

基于OBE理念的《品牌管理》课程教学改革研究

韩战争^{1*}, 赵 纯¹, 雷雅文², 李桂炫¹

¹东莞城市学院商学院, 广东 东莞

²四川美术学院艺术教育学院, 重庆

收稿日期: 2025年4月15日; 录用日期: 2025年5月22日; 发布日期: 2025年5月29日

摘要

为适应新时代商科人才培养需求, 本文以OBE理念为指导, 对《品牌管理》课程教学中存在的若干问题进行了教学改革, 分别从教学理念、教学目标、教学内容、教学方法、课程思政等方面进行了有益的探索, 希望能为OBE理念在应用型课程中的实践提供参考。

关键词

OBE理念, 品牌管理, 教学改革

Research on Teaching Reform of Brand Management Course Based on OBE Concept

Zhanzheng Han^{1*}, Chun Zhao¹, Yawen Lei², Guixuan Li¹

¹Business School of Dongguan City University, Dongguan Guangdong

²Art Education School of Sichuan Fine Arts Institute, Chongqing

Received: Apr. 15th, 2025; accepted: May 22nd, 2025; published: May 29th, 2025

Abstract

In order to meet the needs of cultivating business talents in the new era, this article takes the OBE concept as guidance, explores teaching reforms on several issues in the teaching of the "Brand Management" course, and conducts beneficial explorations from the aspects of teaching philosophy, teaching objectives, teaching content, teaching methods, and ideological and political education. It is hoped that this can provide reference for the practice of OBE concept in applied courses.

*第一作者。

Keywords

OBE Concept, Brand Management, Teaching Reform

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. 引言

大数据、人工智能等现代科技的发展给社会带来了深刻的影响，数智化转型是当前企业发展的一个重要趋势。这给高校人才培养带来了新的机遇与挑战，其一，高校要改变传统的教学模式、进行教学改革。其二，拓展专业学习的深度与广度，以培养高素质、复合型人才为培养目标。《品牌管理》是一门应用性很强的课程，其所培养的品牌管理技能有较强的实用价值。为了提升应用型本科商科学生的能力，培养高水平的应用型、复合型人才，本文基于 OBE 理念，探索《品牌管理》课程教学改革。

2. OBE 理念

2.1. OBE 理念的内涵

OBE 理念(Outcome-Based Education)，即“成果导向教育”，是一种以学习成果为核心的教育理念，强调教育系统的设计、实施和评价都应围绕学生最终获得的能力和成果展开。OBE 理念的本质是通过系统性设计，确保教育过程始终服务于学生核心能力的养成，最终实现教育目标与社会需求的高度契合。

2.2. OBE 理念的优点

传统教学模式是教师主导，适合大规模理论教学，课堂推进效率高且易于管理，但缺点是学生参与度低，且缺乏个性化教学[1]。OBE 理念有以下优点：其一，以学生为中心，关注学生能够掌握的知识和能力，促进学生主动学习和个性化发展。其二，明确的学习成果导向。通过预先设定的学习目标，使教学方向更清晰。其三，灵活的教学方法。教师可以根据目标灵活调整教学策略，打破传统“填鸭式”教学的局限。其四，持续改进机制。通过定期评估学习成果，反馈到课程设计和教学实践中，优化课程设计和教学实践。

2.3. OBE 理念的局限性

其一，对成果的定义可能过于简化。复杂的能力(如批判性思维、创新能力等)难以量化为具体的成果，单一的成果可能导致教育目标窄化。其二，评估难度大。成果导向需依赖科学的评估体系，但设计公平、全面的评估工具成本较高。其三，较强的应试教育倾向。若过度强调达成某些学习成果，可能使教学演变为应试训练，忽视学习过程的价值(如求索、能力培养等)。其四，教师能力与资源限制。实施 OBE 理念需要教师具备课程设计、评估工具开发等能力，同时需要学校提供充足的资源支持。

