

完满教育理念下数字化品牌管理课程内容设计研究

唐杰

重庆移通学院, 中国·重庆 401520

摘要: 随着全球化和信息化的迅速发展, 教育行业在不断创新其教学模式, 尤其是高等教育领域的课程设计逐渐趋向数字化。在此背景下, 数字化品牌管理课程的设计成为了一个重要的研究方向。本文基于完满教育理念, 以重庆移通学院淬炼商学院为例, 基于完满教育理念与学院“四位一体+双院制+特色课程”育人模式, 探讨数字化品牌管理课程的内容设计, 旨在构建融合“完满项目”“AIGC”“校企商科竞赛”的实战型教学框架。通过完满教育理念的核心要义, 结合品牌管理领域的现状与趋势, 本文设计了一种新的课程框架, 重点强调知识的系统性、综合性与实践性。同时, 提出该课程框架的具体实施路径, 分析课程与实战项目的交叉融合路径, 提出 PBL+ 项目制的教学创新模式, 力求为数字化品牌管理教育提供一个全新的视角和解决方案。

关键词: 完满教育理念; 数字化品牌管理; 课程设计; 教育创新; 教学框架

Research on the Content Design of Digital Brand Management Courses under the Concept of Perfect Education

Tang Jie

Chongqing Yitong University, China Chongqing 401520

Abstract: With the rapid development of globalization and informatization, the education industry is constantly innovating its teaching models, especially in the field of higher education, where course design is gradually trending towards digitalization. Against this backdrop, the design of digital brand management courses has become an important research direction. Based on the concept of perfect education and taking the Quilian Business School of Chongqing Yitong University as an example, this paper explores the content design of digital brand management courses based on the concept of perfect education and the school's "Four-in-One + Dual College System + Characteristic Courses" education model. The aim is to construct a practical teaching framework integrating "Perfect Projects", "AIGC", and "University-Enterprise Business Competitions". By focusing on the core essence of the concept of perfect education and combining the current situation and trends in the field of brand management, this paper designs a new course framework, emphasizing the systematicness, comprehensiveness, and practicality of knowledge. At the same time, it proposes specific implementation paths for this course framework, analyzes the integration paths between the course and practical projects, and puts forward a PBL + project-based teaching innovation model, striving to provide a new perspective and solution for digital brand management education.

Keywords: Concept of perfect education; Digital brand management; Course design; Educational innovation; Teaching framework

0 引言

在现代教育理念中, 完满教育理念提倡教育应致力于培养学生的全面能力, 既关注知识的传授, 也注重学生能力的提升与人格的塑造。重庆移通学院淬炼商学院以“信息产业实战型商学院”为定位, 在“四位一体+双院制+特色课程”育人模式指导下, 将数字化时代的品牌管理课程作为市场营销专业核心课程, 通过融合“完满项目”“校企商科竞赛”“AIGC 技术”等元素, 探索课程改革新路径。在此背景下, 如何基于完满教育理念设计数字化品牌

管理课程, 实现理论与实战的深度融合, 成为提升教学质量、培养实战型人才的关键问题。本文结合重庆移通学院的教学改革实践, 探讨课程设计的目标、内容与实施路径。

1 完满教育理念的内涵与发展

1.1 完满教育理念的定義

完满教育理念最早由日本教育学者提出, 旨在解决传统教育体系中仅仅强调知识传授而忽视学生全面发展的局限性。完满教育的核心思想是教育不仅应当关注学生的知识学习和技能培养, 更要注重学生在道德、心理、社交等

多个方面的成长。因此,完满教育理念主张的是一种全人教育的模式,它强调学生在身心健康、价值观塑造、人际交往、创新能力等方面的全面提升。

这种教育理念与传统的以学科知识为主的教育模式有着明显的区别。在传统教育模式中,教师通常以知识的传授为核心,学生主要接受的是大量的书本知识和理论学习,重点是学生是否能通过考试掌握学科知识,而很少关注学生的个性化成长、心理发展和社会适应能力。然而,完满教育理念认为,教育的最终目标不仅是培养学生的知识储备,更是帮助他们形成良好的品德、积极的心态以及解决问题的能力。这种全方位的教育方式要求教师在教学过程中,不仅要传授知识技能,还要关心学生的情感需求、价值观的塑造以及社会责任感的培养。

从整体来看,完满教育理念的出发点是以学生为本,关注每个学生的全面成长,而不是单纯的学科成绩。这种理念强调个体差异,倡导因材施教,并通过多元化的教育形式帮助学生全面发展。完满教育理念的提出不仅是对教育内容的挑战,更是对教育模式的创新,它为现代教育提供了更加灵活、个性化的教育框架。

