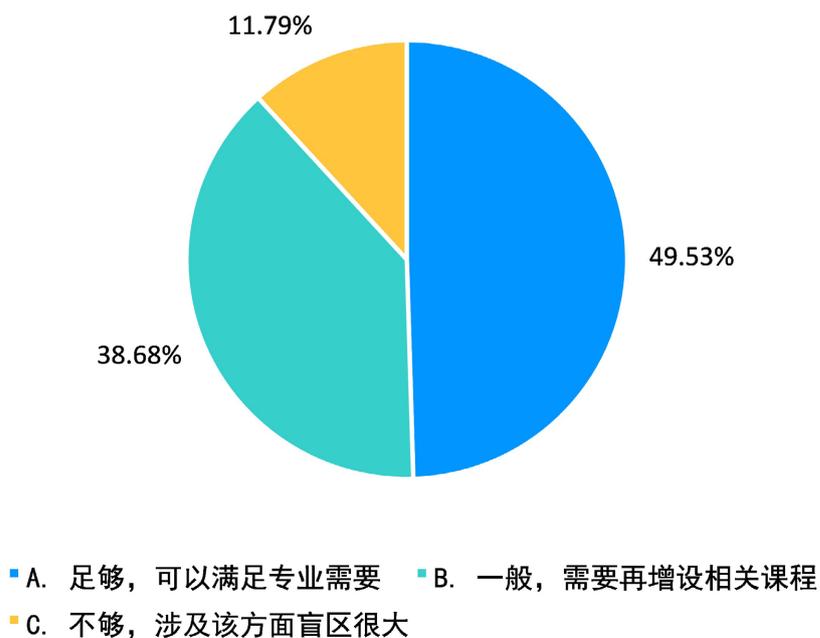


Figure 8. The thoughts of the students participating in the survey on the information technology course
图 8. 参与调查学生对信息技术课程想法

第五, 深造意愿较高: 有较高比例的学生(64.15%)有继续深造的意愿, 尤其是在男性 and 大一学生中, 这反映了他们对未来发展的期许和对知识深化的需求(见图 11)。

综上所述, 学生需求呈现出对理论结合实践与前沿技能(尤其是数据分析、人工智能)的强烈渴望, 并普遍关注课程与行业发展的结合度。这些需求为高校优化人才培养方案提供了直接依据。

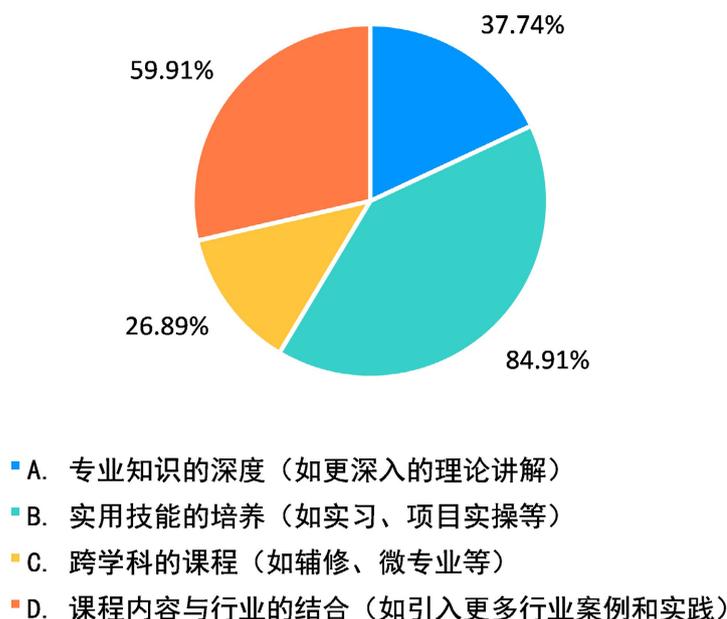


Figure 9. The demands of the students participating in the survey for curriculum improvement
图 9. 参与调查学生对课程改进的需求

