

产教融合视域下品牌管理课程项目式教学改革与实践

杨秋明 肖艳¹ 梁敏¹

(1. 宿迁学院, 江苏宿迁 223800)

[摘要]品牌是高质量发展的重要象征,加强品牌建设是满足人民美好生活需要的重要途径。品牌管理课程以服务区域经济、赋能中小企业品牌升级为导向,依托京东等头部企业资源及本地产业生态,探索价值共识、专业共建、发展共赢的校企合作长效运行机制,打造产教深度融合,面向企业真实情境的项目式人才培养模式。着力破解品牌管理知识与产业发展衔接不强、品牌管理实践与行业需求结合不紧、品牌管理技能与岗位需求匹配不高等痛点问题,有效提升学生的品牌管理应用能力。

[关键词]产教融合;品牌管理;实践教学

[基金项目]2024 年度宿迁学院教学改革研究项目“基于新质人才培养视角的《品牌管理》课程产教融合探索与实践”资助(2024KCGG01)

全国经济管理类教学科研“十四五”规划 2025 年度课题“国际视野下中国品牌叙事的课程思政话语体系构建——以《品牌管理》课程为例”(JGJKYB-25028)

Reform and Practice of Project-Based Teaching of Brand Management Course from the Perspective of Industry-Education Integration

YANG Qiuming, XIAO Yan, LIANG Min

(Suqian University, Suqian 223800, China)

[Abstract] Brand serves as a vital symbol of high-quality development, and strengthening brand building is an important pathway to meet people's needs for a better life. Guided by the goals of serving the regional economy and empowering the brand upgrading of small and medium-sized enterprises, the Brand Management course leverages resources from leading enterprises such as JD.com and the local industrial ecosystem to explore a long-term, win-win cooperation mechanism between schools and enterprises based on value consensus, professional co-construction, and shared development. It aims to establish an industry-education integrated project-based talent cultivation model oriented toward real business scenarios. The paper focus on addressing the pain points of weak connection between brand management knowledge and industrial development, the insufficient alignment between brand management practices and industry demands, and the mismatch between brand management skills and job requirements, thereby effectively enhancing students' practical abilities in brand management.

[Keywords] Industry-education integration; Brand management; Practical teaching

产教融合是新时代高等教育高质量发展的核心命题,也是应用型本科院校培养高素质人才的根本路径^[1]。当前,数字经济的蓬勃发展对品牌管理人才提出了跨界融合、数据驱动、实战创新的全新要求,传统以理论讲授

作者简介:

杨秋明,女,宿迁学院经济管理学院副教授;

肖艳,女,宿迁学院经济管理学院教授;

梁敏,女,宿迁学院经济管理学院讲师

为主的品牌管理课程教学模式,已难以适应产业发展对应用型品牌人才的迫切需求。项目式教学作为一种以真实项目为载体、以学生为中心的教学模式,在培养学生综合实践能力方面具有独特优势^[2]。然而,如何将产教融合理念深度融入项目式教学,构建符合品牌管理学科特点、对接产业真实需求的教学体系,仍是当前教学改革面临的重要课题。宿迁学院品牌管理课程以深化产教融合、校企合作为主线,构建“资源共享、人才共育、过程共管、成果共创”的协同育人新机制。通过引入企业真实品牌项目,共建实践教学平台,使教学内容与产业需求对接、实践过程与职业标准对接、创新能力与社会服务对接。

一、课程概述

品牌管理课程旨在为学生树立品牌意识、培养品牌策划与管理能力打下理论基础并提供实践指导。当前,数字经济背景下品牌管理呈现三个显著特征:一是数据驱动的决策模式成为主流,品牌定位、传播与评估日益依赖消费者行为数据的深度分析;二是社交化、场景化的品牌传播生态快速迭代,要求从业者具备敏捷洞察与创新应变能力;三是品牌建设与产业发展的融合日益紧密,乡村振兴、国潮兴起等时代命题为品牌人才提出了服务区域经济、传承文化价值的使命要求。面对这些变革,传统以理论讲授为主、案例为辅的教学模式,已难以适应产业发展对应用型品牌人才的培养需求。

为此,在产教融合视域下,课程通过与京东等企业合作,打造校内教师与企业导师的跨界团队,协同共建品牌资源,共同编写出版产教融合教材,建立动态案例库与品牌项目库;校内建设数据分析中心、品牌实训室、品牌研究工作坊三大功能平台,校外拓展认知参访、跟岗实习、就业对接实践基地,构建从职业初认知到高质量就业的全链条实践场域;以“基础—综合—研究”三大真实项目驱动课程教学,融合沉浸式认知、全流程实战与前沿性创新三类场景,将数智赋能、以赛促学与成果转化贯穿其中,推行基于企业真实需求的项目化教学方式;建立竞赛成果企业采纳直通通道,开展“乡村振兴品牌赋能”社会服务项目,实现“教学成果—企业应用—社会价值”的有效转化。

