

“科教 + 产教”双驱动融合视域下新媒体营销专业 群学生创新能力培养体系构建与实践

许小华, 王晓敏

广东创新科技职业学院, 广东 东莞 523960

DOI: 10.61369/ETR.2026140010

摘 要 : 随着数字经济和新媒体行业的快速发展, 新媒体营销领域对于人才的创新思维、实践能力与综合素养提出了新的要求, 而教学过程中传统单一的职业教育培养模式已经很难适应当前行业发展过程中的人才需求。而以科教和产教双驱动融合为主的新型教学模式, 能够帮助教师剖析当前专业群学生创新能力培养存在的不足, 并针对性地进行改进。这种模式会更加强调理论与实践的结合, 通过鼓励学生参与项目驱动式学习来进一步提升他们的创新能力和解决实际问题的能力。因此本文主要从当前新媒体营销专业群学生创新能力培养的现状入手, 深入分析了“科教 + 产教”双驱动融合视域下新媒体营销专业群学生创新能力培养的重要性, 并对“科教 + 产教”双驱动融合视域下新媒体营销专业群学生创新能力培养体系构建与实践路径进行了深入探讨, 希望能够为高职院校培养符合新媒体营销行业需求的高素质人才提供新的思路。

关 键 词 : 科教融合; 产教融合; 双驱动; 新媒体营销专业群; 创新能力培养

Construction and Practice of the Innovation Ability Training System for Students in the New Media Marketing Professional Group Under the Perspective of "Science-Education + Industry-Education" Double-Drive Integration

Xu Xiaohua, Wang Xiaomin

Guangdong Innovative Technical College, Dongguan, Guangdong 523960

Abstract : With the rapid development of the digital economy and the new media industry, the new media marketing field has put forward new requirements for talents' innovative thinking, practical ability and comprehensive literacy. However, the traditional single vocational education training model in the teaching process is difficult to meet the talent needs in the current industrial development. The new teaching model based on the double-drive integration of science-education integration and industry-education integration can help teachers analyze the deficiencies in the current innovation ability training of students in the professional group and make targeted improvements. This model emphasizes the combination of theory and practice, and further enhances students' innovation ability and ability to solve practical problems by encouraging them to participate in project-driven learning. Therefore, starting from the current situation of innovation ability training for students in the new media marketing professional group, this paper deeply analyzes the importance of innovation ability training for students in the new media marketing professional group under the perspective of "science-education + industry-education" double-drive integration, and conducts an in-depth discussion on the construction and practice paths of the innovation ability training system for students in the new media marketing professional group under this perspective. It is hoped to provide new ideas for higher vocational colleges to cultivate high-quality talents that meet the needs of the new media marketing industry.

Keywords : science-education integration; industry-education integration; double-drive; new media marketing professional group; innovation ability training

引言

在当前发展阶段，短视频运营、直播电商、内容创作、品牌新媒体推广、私域流量运营等新兴岗位对人才的需求正在不断扩大，相关行业企业已经不再满足于招聘只是掌握基础操作技能的从业者，而是需要集技术应用能力、创新策划能力和市场洞察能力于一身的复合型人才。而新媒体营销专业群作为职业院校对接数字营销产业的核心专业集群，不仅覆盖了网络营销与直播电商、全媒体广告策划与营销、电子商务和数字媒体技术等相关专业的教学内容，而且人才培养核心目标也与当前行业所需的人才方向具有一致性。另外，当前职业教育领域也正在不断推进产教融合与科教融合的协同发展，“科教 + 产教”双驱动融合已经成为当前职业教育改革的重要方向。因此将产业的真实需求融入教学过程，同时将科研创新成果转化为教学资源，能够有效打破传统教学课堂存在的限制，推动教育教学、产业发展和科研创新三个方面的全面发展。