3. 《品牌管理》课程现状分析

品牌管理是个动态的、科学的过程，品牌管理相关的知识和能力是商科人才所必备的。《品牌管理》作为经管类基础课程，是工商管理、市场营销等专业学生的基础课程。我校工商管理专业为广东省一流专业建设点、广东省重点专业。近年来，《品牌管理》课程团队成员积极探索课程教学改革，积累了丰富

的经验，也取得了一定的成果。

从现有教学内容上来看，教材一直沿用传统的品牌管理理论，对于品牌管理实践的变化却涉猎不多，忽略了品牌管理理念和方法应当与时俱进，这将会影响学生的实践应用能力。本课程存在知识点多且难理解、教学内容与实际管理工作脱节、学生学习缺乏主动性等问题；教学理念、教学方法、课程思政等方面需要进一步改革创新。为了解决以上问题，本研究以 OBE 理念为指导，结合高校学生特点和专业特点，从多个方面探索课程的教学改革。

4. 改革目标和改革创新

4.1. 改革目标

《品牌管理》是经管类基础课程，本课程教学改革研究以 OBE 教育理念为指导，结合学生特点和专业特点，创新课程体系，把课程改革与创新方向确定为以专业建设为背景，优化实践教学环节，培养学生批判性思维、提高学生的学习积极性、培育学生的团结协作能力、组织能力、沟通能力和创新能力，旨在培养应用型、复合型、创新型人才。

4.2. 改革创新

4.2.1. 教学理念革新

OBE 理念强调能力本位，需要教师渗透以学生为中心的教育理念，传授有效的学习方法，激发学生的学习兴趣，使其全身心的投入到学习研究中，提高学习效果[2]。根据每个学生个体差异，以学生为中心，制订个性化的评级，并持续进行评估，从而精准掌握学生的学习状态，对教学方法进行及时调整。

4.2.2. 教学目标创新

应用型本科强调专业针对性，注重专业技术应用能力、创新能力和实践技能的训练，以满足经济社会发展对高层次应用型人才的需求[3]。工商管理专业要紧跟现代商业社会的发展，适应大数据时代的企业特点，这不仅要求大学生掌握专业知识并加以运用，还需要适应快节奏的社会环境变化，跨学科融合、应用型、实践型的商科人才是社会急需的。本研究探索在新时代背景下，将 OBE 理念融入课程教学，更新课程知识结构布局、合理创新教学模式，为培养应用型、复合型人才搭建平台。

4.2.3. 教学内容创新

基于我校工商管理“省一流”专业的专业定位和应用型、复合型人才培养目标，结合现代公司对管理人才的实际需要，科学合理地对《品牌管理》专业课程进行优化设计。在整个课程内容建设中，融入思政元素和案例研讨，将理论与管理实践和思政教育有效结合。

4.2.4. 教学方法创新

第一，线上教学和线下教学相结合，强化学习效果

现代互联网技术的发展，使得知识通过网络和智能设备触手可及。《品牌管理》课程可以采用线上教学和线下教学相结合的模式，强化学习效果。MOOC、网易、学习通等平台上拥有丰富的教学资源，这可以解决课堂时间短、信息量不足等实际问题，还可以让学生高效利用课余时间进行深度学习，加深学生对知识的理解。在线练习和测验以及其他管理功能可以让授课教师更好地掌握学生学习的实际情况。增加线上学习考核，优化和调整线下考核的比值与权重，将两者有机结合，更好地评价与反映学生的学习效果[4]。

第二，项目教学法，培养学生批判性思维

项目教学法主张先练后讲，先学后教，从尝试入手，从练习开始，调动学生学习的主动性、创造性、

积极性等，学生唱“主角”，老师转为“配角”，实现了师生角色的换位^[5]。项目教学法不仅关注教学大纲中各模块知识的学习，同时也注重培养学生的批判性思维能力、解决问题的能力、团队协作能力和自我管理能力。学生和老师在项目过程中需要针对各个环节进行反思，包括学习的内容、探究和项目执行的有效性、项目成果的质量、项目中遇到的问题及解决方案。