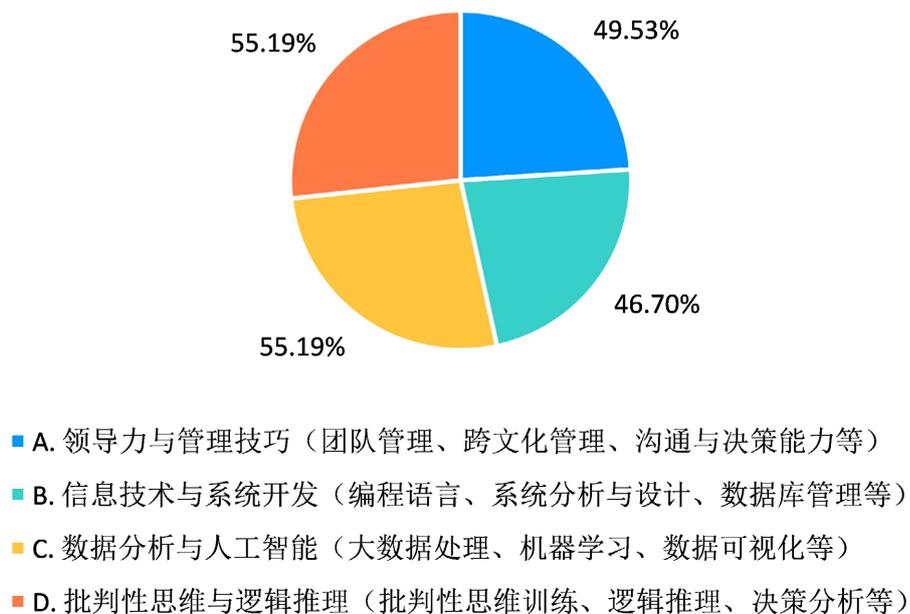


Figure 10. The thoughts of the students participating in the survey on their lack of knowledge in the course field
图 10. 参与调查学生对课程领域知识欠缺的想法

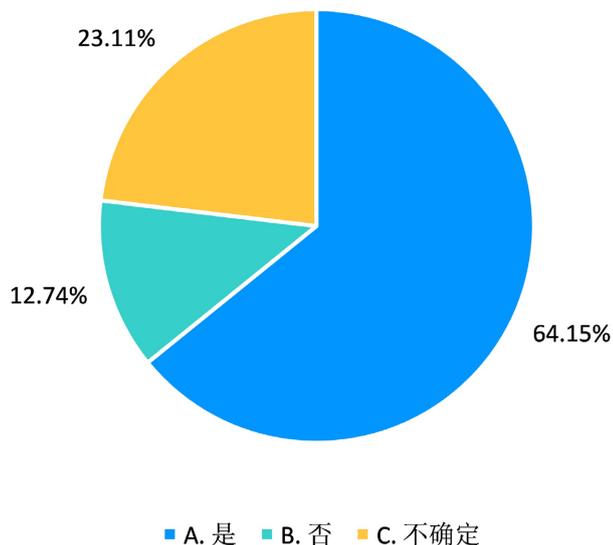


Figure 11. The thoughts of the students participating in the survey on whether to pursue further studies
图 11. 参与调查学生对是否继续深造的想法

4.2. 模型构建

结合上述对企业、高校和学生三方需求的分析，本研究尝试构建一个整合多维需求的新商科人才能力模型。通过上述调查研究，可以发现：

- (1) 企业在谈及人才需求时，认为新商科人才应该具备一定的数据分析能力、良好的团队合作和服务意识、出色的语言表达能力以及相关岗位的实习工作经验，以更好地适应动态的商业环境。
- (2) 高校在谈及商科人才培养模式以及培养方案时，系主任均认为数智时代下数据分析能力以及创新思维是必不可缺的，同时，校企合作方面的许多不足所影响的学生实践能力也日益成为关注重点。
- (3) 学生在谈及自身发展时，可以看到本科生对于理论深度融合实践的需要，以及在数字浪潮冲击下，对信息技术应用能力的渴望(图 12)。



Figure 12. The relationship of each dimension
图 12. 各维度关系

企业需求是人才培养的起点和目标导向，驱动高校调整培养方向；高校依据企业需求和教育规律进行培养，满足学生提升能力、实现职业发展的需求；而具备相应能力的学生进入企业，其能力水平和企业发展又反过来影响企业需求和高校培养策略的调整，形成一个动态的闭环系统。从三个维度对新商科人才所需能力进行综合分析，构建以数据分析能力、团队合作和服务意识、语言表达能力、创新思维、信息技术应用能力、实践能力为核心的多维度新商科人才能力模型(图 13)。

第一，数据分析能力是洞察市场趋势、挖掘商机的关键。在大数据时代，海量信息面前，新商科人才应能够从中提炼出有价值数据，使每一步决策更加科学合理。

第二，团队合作和服务意识同样不可缺少，商业活动往往是涉及多个部门与环节的复杂工作，新商科人才需要具备良好的团队协作精神。同时，始终秉持以客户为中心的服务理念，提供优质服务，提高竞争力。

第三，全球化已成定局的今天，对新商科人才语言表达能力的要求日益提高，既要能够与内部成员进行高效沟通、传递观点，又要能够做到跨文化、语言的交流谈判，从而更好助力商业目标的实现。