1.2 完满教育理念在课程设计中的应用

完满教育理念为课程设计提供了全新的视角。在课程内容的设置上,完满教育倡导知识与能力的统一,注重学生实践能力的培养,这对课程设计有着深远的影响。

首先,完满教育理念主张课程设计应涵盖学生的全面能力,特别是在知识学习与实际能力的结合上。教师在设计课程时,不应仅仅满足于知识的传授,而应注重帮助学生在实践中培养技能、提升能力。例如,在数字化品牌管理课程的设计中,教师应注重品牌理论的讲解,但同时要加强学生对这些理论知识的实际应用能力的训练。通过案例分析、小组合作、项目实践等方式,学生可以在课堂之外的实践活动中,运用所学的知识解决实际问题,从而获得实践经验并提高解决问题的能力。

此外,完满教育理念强调学生个性化发展,因此,课程设计应为学生提供多样化的学习路径。教师可以根据学生的兴趣、需求和优势,提供不同的学习方式,如自主学习、互动学习、小组合作等。完满教育理念还倡导课堂内外活动的结合,课外活动能够帮助学生扩展视野,培养其社会实践能力和创新能力。例如,教师可以通过组织品牌管理实战比赛、邀请企业专家分享经验、让学生参与企业实际项目等形式,增强课程的互动性和实践性,使学生能够更好地将课堂知识与实际工作相结合。

这一理念在重庆移通学院得到了具体体现,即“四位一体+双院制+特色课程”的育人体系。以淬炼商学院为例,其围绕“信息产业实战型商学院”定位,将书院“完满项目”与课程深度融合,通过信息产业大咖阅读、企业实战项目、名师讲座等活动,深化学生专业知识与实战能力的结合,形成“课程+实践”的双轮驱动模式,通过保持课堂理论学习与课外“完满项目”实践的一致性,缓解学生实践压力,提升学习效果。

1.3 完满教育理念对数字化课程设计的启示

完满教育理念犹如一盏明灯,为数字化课程设计照亮了前行的道路,其核心要求体现在“个性化”与“实践性”两个维度,为课程设计带来深刻启示。

在个性化学习体验方面,传统课堂统一的教学进度和标准难以顾及学生个体差异,而数字化课程可借助在线智能平台(如学习通、指尖派)为学生开辟广阔的自主学习空间。学生能依据自身兴趣和学习进度自由挑选学习与方式,平台还可根据学习进展和能力水平精准推荐不同难度的资源,助力学生在不同阶段实现自我提升,充分满足个性化发展需求。

在实践能力培养方面,数字化课程需通过丰富多样的互动性和实践性环节提升学生的实际应用能力。例如,在数字化品牌管理课程中,除讲解理论方法外,可结合项目式学习,设置在线讨论、虚拟品牌策划、实际案例分析等活动,让学生在互动中熟悉品牌管理的实际操作;同时,通过AI工具(AIGC)的应用,帮助学生弥补数字媒体、数据分析等关键领域的专业知识和实用工具短板,深刻体会跨学科知识在品牌管理中的应用。

此外,数字化课程设计需着眼学生全面发展,借助线上协作平台、小组讨论等形式鼓励学生合作完成任务,结合书院“完满项目”“校企商科竞赛”等实战任务,在协作中培养团队精神与解决复杂问题的能力,激发探索欲与创新思维,最终实现知识、能力、品德的平衡提升,呼应完满教育对综合素养培养的要求。

2 数字化品牌管理课程设计的现状与挑战

2.1 数字化品牌管理课程设计的现状

随着数字技术的迅猛发展,传统的品牌管理课程逐渐向数字化方向转型,推动了课程内容、教学方法及教学工具的创新。在这一过程中,许多高等院校已经开设了数字化品牌管理相关课程,采用多媒体技术、在线学习平台、虚拟现实(VR)等手段提升课程的互动性、实用性和趣味性,课程内容通常涵盖数字化品牌战略、社交媒体管

理、网络营销、数据分析等领域,旨在帮助学生掌握现代数字化环境下的品牌管理技巧。

数字化品牌管理课程的优势在于能将理论与实践紧密结合,借助数字平台和工具,学生不仅能理解品牌建设的理论基础,还能通过实际操作掌握品牌推广、危机管理、舆情分析等技能。以重庆移通学院为例,其《数字化时代的品牌管理》课程已纳入市场营销专业核心课程体系,通过融入企业实战项目(例如“珍爱杯”、“牧哥杯”),初步实现了课程与实战的衔接。

