

经济学刊

Journal of Economics

2025年 第 **3** 期



科学文献期刊社

经济学科

Journal of Economics

(双月刊) 2025 年创刊

Bimonthly Started in 2025

2025 年第 3 期 第 1 卷 总第 3 期

2025 No.3 (Gen. No.3) Vol.1

2025 年 8 月出版

Published in Aug. 2025

主 编：杨国琍

编 委：

魏洪茂 殷宝庆

王 磊 敬丽华

周学勤 谭金凤

Chief Editor: Yang Guoli

Editorial Board Members:

Wei Hongmao Yin Baoqing

Wang Lei Jing Lihua

Zhou Xueqin Tan Jinfeng

主办单位：湖北开放职业学院
中数出版传媒(湖北)有限公司

Organizer

Hubei Open Vocational College
Zhongshu Publishing & Media (Hubei) Co.,
Ltd.

地 址：湖北省武汉市洪山区
民族大道 56 号

Address

No. 56 Minzu Avenue, Hongshan District,
Wuhan City, Hubei Province

电 话：0086-027-88840003

Tel

0086-027-88840003

出 版：科学文献期刊社

Publisher

Scientific Literature Periodical Press

版面设计：武汉云时代文化传播有限公司

Layout

Wuhan Cloud Times Cultural Communication
Co., LTD

出版日期：2025 年 8 月 28 日

Publishing Date

Aug. 28, 2025

投稿邮箱：jjxk333@163.com

E-mail

jjxk333@163.com

网 址：www.oacj.net

Website

www.oacj.net

目 次

“雨课堂+BOPPPS”模式下西方经济学混合式教学的探索与实践 田 慧,姜 勇,徐兰香 (1)

大数据背景下“业财合一”对高等学校财会类课程教学新要求及实施路径 明 璠,徐利姣 (6)

以制度型开放推动民营经济可持续发展研究 李 明 (14)

数字化时代企业竞争力提升策略研究 张 强 (18)

市场营销专业人才数字化营销能力培养研究 李晓亮 (22)

“雨课堂+BOPPPS”模式下西方经济学混合式教学的探索与实践

田 慧,姜 勇,徐兰香
(安徽科技学院财经学院,安徽蚌埠 233100)

[摘 要]伴随以网络技术和人工智能为主要代表的信息技术的高速发展,高等教育已全面进入智能化时代。本教学团队着眼于西方经济学课程传统教学中的弊端,探索西方经济学混合式教学模式的设计,通过课前、课中、课后教学流程与“过程性考核+形成性考核+综合性考核”三位一体的考核方式的设计,打造“雨课堂+BOPPPS”的混合式教学模式,构建线上线下协同互动的教学体系。实践结果表明,“雨课堂+BOPPPS”模式可实现教学质量与人才培养效果的双重提升。

[关键词]雨课堂;BOPPPS;西方经济学;混合式教学

[作者简介]田慧(1995—),女,安徽科技学院专任教师,助教,硕士,研究方向:数字经济。姜勇(1978—),男,安徽科技学院专任教师,副教授,博士,研究方向:经济哲学。徐兰香(1985—),女,安徽科技学院系主任,副教授,博士,研究方向:公司管理。

[基金项目]本文系安徽科技学院 2023 年校级教育教学改革研究项目(项目编号: Xj2023140);安徽省高等学校科学研究项目(项目编号:2024AH040305);安徽省质量工程项目“安徽科技学院数智财务现代产业学院”(项目编号:2023cyts028)。

[DOI] <https://doi.org/10.62662/jjxk0103001>

[中图分类号] G434

[本刊网址] www.oacj.net

[投稿邮箱] jjxk333@163.com

20 世纪 90 年代以来,以网络技术和人工智能为代表的信息技术不断发展,为高等教育的数字化与智能化提供了有力的技术支撑。2021 年教育部工作要点指出,要加快推进教育信息化高质量发展,积极发展“互联网+教育”模式,要求高校依托现代信息技术重构课堂教学形态,培养学生的创新思维与实践能力。在此趋势下,教育数字化转型成为我国教育改革的核心方向。如何突破传统课堂的时空束缚,创新教学模式与学习方式,构建以学生为主体的精准化、个性化混合式教学体系,已成为教育研究领域的重要课题。目前,混合式教学在高校教学实践中尚未得到充分应用,尤其在财经类课程的教学教学中普及程度较低。