第四，创新能力之于国家、于企业，都是其进步提高的更内化的动力。新商科人才要响应国家号召，勇敢突破传统思维定式，在商业模式、产品升级等方面不断进行探索革新。

第五，随着信息数字化的加速转型，熟练应用更多信息技术工具，不仅能提高商业运营效率、开拓新的商业领域，同时也是新商科人才进行数据分析的前提之一。

第六，从“纸上得来终觉浅，得知此事要躬行”到“实践是检验真理的唯一标准”，无时无刻不在证明实践的重要性，新商科人才在校打牢理论基础知识的同时，必须将理论知识转化为实际行动，通过实习等方式积累经验，提高解决实际问题的能力，能够更好的衔接更加复杂的商业环境。

模型内涵解读：该六大核心能力并非相互孤立，而是有机统一、相互支撑的整体。信息技术应用能力是进行数据分析的基础，也是提升商业效率的关键工具；数据分析能力则为创新思维提供洞察和依据，驱动商业模式和产品服务的革新；创新思维的落地需要通过实践能力在真实商业环境中进行检验和迭代；复杂的商业实践往往需要跨部门、跨组织的协作，这就凸显了团队合作与服务意识的重要性；而有效的语言表达能力则是贯穿于团队协作、知识传递、客户沟通、商业谈判等所有环节的 necessary 支撑，也是跨文化交流的基础。因此，新商科人才的培养需要系统性地提升这六个维度的能力，使其能够综合运用以应对复杂多变的商业挑战。

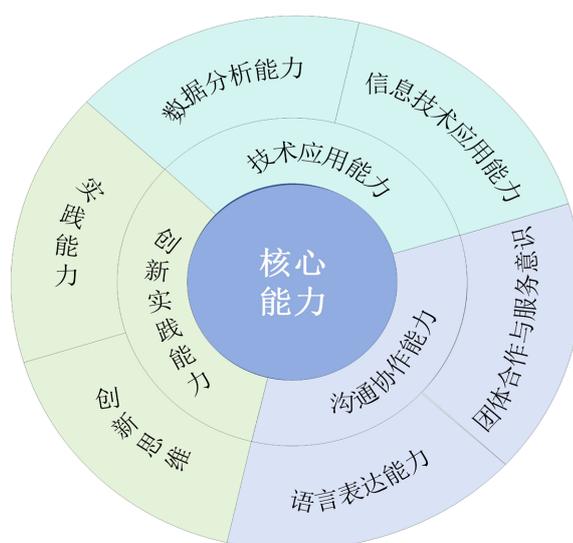


Figure 13. Competency model for new business talents
图 13. 新商科人才能力模型

5. 新商科人才能力模型应用与建议

5.1. 数字化应用能力培养

基于产教协同机制，校企双方通过共建“理论-实践”双循环培养体系，可以有效提升学生的数字化技术应用能力。如引入企业的真实商业案例与相关行业数据库，使学生在数据收集、数据分析等实践环节中，掌握 Python 等工具的应用。王洪才^[10]研究表明，这种基于真实场景的“项目制学习”可使学生数据处理能力提升 40% 以上。

5.2. 开发跨学科培养模块

突出“跨学科教育”这一观点，主要原因是新商科人才在当前社会发展环境下应具备多种能力，而这些能力并不是简单的“1+1=2”，“新”这一个字就突出了“1+1>2”这一条件。这些能力是相辅相成的，跨学科教育能够很好的达到我们培养新商科人才能力的目的。高校应从多个维度进行跨学科课程的设计、举办跨学科竞赛、提供展示跨学科学习成果的平台等以促进学生全面发展、培养全方位高素质人才。

5.3. 构建动态调整机制

市场需求和行业发展不断变化，因此构建动态调整机制至关重要。成立由企业 HR、技术总监和高校资深教授组成的产教融合委员会，每季度对能力模型指标进行全面更新。例如“好想来”企业与高校携手合作开发的“数字营销能力雷达图”，它从 8 个维度对学生的能力进行评估，包含 32 项具体能力指标，精准地实现了人才培养与企业实际需求的紧密对接，让学生所学与企业所需高度契合。

5.4. 创新资源共享模式

为了更有效地整合校企资源，建议采用“资源池+项目制”管理模式。将企业真实项目，如某物流企业的智能仓储优化项目，按照教学需求拆解为多个教学模块。利用腾讯云等先进的云计算平台，构建虚拟仿真实验室，对企业数据进行脱敏处理后用于教学，将企业实际项目转化为可复用的产教融合资源包，从而实现资源的最大化利用。