第三，采用对分课堂教改模式，交互式学习

在对分课堂上，教师介绍基本框架、基本概念，着重讲授重点、难点，但并不穷尽教材内容。学生通过教师讲授把握章节的基本内容，理解重点、难点，大大降低了课后的学习难度。课后学习时，学生可以根据自己的个人特点和具体情况，以自己的节奏去完成对知识的内化与吸收。之后，学生再回到课堂上，分组讨论自己学过的内容，然后与教师进行深入的互动交流。课程中的重点与难点经过教师讲授、课后学习、分组讨论三个过程的分阶段强化，学生对知识的理解程度逐步加深。

4.2.5. 课程思政创新

高校人才培养是育人和育才相统一的过程。课程思政建设，就是要解决好专业教育和思政教育“两张皮”问题。发挥课程育人功能、形成育人合力，建设更高水平人才培养体系，促进学生全面发展。

如何在《品牌管理》课程中落实“三全育人”教育理念，通过专业课程承载思政育人目标是本次课程教学改革研究的重要方面。以思政元素为点、以课程思政为线、以专业思政建设为面，我们需要连点成线，再汇线成面，形成了这样一个部分到整体的《品牌管理》课程思政教改思路。从而达到以下目的：塑造学生核心价值观，树立职业价值观；培养学生创新思维，提升学生创新能力；弘扬诚信文化，厚植学生家国情怀，增强学生担当意识。

5. 实施方案与实施效果

5.1. 实施方案

本研究将 OBE 教育理念引入《品牌管理》课程，研究 OBE 教学理念在《品牌管理》课程中的应用。在《品牌管理》课程中融入新思维，采用现代化教学工具、重视线上线下混合教学、项目式教学、对分课堂等新型教学方式在教学实践中的应用，进行课程教学创新，激发学生的学习积极性和主动性、培养学生的批判性思维和创新思维。同时，结合课程思政元素全面提升《品牌管理》课程教学质量，提升学生的综合素质。本研究开展课堂调研，探索适合应用型本科经管类专业的《品牌管理》课程教学模式。

5.2. 实施效果

本次教学改革方案在 2022 级和 2023 级工商管理专业本科班《品牌管理》课程日常教学中进行实施，并设置了对比班级。从日常教学、测验、案例分析和期末考试成绩综合来看，相比于传统的教学模式而言，实施教学改革班级的学生积极性和主动性明显更强，课堂氛围更加活跃，对知识的掌握也更为扎实，学生的创新能力和实践能力有明显的提高。

6. 结论

本研究基于 OBE 理念，对《品牌管理》课程教学改革进行了有益的探索，通过多项改革创新进行实践探索，验证了 OBE 理念在应用型商科课程中的适配性与有效性。本研究实践认为，OBE 理念不仅为《品牌管理》课程注入了活力，也为商科教育回应产业变革、培养创新型、复合型人才提供了方法论支持。

参考文献

- [1] 李华嵩, 李澄非, 杨敏, 等. “电气控制与 PLC”课程 OBE 教学与传统教学实验对比[J]. 教育教学论坛, 2025(13): 89-92.
- [2] 徐丹. 基于 OBE 教育理念下的化工专业教学改革[J]. 热固性树脂, 2025, 40(2): 74.
- [3] 满璐, 陈龙溪, 李姗姗, 等. 地方应用型本科高校智库高质量发展: 功能定位、现实困境与路径创新[J]. 智库理论与实践, 2024, 9(2): 86-95.
- [4] 莫楠. 基于 OBE 理念的“遥感数字图像处理”课程混合式教学改革与实践[J]. 科技风, 2025(10): 95-97.
- [5] 贺平. 项目教学法的实践探索[J]. 中国职业技术教育, 2006(22): 43-44.