

美育在应用型人才培养中的价值和实现路径

——以市场营销专业为例

李云飞

(沈阳职业技术学院, 辽宁 沈阳 110042)

摘要:在当今经济全球化和市场竞争日益激烈的时代,美育在应用型人才培养中的价值越来越重要。基于此,本文深入探究了美育在应用型人才培养中的价值、美育在应用型人才培养中的问题、美育在应用型人才培养中的实现路径旨在更好地培养出既具备市场营销专业技能,又拥有审美素养的复合型人才。

关键词:应用型人才;美育;市场营销专业;价值和实现路径

引言:《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》明确指出美是纯洁道德、丰富精神的重要源泉。美育是审美教育、情操教育、心灵教育,也是丰富想象力和培养创新意识的教育,能提升审美素养、陶冶情操、温润心灵、激发创新创造活力。为贯彻落实习近平总书记关于教育的重要论述和全国教育大会精神,进一步强化学校美育育人功能,构建德智体美劳全面培养的教育体系。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的教育方针,坚持社会主义办学方向,以立德树人为根本,以社会主义核心价值观为引领,以提高学生审美和人文素养为目标,弘扬中华美育精神,以美育人、以美化人、以美培元,把美育纳入各级各类学校人才培养全过程,贯穿学校教育各学段,培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。高职院校应该根据国家的政策走符合国家发展的道路,这样才能够更好地促进学生的全面发展。

一、美育在应用型人才培养中的价值

(一) 提升学生的审美素养

美育能够提升市场营销专业学生的审美素养,使其具备敏锐的审美感知能力。学生通过对美学原理的学习,能够更好地把握色彩、造型、节奏等元素在营销中的应用,这样才能够更好地提升学生的审美能力,让学生能够更好地在设计、宣传方面将其更好地融入其中,从而提升品牌的影响力。

(二) 激发学生的创效思维

学生学习完美育知识后,可学会从不同的角度来审视消费者的需求,从而更好地提出多种的营销策略。例如:学生可能会在包装方面融入美育的知识,提出不同的设计方案;学生可能会在营销方面设置更加吸睛的封面内容,让消费者能够立刻被吸引,从而在其中进行购买。

(三) 促进学生的综合素质

美育不仅关注学生的审美能力和创新思维的培养,还注重学生的情感、品德和价值观的塑造。在市场营销工作中,良好的人际关系和沟通能力至关重要。美育能够培养学生的情感表达能力和人际交往能力,使其能够更好地与客户、同事和合作伙伴进行沟通和合作。例如,学生通过学习美学中的情感表达技巧,能够更好地理解客户的需求和情感,从而提供更加贴心的服务。

二、美育在应用型人才培养中的问题

(一) 美育课程单一性问题

美育课程单一性问题主要体现在课程内容与形式未能充分贴合学生兴趣及专业需求,导致美育与专业教育之间的融合度不高,限制了美育在促进学生全面发展中的潜力发挥,使一些学生不能够觉得两者之间有什么关系,导致出现不爱学习的现象。

(二) 师资力量短缺

现如今复合型教师严重匮乏,还制约了美育教育质量的发展情况。复合型的美育教师不仅应该具备扎实的专业基础知识,还应该能够了解各行业的知识,这样才能够从跨学科的领域对学生进行治疗。但是,当前高职院校当中的教师难以满足这一多元化的发展需求。

(三) 教学资源有限

随着学生审美需求的日益多样化和个性化,传统的教学资源已经很难满足学生广泛而深入的学习需求。高职院校因此需要加大资金投入来丰富美育教学资源,不仅应该包括实践基地,还应该包括网络信息技术平台,这样才能够更好地拓宽学生学习的途径。

(四) 评价机制不完善

当前,许多高职院校在美育评价中仍过于注重知识掌握和成果展示,而忽视了对学生审美能力、创新思维和实践能力的全面考察,这种重知识轻能力、重结果轻过程的评价方式,不仅难以真实反映学生的美育素养水平,还可能误导学生将美育学习视为一种应试任务,而非终身受益的素养提升过程。