一、当前新媒体营销专业群学生创新能力培养的现状

在当前阶段，部分高职院校新媒体营销专业群虽然围绕人才培养展开了实践教学优化、校企合作拓展等教学改革工作，并取得了一定的教学成效，但是从学生创新能力培养的核心目标来看，新的教学体系仍然存在一定的不足，学生的整体培养质量与行业需求和职教改革要求存在明显差距^[1]。具体来说，部分院校在教学过程中仍然坚持传统教学理念中只重视技能而忽视创新的培养方向，在教学过程中教师也会将教学重心放在新媒体基础操作工具和标准化运营流程传授上。这种教学模式很容易使学生形成只是片面理解创新能力培养内涵的思维方式，导致他们在后续的学习过程中不能主动结合科教产教融合要求发展自身能力，最终会使创新培养教育流于表面。同时在传统教学理念长期的影响下，科教与产教相关的教学资源也长期处在割裂状态，这会使高职院校的科研创新成果很难转化为实用的教学资源，产业的真实需求和具体项目也并不能与专业实践课堂进行深度融合，导致教师的融合教学基础也比较薄弱。最后，现阶段的课堂教学模式仍然以灌输式和示范式等传统模式为主，而且实践教学也大多都是模拟仿真训练，并没有为学生提供真实创新实践场景和项目实践等更加能够锻炼学生实践操作能力的教学环节^[2]。

二、“科教 + 产教”双驱动融合视域下新媒体营销专业群学生创新能力培养的重要性

（一）适配行业人才需求，推动专业群高质量发展

由于科技发展的速度较快，与之联系十分紧密的新媒体行业也具有更新快、创新强和实践重的特点，而且行业岗位需求也处在不断更新的状态，这就会使整个行业对于人才创新能力的要求不断变高。而在“科教 + 产教”双驱动融合的背景下，教师能够精准对接产业最新需求与科研创新的最终结果并以此为基础为新媒体营销专业群优化人才培养方案，通过重新构建课程体系和改革教学模式等方式来推动专业群建设与产业发展保持一致。这种方式不仅可以使专业群人才培养方向始终与行业发展趋势相贴合，而且也可以进一步提升学生的核心竞争力与社会认可度，从而实现专业群可持续高质量发展^[3]。

（二）破解职业教育培养瓶颈，提升人才核心素养

在传统职业教育人才培养体系中仍然存在科教产教割裂、创新培养薄弱和实践能力不足等问题，这也会直接影响到新媒体营销人才的培养质量。而双驱动融合模式可以有效打破教学、产业和科研三者之间存在的限制，通过将科研创新的思维方法和技术成果融入教学来将产业真实的场景和项目需求引入课堂，并以此实现理论教学、科研创新和实践应用的深度融合。这种方式也能够全方位激发学生的创新思维，通过引导他们从被动接受知识转变为主动探究创新，可以有效培养学生的创新策划、跨界整合和实际应用等核心能力，帮助学生从技能型从业者转向创新技术技能人才的新型发展趋势^[4]。

三、“科教 + 产教”双驱动融合视域下新媒体营销专业群学生创新能力培养体系构建与实践路径分析

（一）明确分层培养目标，锚定创新能力培养核心方向

教学培养目标是构建整个教学体系的重要前提，在双驱动融合视域的引导下，新媒体营销专业教学需要打破传统单一技能的培养目标，将“科教 + 产教”双融合的要求与行业创新需求融入教学过程，并以此为基础来为学生构建分层分类的创新能力培养目标体系^[5]。具体来说，基础层的目标重点主要放在培养学生的创新意识上，通过开展基础课程教学和行业认知教育，来让学生了解当前新媒体行业创新的内涵。教师也需要在教学的过程中有意识地为学生树立基本的创新思维，使他们能够掌握专业基础理论和通用技能，为他们后续学习能够主动进行思考和敢于创新打下相应的教学基础。而进阶层目标主要是提高学生的创新技能。专业教师需要以专业核心课程和实践项目为基础，来培养学生的内容创新、策划创新和运营创新等专项创新能力，使他们能够结合产业需求完成简单的创新营销项目。在高层目标设立的过程中，需要结合学生的创新应用能力。教师可以通过科研创新课题、产业真实项目和创新创业实践等方式来培养学生的跨界整合、团队协作和问题解决等综合创新能力。在这一目标的引导下，学生不仅能够独立完成复杂新媒体营销项目的策划与执行，而且也可以在不断地实践过程中逐渐具备岗位创新与职业拓展能力^[6]。