二、教学改革思路

(一)教学痛点

1.品牌管理知识与产业发展衔接不强

品牌管理课程更新流程周期较长,教学内容无法及时反映最新产业动态和技术趋势。学生未深入企业探究品牌管理实践,很难系统理解品牌理论与产业发展之间的互动关系,依然停留在机械记忆知识点、浅层理解表象问题阶段。

2.品牌管理实践与行业需求对接不紧

课程实践主要体现在校内任务发布与企业参观学习,学生兴趣不足,学生学习品牌管理仅局限在吸纳已有的结论性知识,缺乏品牌策划与管理技能训练,品牌知识学习的认同感和实践能力的提升感不明显。

3.品牌管理技能与岗位需求匹配不高

课程对新兴技能的培养力度不够,与企业实际岗位需求匹配度不高,未能紧密对接岗位需求实现交叉融合的创新发展。学生缺少解决复杂品牌问题的高阶思维能力,难以满足企业对品牌管理人才的能力要求。

(二)改革思路

聚焦课程痛点,结合课程特点,以真实品牌项目为纽带,以校企共建共育为路径,秉持“以学生品牌实战能力与创新思维发展为中心”的理念,与京东等企业合作,依托省产教融合重点基地,通过以资源共建保障教学供给,以环境共享拓展实践场域,以人才共育贯通培养过程,以价值共创检验育人成效,确保学生在真实项目实践中获取品牌管理全流程的实战经验,形成扎实的品牌策划、运营与管理应用能力,毕业后能够快速胜任品牌管理相关岗位要求,并具备持续学习和创新发展的潜力。

三、项目化教学实施

品牌管理课程立足应用型人才培养的定位,以服务区域经济、赋能中小企业品牌升级为导向,依托京东等头部企业资源及本地产业生态,通过教学资源共建、实践环境共享、人才培养共育、成果价值共创等四大实施路径,系统设计品牌管理课程项目化教学的建设内容与实施方法。

（一）教学资源共建，校企双元开发真项目实践内容

1. 共编产教融合教材

联合京东业务骨干与地方品牌负责人，共编产教融合教材，每个教学单元均设计为“案例引导—理论解析—项目实践”的完整学习链。开篇引入京东真实案例创设情境，随后系统阐述品牌核心理论，单元末设置对应实践项目，将学习的每个环节都与商业实践紧密关联。

2. 组建跨学科师资队伍

依托省级产业学院与市域电商产教联合体，组建品牌管理跨学科师资队伍。校内电子商务、市场营销等专业教师讲授品牌理论与方法，产品设计、数据科学与大数据技术等专业教师指导学生掌握视觉设计、数据分析等工具应用，企业导师负责实战案例解析与真实项目任务发布。

3. 共建品牌动态案例库

建立教学内容动态更新机制，将京东等企业的最新品牌案例及脱敏运营数据实时引入课堂。如在品牌战略实践教学中，同步剖析京东基于市场需求调整子品牌战略的决策过程与成效追踪。通过追踪行业最新趋势与本土品牌发展动态，引导学生基于实时市场数据、消费者行为趋势进行品牌策略推演与效果评估，建立京东全国性标杆项目与宿迁地方性特色项目双源动态案例库。

4. 开发品牌管理智慧资源库

与京东共建品牌管理智慧资源库，共创数字资源，开发配套知识图谱，搭建智慧课程平台与数字化运营平台，建设品牌案例资源库与地方中小企业库，集成 AI 设计、Python 数据分析等品牌数智工具包。

（二）实践环境共享，搭建虚实结合沉浸式实践平台

1. 共建校内品牌实践基地

依托省级产教融合重点基地，与京东等企业共建数据分析中心、品牌实训室、品牌研究工作坊三大功能平台。数据分析中心配备电商运营实战平台、社交营销数据分析系统，学生在此学习清洗、挖掘京东等企业的脱敏数据，完成市场洞察与用户画像；品牌实训室完整复刻企业品牌部工作场景，配备鲸鱼数字人直播平台、数字人直播间及品牌项目管理软件，学生在此进行品牌定位推演、整合传播方案设计及内容创作；品牌研究工作坊则聚焦企业真实、前沿品牌难题，师生与企业专家组成项目组，进行深度研究与创新方案孵化。三大平台遵循“数据分析驱动策略—策略指导实训执行—执行反馈驱动研究创新”的闭环逻辑，形成从认知、应用到创新的递进式实践路径。

2. 共建校外品牌实践基地

依托京东集团及宿迁本土龙头企业的优质资源，构建认知参访、跟岗实习、就业对接等校外实践基地，实现从课堂到职场的无缝衔接。共建认知参访型基地，组织学生走进企业，参观企业文化展厅、智能生产线、运营中心，了解企业品牌发展，企业高管分享品牌建设实战经验，同时结合中国品牌日主题，组织学生走进本地非遗工坊、老字号品牌、红色文化基地等，开展品牌文化寻根活动；共建跟岗实习型基地，学生以品牌助理身份进入企业，在企业导师指导下，参与真实的品牌项目工作，开展项目制跟岗实习；共建就业对接型基地，将课程中表现优异的学生纳入品牌人才储备库，向合作企业优先推荐就业，实现从课堂学习到高质量就业。