三、美育在应用型人才培养中的实现路径

(一) 优化课程内容

1. 开设专业特色美育课程

市场营销是一门连接消费者与市场的学科,所以学生需要通过创新的策略来实现商品的有效推广。高职院校可通过设置品牌视觉设计美学、广告文案的修辞美学、消费者心理的情感美学等具有审美内涵的课程让学生掌握市场营销的基本理论与技能,从而更好地促进学生审美感知能力和创造能力的双重提高。例如:学生会“品牌美学”课程当中学会如何通过色彩、形状、字体等视觉元素来建立独特的品牌形象、如何通过品牌故事的方法引起消费者的共鸣。教师通过这样的课程设置,不仅能够让学生将美学知识更好地应用于实际的营销场景当中,还能够反复地锻炼中提升自己的审美能力。

2. 融入专业课程的美育元素

教师在讲解市场营销专业知识的时候,应该不断地对学生渗透美育的价值,这样才能够让学生在潜移默化当中受到一定的熏陶,从而更好地提升学生的综合素质。例子1:教师在讲解“市场营销策划”课程的时候可以引导学生从美学角度来考虑市场的变化情况,从而策划出更加符合消费者心理需求的产品外形。例子2:教师在讲解“消费者行为学”课程的时候,可让学生学会利用大数据、人工智能等前沿技术来分析消费者的心理和情感体验,从而更好地制定出更加精准的营销策略。教师通过这样的教学方法,不仅能够为学生创造一个沉浸式的学习环境,还能够更好地激发学生的学习兴趣和求知欲望。

（二）多种教学方法

1. 案例教学法

教师在市场营销专业当中可以运用案例教学法的方式让学生将理论知识应用于实际场景当中，从而让学生在完成项目的过程当中，提升专业技能和审美能力。教师在市场营销专业课程当中选取案例的时候应该选取那些有商业价值和符合社会需求的案例，这样才能够让学习更好地分析问题。以广告营销案例为例，教师将学生分成不同的小组，让学生对不同色彩搭配传达出的不同色彩情感进行分析，有的小组讨论出暖色调常常传递出温馨、活泼的感觉，适用于一些儿童产品的广告设计；还有的小组讨论出冷色调给人的感觉是高端、专业的形象，所以可用在家居的场合当中。同时，教师还应从心理学的角度出发，引入跨学科的案例，也就是利用美学元素来满足消费者的心理需求。例如：一些品牌在建立品牌 logo 或者是装修的过程当中会营造出一种高端的感觉，从而让消费者在购物的过程当中产生优越感和满足感。

2. 实践项目

当学生学习一定的理论知识后，教师可让学生参与到企业真实的实践项目当中来，以此来更好地提升学生的实践应用能力。以品牌策划项目为例，教师可将学生分成不同的小组，让小组中的成员从市场调研、品牌定位、品牌视觉设计等方面进行展开。在市场调研方面，他们会通过网络查找和现实调研的方式来了解消费者的需求和竞争者的情况，以此来为后面的步骤奠定坚实的基础；在品牌定位方面，学生需要明确自己所设计这个品牌的核心价值观和受众群体是哪些；在品牌视觉形象设计方面，学生们会运用美学原理的知识来设计出符合消费者的品牌标志。教师通过实践项目的教学方法，不仅能够让学生将课堂上学到的知识更好地进行应用，还能够让学生在参与到的不同项目当中来锻炼自己的审美能力。

3. 多媒体技术的应用

教师通过多媒体技术来为市场营销专业的教学与实践带来了新的活力。教师会利用多媒体课件和视频资料等多样化的教学手段来丰富教学内容与教学形式，从而让学生能够更加直观地感受和理解美学在市场营销活动当中的应用。例如：教师可选择具有代表性的优秀广告宣传片、品牌微电影等素材，不仅让学生分析其中的色彩搭配、构图技巧、画面质感等内容，还让学生探讨其中的故事情节设计、角色塑造、情感表达等美学特征。此外，教师还可以通过模拟实验室的方式让学生在不断地错误当中总结经验，从而不断地调整自己的学习方式。教师也会根据学生不理解的地方来动态地调整教学的策略，从而更好地促进学生全面的发展，实现个性化的教学指导，让学生能够有更好的体验感受。