然而,尽管现有的数字化品牌管理课程设计在形式上有所创新,但存在一定局限性。许多课程内容零散,缺乏系统性和整合性,不同课程模块衔接不佳,学生难以形成完整知识体系;实践环节单一,多依赖案例分析和少量小组合作项目,缺乏挑战性和多样化任务,导致学生实际操作和团队协作训练不足,难以真正做到理论与实践结合。重庆移通学院的课程也存在类似问题,需进一步通过“PBL+项目制”优化,以解决内容碎片化、实践形式单一等问题。

2.2 数字化品牌管理课程设计的挑战

尽管数字化品牌管理课程在实践中已初显成效,但在设计与实施环节,仍面临诸多棘手挑战。品牌管理领域知识更新迅猛,数字营销和社交媒体领域更是日新月异。市场与技术的快速变化,要求课程内容必须紧跟潮流、与时俱进。教师需持续调整教学内容,以契合不断变动的市场需求和新兴技术。然而,频繁更新课程内容谈何容易,这不仅需要教师投入大量时间与精力去研究、筛选新知识,还依赖学校提供充足的资源支持,如购买最新的行业报告、案例库等。所以,如何保障课程内容的及时更新与完善,成为亟待解决的关键问题。

传统教学方法已难以满足数字化课程需求。虽部分高校尝试翻转课堂、在线互动等新方式,但实际运用中困难重重。以翻转课堂为例,它要求学生在课外自主学习并完成任务,课堂上教师侧重答疑讨论。这要求学生具备较强的自学能力和自主意识,但不少学生缺乏这些能力或不够重视自学,导致翻转课堂效果大打折扣。因此,如何培养学生的自主学习能力,并在课程设计中巧妙融合线上线下教学,是当前课程面临的重大挑战。

此外,学生背景和需求差异大,也是课程设计的一大难题。学生基础知识、学习能力和兴趣各不相同,有的学生数字化工具操作熟练,但对品牌管理理论一知半解;有的学生理论知识扎实,但缺乏实践经验。如何设计出兼顾

不同学生需求,又能保证高质量教学的课程框架,制定适宜的教学计划,提升整体教学效果,是教师在课程设计中必须深入思考的复杂课题。

3 基于完满教育理念的数字化品牌管理课程设计

3.1 课程目标与定位

基于完满教育理念的数字化品牌管理课程设计,需以培养“数字化时代实战型营销人才”为核心目标,应明确其培养目标:不仅让学生掌握品牌管理的理论基础、数字化传播、AIGC 工具应用等知识;还要通过课程与“完满项目”“校企商科竞赛”等的深度融合,提升学生在数字化环境中解决实际品牌问题的综合实践能力,强化创新思维与批判性思维;最后,依托 PBL+项目制教学模式,培养学生的团队合作能力,最终实现理论素养与实战能力的协同提升。

3.2 课程内容与结构

该模块包括品牌管理的基本理论、品牌传播策略、品牌定位与差异化、品牌忠诚度等内容。学生需要掌握品牌建设的基本原理,并理解如何将这些原理应用于数字化环境中。

包括社交媒体平台的使用、搜索引擎优化(SEO)、数据分析工具的运用等。学生将在该模块中学习如何利用现代技术手段进行品牌管理,如通过社交平台进行品牌传播,利用大数据分析来优化品牌战略等。

通过案例分析与书院实践项目,学生能够将所学的理论知识应用到真实的品牌管理任务中。课程将组织学生进行小组合作,开展市场调研、品牌推广、数字化营销等实践活动,提高学生的实际操作能力。

3.3 教学方法与评估方式

在教学方法上,采用互动式教学、项目式学习、翻转课堂及“逆向 PBL”等多元方式,推动学生主动参与和深度学习。其中,“逆向 PBL”模式颇具特色:先布置完整项目,引导学生在实践中自主发现理论需求,再进行针对性知识讲解,同时辅以小组讨论与 AI 助教答疑,以此颠覆传统“先理论后作业”的流程,强化实践驱动的学习效果。评估方式则综合涵盖平时作业、课堂表现、小组项目、期末考试及课程实践表现(如参与商科比赛情况等),全面考察学生的知识掌握程度与实践能力,呼应“深化实战教育”的课程改革目标。