（二）重构融合型课程体系，整合科教产教优质资源

培养学生创新能力的重要载体是课程体系，尤其是在新媒体营销专业群教学过程中，教师需要解决传统专业群课程内容陈旧、各自为政、与产业科研脱节等问题。因此在实际教学过程中教师可以为学生构建能够将基础通识、专业核心、创新实践和科研拓展相互融合的课程体系，以此来深度整合科教资源与产教资源，从而有效实现课程内容与行业创新、科研前沿的无缝对接^[7]。一方面，教师可以优化基础通识课程，比如可以在原有的课程教学基础上融入创新思维、科研方法和产业认知等相关的内容，同时也需要增设对应的新媒体行业创新案例、数字经济发展和职业创新素养等通识模块，从而有效培育学生的基础创新意识和科研思维。另一方面，教师需要将现阶段的专业核心课程内容进行重新整合，在构建过程中需要打破专业课程存在的限制，围绕新媒体营销核心岗位群来整合相关的教学内容。同时也要注意将行业最新的创新营销模式和科研创新成果转化为课程知识点，通过这种方式可以有效淘汰落后的教学内容，并为学生增加直播电商创新运营、短视频内容创意策划、新媒体数据分析与优化、品牌创新推广等更加符合学生学习需求的教学内容。最后，教师需要强化创新实践课程。在教学体系中可以设置项目实训、跟岗实习、顶岗实习、创新创业实训等实践课程，通过引入企业真实的营销项目和院校科研创新最新成果来为学生提供优质的实践项目，使学生能够在更加真实的场景中开展创新实践，不仅可以帮助他们了解岗位一线工作的真实情况，而且也能够使他们进一步明确自身未来的发展方向。同时教师也可以根据学生具体的学习情况来增设科研拓展课程。适当融入科研方法入门、新媒体技术创新研讨、产业创新课题研究等选修课程，引导学生在参与小型科研创

新项目和产业调研活动时主动将科教思维融入专业学习^[8]。

（三）创新双融教学模式，打造沉浸式创新实践场景

教学模式是保证学生最终培养效果的关键。而在新媒体专业群建设过程中，教师需要在传统灌输式教学的基础上融入双入教学模式，结合新媒体营销专业的教学特点和学生真实的学习情况，灵活采用项目式教学、探究式教学、沉浸式教学、翻转课堂、校企双师共教等多元化教学方法，使其能够形成教学与科研互通、理论与实践并重的创新教学模式^[9]。比如教师可以推行项目化驱动教学，通过将企业真实的新媒体营销项目和院校科研创新课题拆解为不同难度的教学项目，并以此为基础组织教学。在这个过程中，教师需要引导学生分组开展市场调研、方案策划、内容创作、运营执行和效果复盘等工作，使学生可以在项目实施的过程中不断熟悉科研方法和运用创新思维。另外，高职院校也可以引入企业导师形成双师共教模式。由校内专业教师负责理论教学和科研方法指导，而企业一线导师主要负责产业实践与行业创新案例讲解等内容。使双方能够共同开展课堂教学、实训指导和项目点评等教学活动，从而实现科教思维与产教实践的深度融合^[10]。

四、结论

当前数字经济与职业教育改革正在不断深度融合，“科教 + 产教”双驱动融合是新媒体营销专业群提升人才培养质量并推动教学内容与时俱进的重要发展方向。因此相关院校在改革过程中需要打破传统教学的限制，重新构建教学体系为学生未来的发展打下坚实的基础。

参考文献

- [1] 安晴雯. 乡村振兴背景下高职市场营销专业产教融合实践教学模式研究——以农产品新媒体营销实践为例[J]. 陕西教育(高教), 2024, (12): 78–80.
- [2] 郑璐. 基于“EPSIE”五位一体的新媒体营销人才培养模式创新策略研究[J]. 教师, 2024, (29): 123–125.
- [3] 吴丽文. 高职院校市场营销专业课程思政教学改革与实践——以“新媒体营销”课程为例[J]. 广东职业技术教育与研究, 2024, (09): 174–177.
- [4] 华迎, 高文海, 罗蓓蓓, 等. 新媒体营销[M]. 人民邮电出版社: 202406: 321.
- [5] 郭佳祺. 基于校企合作开发新媒体营销课程教学资源的实践研究[J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2024, (01): 1–4.
- [6] 严旭. 高职教育中的混合式教学: 新媒体营销课程教学的有效方法[J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2023, (12): 34–37.
- [7] 张晋. 新时期创业教育与专业教育的融合——以新媒体营销课程为例[J]. 商业经济, 2023, (10): 184–186.
- [8] 王帆. 高校文化产业教学中新媒体营销策略的应用与探讨[J]. 大众文艺, 2023, (18): 144–146.
- [9] 孟璐, 尤迪. 新媒体营销人才培养与企业岗位需求契合研究——以高职院校市场营销专业学生为例[J]. 北方经贸, 2022, (12): 129–131.
- [10] 李震. 应用型本科混合式教学的思考与实践——以市场营销专业《新媒体营销》课程为例[J]. 创新创业理论与实践, 2022, 5(08): 49–52.