4. 信息技术的应用

随着信息技术的飞速发展，信息技术在市场营销专业的美育教育当中也扮演着非常重要的角色。例如：教师可教会学生使用大数据分析技术来深度剖析消费者的审美偏好以及消费需求，从而更好地为品牌的策划和营销提供坚实的数据支持。教师在教学当中可利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）技术来让学生深入到这个商业的场景当中，进行展位设计、产品展示等实践活动，使学生在虚拟环境中不断锻炼和提升自己的创新能力。教师通过这些信息技术的应用，不仅能够丰富市场营销专业美育教育的教学手段，还能够有效地提升教学的质量，培养出更多具有创新精神和实践能力的市场营销人才。

（三）提高教师的专业知识

1. 引进与培养复合型人才，为美育教学注入活力

美育能够培养学生的审美能力、创新思维和人文精神，所以

对于市场营销专业的学生而言，可以更好地促进学生的全面发展。首先，高职院校为了更好地实现美育在市场营销专业当中融合，可以组建一支由市场营销专业教师、艺术教师、企业专家等人员的复合型教学团队，以此来更好地让他们进行课程内容的设置，这样能够更好地设计出符合不同学生的专业课程。其次，高职院校可通过邀请校外专家的方式，让教师参与到其中，对于教师不理解的问题可以直接提出疑问，在听完专家讲授之后，每个教师还需要撰写一篇相应的报告，这样才能够更好地进行反思与思考。

2. 建立校企合作机制，拓展美育实践平台

在“走出去”方面，高职院校可让接受良好的教师进入企业当中进行学习，以此来真实地接触到符合市场环境和项目需求的实践项目。在这其中教师理论知识会与企业人员的实践知识进行碰撞，以此让教师更加明白理论知识在实践当中的应用情况，并将这些应用的内容带入学生的教学当中，从而使学生能够接触到真实的案例内容。在“引进来”方面，高职院校可聘请企业中的市场营销专家和设计师担任学生的导师，并对学生进行一对一的帮助和辅导，从而让学生更好地明确在市场营销当中的应用技巧和方法，帮助学生更好地明确自己的学习目标和职业发展方向。

（四）评价与反馈

应用型人才的培养，需要有一个良好的评价体系。在传统的评价体系当中，教师往往会通过考试成绩的方式来衡量一个人的发展情况，这样的评价方式对学生来说过于片面，不能够全面考查学生的综合能力。高职院校除此之外还应该对学生的审美能力、创新思维、文化素养、社会实践等多方面进行评价，这样才能够综合地考量学生的发展情况。量化评价，也就是对学生的考试成绩和项目完成情况进行评价，这样能够更好地考查学生对于美育理论知识的掌握情况，还能够对学生在实践当中应用美育内容进行评价；定性评价是指通过学生自评、互评、教师评语等方式进行评价，以此来更好地反思自己在美育学习过程中的收获与不足，从而更好地明确自己应该努力的方向，只有将这两者更好地结合，才能够全面地反映学生的美育发展情况。除此之外，教师还可将学生在课堂内容的参与情况、在小组讨论当中的表现情况以及提出创新性思维的情况来纳入其中，这样才能够更好地了解学生的学习情况。在一周结束后，还能够将这些方面的内容同步给学生，让学生更好地进行改正，从而提高专业技能的全面提升。

结束语

美育在市场营销专业应用型人才培养中扮演着至关重要的角色，它不仅为学生的专业技能提升提供了有力支撑，更为学生的全面发展注入了强大动力。在未来的美育价值的深入挖掘和实践路径当中应该更好地进行挖掘，这样才能够培养出具备专业知识的市场营销专业的审美价值的学生。在本文的探究中不仅能够为相关的研究学者提供一定的借鉴，还能够更好地促进学生全面的发展。

参考文献

- [1] 李琦. 高职汽车营销课程“新工业+新美育”融合的实践探索[J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2024, (06): 77-80.
- [2] 毛婷. 艺术自媒体微信公众号内容生产与美育实践研究[D]. 成都大学, 2024.

项目来源：辽宁省“兴辽英才计划”教学名师项目“‘项目引领·思政赋能·产教融合’数字营销人才培养模式的创新与实践”（项目编号：XLYC2211021）。

作者简介：李云飞（1983—），男，辽宁朝阳人，讲师，硕士，研究方向：劳动教育。