（三）人才培养共育，实施三阶递进双导师育人模式

课程以“基础—综合—研究”三大项目为驱动，融合沉浸式认知、全流程实战与前沿性创新三类场景，将数智赋能、以赛促学与成果转化贯穿其中，校企导师共同推行基于企业真实需求的项目教学新范式。

1. 基础实践项目，在真实体感中夯实品牌基本功

以品牌诊断与市调洞察基础项目为核心，创设沉浸式认知场景，邀请京东及本地企业家进课堂，解析企业品牌背后的商业逻辑；进企业现场课堂，带领学生走进本地品牌工厂，分析品牌故事如何转化为产品溢价；进京东总部研习，学习京东品牌文化，了解京东 AI 大模型应用前沿，并通过高管有约座谈活动，增强学生职业认知与实践能力。

以校园超市品牌诊断项目为例，项目核心任务是要完成品牌定位分析、用户需求调研、绘制竞品定位图；校

内教师负责讲解品牌定位理论、指导 AI 工具应用以及审核调研方案;企业导师负责提供校园超市脱敏数据、分享零售行业品牌诊断经验,双方共同指导形成校园超市用户画像以及定位分析图。

2. 综合实践项目,在复杂实战中锻炼品牌运营能力

与用户、企业、政府及园区跨界合作,通过品牌诊断方案、品牌全案设计、虚拟仿真实训等,提升品牌管理综合应用能力。

通过将高水平学科竞赛与课程项目深度融合,构建课程项目—学科竞赛—企业采纳的成果转化通道。组织学生参加电商供应链品牌大赛、全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛等赛事,将赛事真题作为课程综合实践项目,推动学生在真实场景下完成品牌策划、数据分析等项目任务。

3. 研究实践项目,在前沿探索中提升品牌创新能力

设计研究实践方案,融入教师品牌研究课题,校企共同开展品牌研究实践,培养品牌研究能力。依托京东现代产业学院,每年设置京东开放基金,发布研究课题。针对立项项目,组建攻关团队,师生共同开展品牌洞察、数据分析及方案落地,形成“企业命题—师生解题—市场验证”模式,获得企业认可。

(四)成果价值共创,形成多元转化的闭环反馈机制

1. 建立品牌项目孵化机制

实践教学中涌现的优秀方案纳入企业项目库,对接京东等合作企业的真实业务需求进行孵化。企业导师持续跟进指导,优秀方案可获得资金支持并尝试商业化落地。部分学生团队的品牌策划案被京东、宿迁本地企业部分或全部采纳应用,并产生了实际商业效益。这一机制极大地激发了学生的责任感与创新锐度,驱动其能力从课堂优秀向市场胜任实现关键跃迁。

2. 建立学生竞赛成果与企业采纳直通机制

学生在学科竞赛中获奖的品牌方案,可直接进入合作企业的项目评审流程,优秀方案可获得企业采纳并投入实施。同时,竞赛获奖可作为课程考核的成果认定,获奖学生可获得企业实习面试直通机会。这一机制将学习目标从完成作业升格为赢得竞争、创造价值,在真实的高压竞技中极大激发了学生的创新锐度与抗压能力。

四、结语

产教融合是应用型本科高校培养高素质品牌人才的根本路径,它不是简单的校企资源叠加,而是需要在教学内容、资源、环境、过程、评价等各环节实现系统性重构。品牌管理课程严格遵循“以学生为中心”的教育理念,坚持“能力本位、实践导向、产教融合”的教学改革方向,构建了“教学资源共建、实践环境共享、人才培养共育、成果价值共创”的四共闭环体系,形成了具有鲜明特色的品牌管理课程项目式教学改革范式。

品牌管理课程的教学改革实践证明,以真实品牌项目为载体,将企业真实需求贯穿教学全过程,是破解学用脱节问题的有效路径;以校企双师协同为支撑,实现产业思维与学术思维深度融合,是提升学生实战能力的关键保障;以“企业命题—师生解题—市场验证”为运行机制,将学习成果置于市场标准下检验,是激发学生创新潜能的重要动力。未来,课程将进一步深化数智技术赋能,拓展跨学科融合,完善长效机制,持续提升产教融合育人成效,为应用型本科商科课程改革贡献更多可复制的实践经验。

【参考文献】

- [1]杨保成,刘亚荣,熊淦.高校产教融合人才培养模式内涵重塑与路径创新[J].国家教育行政学院学报,2026,(2):85-95.
- [2]陈钱,王召巴,董兵,等.贯穿式全整合体系化—项目式教学新模式探索[J].高等工程教育研究,2025,(6):19-25.