5.5. 完善评价反馈体系

科学合理的评价反馈体系是保障产教融合质量的重要手段。构建“过程性评价(企业导师评分占比 40%)+ 成果评价(项目商业价值评估占比 30%)+ 发展性评价(职业成长追踪占比 30%)”三维立体评估模型，全面、客观、动态地评价学生的学习过程与成果。

6. 总结与展望

本研究立足数字经济时代背景，以企业需求、高校培养方向与学生发展诉求为切入点，通过问卷调查与访谈分析，构建了以数据分析能力、团队合作和服务意识、语言表达能力、创新思维和信息技术应用能力以及实践能力的新商科人才能力多维度模型。研究发现——企业需求动态演变：企业对人才的核心诉求已从单一技能转向复合能力，尤其强调数据分析、团队协作与实践应用能力，同时重视软实力的适配性(见图 4)。高校培养痛点：当前商科教育虽在基础理论教学上较为扎实，但存在跨学科融合不足、实践环节薄弱、国际化与创新能力的培养滞后等问题，课程体系与行业需求的动态匹配机制急需完善(见 3.1~3.3)。学生发展诉求：学生普遍希望课程体系强化实践性与前沿性，同时注重批判性思维与职业素养的提升(见 4.1.3)。基于此，本研究提出“三方协同培养机制”，即通过校企合作深化实践教学、跨学科课

程体系重构、动态能力迭代机制三个方面,推动新商科人才培养模式的创新。该模型为高校优化课程设置提供了理论依据,为企业参与人才培养明确了路径,同时回应了学生职业发展的核心诉求。

尽管本研究初步构建了新商科人才能力模型,但仍存在以下可深化方向——样本覆盖范围的扩展:当前调研聚焦于 TJNU 及区域企业,未来可扩大样本至全国不同经济带(如长三角、粤港澳大湾区)及国际高校,验证模型的普适性与文化适应性;动态调整机制的完善:随着生成式 AI、元宇宙等技术的快速发展,能力模型需建立动态更新机制。例如,引入行业专家智库定期评估技术趋势对岗位能力的影响(参考王玉莲[9]对课程快速迭代机制的论述),或利用大数据实时追踪企业招聘需求变化;伦理与可持续发展能力的深化:数字经济的扩张可能引发数据隐私、算法偏见等伦理问题,未来研究可增设“数字伦理决策能力”和“可持续发展领导力”维度,将 ESG 理念融入能力模型(呼应孙燕飞[7]对数据隐私与价值观培养的呼吁);培养路径的差异化探索存在困难:高校提供的是同质性的课程方向,而对于差异化培养路径的探索,学生的自我选择性存在不足,对差异化探索有一定阻力。应发挥针对综合类、财经类、理工类高校的学科优势,设计差异化培养路径。

基金项目

项目类别:天津市普通高等学校本科教学质量与教学改革研究计划项目;项目名称:基于多维度协同的新商科实践教学云平台建设与管理;项目编号: B231006501。

参考文献

- [1] 王玉,杜勇.新文科建设背景下再看新商科的内涵、外延和特征[J].商业经济,2021(7):174-176.
- [2] 范树峰.数字化转型背景下新商科人才培养模式改革与实践[J].科技创业月刊,2024,37(9):37-42.
- [3] 杨曼琳,刘顺才.从“跨界”到“融合”:新商科背景下高职市场营销人才培养的创新与突破[J].湖北开放职业学院学报,2024,37(24):13-16.
- [4] 郑毅,王慧敏.“互联网+”背景下高职新商科产教协同育人机制研究[J].机械职业教育,2018(6):33-37.
- [5] 毕春晖,孙启伟,孙宗耀.高职院校新商科人才培养模式的研究[J].商业文化,2021(1):88-89.
- [6] 欧春尧,曹阳春.数智赋能下新商科复合型人才培养模式转型研究[J].创新创业理论与实践,2024,7(17):153-156.
- [7] 孙燕飞.数智时代新商科专业复合型人才培养模式构建研究[C]//新课程研究杂志社.新课改背景下课程理论与实践探究论文集(九).2023:88-89.
- [8] 李殿云.数智技术赋能应用型新商科产教融合人才培养生态圈的构建路径[J].长春师范大学学报,2024,43(10):130-133.
- [9] 王玉莲.新商科背景下经管类本科专业人才培养模式研究[J].黑龙江教育(高教研究与评估),2024(8):41-43.
- [10] 王洪才.论高校促进产教融合的难点、重点与突破点[J].高等教育评论,2021(1):13-20.