4 数字化品牌管理课程实施路径与挑战

教师作为课程实施的核心力量,不仅需具备扎实的品

牌管理理论基础, 深入理解品牌定位、数字化传播等核心内容, 还需熟练掌握数字化技术工具, 如 AIGC 应用、在线教学平台(学习通、指尖派)及数据分析软件的操作。为此, 学校应定期组织教师参与专业培训与交流活动, 邀请行业专家分享数字化品牌管理的最新实践经验, 通过案例研讨、工作坊等形式, 提升教师的数字化教学能力与实战指导水平, 确保其能适应课程改革需求。

数字化品牌管理领域发展迅速, 新的理论、技术与案例不断涌现。课程内容需定期更新, 及时融入“完满项目”案例、校企商科竞赛(如“珍爱杯”“牧哥杯”)实例, 以及 AIGC 在品牌内容创作、数据分析在品牌策略优化等前沿内容, 确保课程的前瞻性与实用性, 让学生接触行业最新动态, 提升解决实际问题的能力。同时, 需整合在线教学资源, 形成包含课件、视频教程、虚拟仿真项目的立体化资源库, 支撑多样化教学场景。

建立学生学习支持系统也是课程实施的重要环节。完善的在线学习平台可以为学生提供丰富的学习资源, 包括课件、视频、讨论区等, 支持学生在课外进行自主学习和讨论。同时, 配备专业的在线辅导教师, 及时解答学生在学习过程中遇到的问题, 为学生提供个性化的学习指导, 帮助学生更好地掌握课程内容。

完善的在线学习平台(如指尖派)是学生自主学习的重要保障, 需提供丰富的学习资源(如品牌管理案例库、数字化工具操作指南)、互动讨论区及项目协作空间, 支持学生课外自主学习与团队协作。同时, 配备专业教师提供在线辅导, 及时解答学生在理论学习、工具使用及“完满项目”实践中遇到的问题, 为学生提供个性化指导, 助力其更好地掌握课程内容。

然而, 在课程实施过程中, 也会面临诸多挑战。品牌管理领域知识迭代迅速, AIGC 技术、社交媒体算法等数字工具的应用场景持续变化, 需频繁调整课程内容以保持前沿性。这不仅要求教师投入大量时间研究行业动态, 还需学校提供充足的资源支持(如购买最新行业报告、技术工具授权), 否则易导致课程内容滞后于实际需求。同时,

“逆向 PBL”“项目制”等教学模式对学生的自主学习能力、时间管理能力提出较高要求, 部分学生可能因习惯传统授课模式而出现适应困难, 影响学习效果。教师需从“知识传授者”转型为“引导者”, 其角色转换的熟练度直接影响教学质量。以及学生的数字化技能基础、理论知识储备存在显著差异, 部分学生可能在 AI 工具应用、项目实践中面临困难, 而部分学生则需求更高层次的挑战。如何设计分层任务、提供个性化指导, 避免“一刀切”教学, 是课程实施中需持续优化的难点。最后, 尽管已与企业建立校企合作关系, 并推动书院“完满项目”与课程的融合, 但在实际操作中, “完满项目”与课程目标的匹配度筛选、项目资源与教学内容的衔接整合仍存在难度, 使得实践环节的系统性和深度受限。

5 结语

数字化品牌管理课程的设计, 应结合完满教育理念, 注重知识的传授与实践能力的培养。通过创新课程内容和教学方法, 能够有效提升学生的综合素质, 培养适应新时代需求的品牌管理人才。随着数字化技术的不断发展, 品牌管理课程的设计也应不断更新, 以满足社会和市场的需求。未来, 数字化品牌管理课程应更加注重学生的个性化发展和实践能力的提升, 推动教育的全面创新与发展。

参考文献:

- [1] 郑嘉君. 服装企业管理加强品牌管理的策略研究[J]. 化纤与纺织技术, 2024,53(12):54-56.
- [2] 唐银霞. XJ 银行品牌管理优化研究[D]. 云南师范大学, 2024.
- [3] 夏国新. 多品牌管理关键在于保持每个品牌独特的基因[J]. 中国商人, 2024,(12):168-169.
- [4] 张珂. 工商管理中品牌管理对消费者忠诚度的影响分析[J]. 商业, 2.0,2024,(33):52-54.
- [5] 王可欣. 企业品牌管理的现状审视与实践策略[J]. 营销界, 2024,(22):143-145.
- [6] 王珈凝. OBE 理念下应用型本科院校品牌管理人才培养[J]. 产业创新研究, 2024,(21):190-192.