西方经济学是高校经管类专业的一门核心基础课程,在整个学科体系中占据着举足轻重的地位。西方经济学中广泛运用数学工具进行模型构建和理论推导,其理论体系庞大、理论模型复杂、知识内容抽象。在传统教学模式下,学生不仅难以掌握课程中的重难点知识,更难以将理论知识用于实践,由此本文提出在西方经济学课程中引

入“雨课堂+BOPPPS”线上线下相融合的混合式教学模式。

一、基于 BOPPPS 的混合式教学模式构建

BOPPPS 教学模式是一种以有效教学著称的“指导性学习互动”模式,以学生为中心,强调学生在课堂教学活动中的参与感。近年来,不少学者对 BOPPPS 教学模式展开了深入研究。董桂伟(2020)在材料物理化学课程中构建了关于 BOPPPS 模型的有效教学模式;刘进军(2021)根据有效教学理论的指导,探索了关于信息素养课程的 BOPPPS 教学模式;金鑫(2022)基于 BOPPPS 教学模式,以重庆大学机械设计课程为例开展了课程创新设计的实践探索;王勇(2023)采用项目式教学方法将雨课堂教学平台与 BOPPPS 教学模型进行了有机融合,实现了课程理论知识与工程实践应用的深度融合;黄振香(2023)根据 BOPPPS 教学模式,设计了课前知识预习、课堂知识深化、课后知识拓展及教学评价等环节,为混合式教学改革提供了新的实践范例;王雪青(2024)则进一步拓展了 BOPPPS 教学模式的应用维度,开展了关于导入、目标设定、前测评估、

参与式教学、后测反馈及总结提升六大核心要素的混合式教学模式研究。

雨课堂将现代信息技术与传统教学相结合,为广大师生提供了一个全新的智能教学与学习平台。使用者通过智能设备连接网络信息便可参与课堂,提高了学习效率。“雨课堂+BOPPPS”的教学模式,强化了学生对课程知识的理解,解决了师生互动交流少的问题,提升了学生的课堂参与度与教师的教学达成度,达到了良好的教学效果。这种线上线下一体的教学模式为高校实施混合教学提供了清晰的框架及完整的设计方案,可大力推动高校教育教学改革。然而,这种教学模式在高等教育领域的实际应用较少,在高等教育阶段选择财经类专业西方经济学课程作为教学对象的研究也尚少。

因此,本文提出应根据“雨课堂+BOPPPS”教学模式,着重开展关于西方经济学课程的线上线下混合式教学模式的创新设计与实践。通过实施系统化的教学设计、采用科学的教学方法、构建完善的评价体系,以符合课程的教学特点、满足多元教学需求,并深度融合财经类专业教学特色,不断提升混合式教学的质量,助力教学改革迈进更高层次。

二、“雨课堂+BOPPPS”混合式教学模式设计

如图1所示,通过课前、课中、课后教学流程与“过程性考核+形成性考核+综合性考核”三位一体的考核方式的设计,打造“雨课堂+BOPPPS”的混合式教学模式,以显著提高学生的课堂参与度及学习积极性。



图1 “雨课堂+BOPPPS”的混合式教学模式设计

(一) 教学流程

1. 课前教学

课前预习是教学活动的前置环节。学生通过预习可初步了解教学内容,为后续教学奠定了基

础。教师依托雨课堂智慧平台将相关资料及视频提前发送至学生端,让学生自主探究教学内容。但需注意推送的材料要符合大学生的心理特性,充满一定的趣味性或是经济热点案例,以引发学生对本章节内容的好奇。例如,在介绍“价格歧视”内容时,可提前将双十一购物节的活动视频在雨课堂中发布,并标明本章节内容的学习方向及重难点,让学生明确学习方向。

学生在预习过程中,可通过雨课堂平台的留言功能对学习中的难点与问题进行提问。教师对此开展学情分析,发布与本课程内容相关的基础测试题,以考查学生对基本概念的了解情况,并根据雨课堂生成的学情报告精准把握学生在本章节中的疑难点,以对后续的教学方法进行动态调整。在这种备课模式下,体现了以学生为中心的理念,显著优化了教学过程,提升了课堂教学效果。

2. 课中教学

课堂教学是教学活动的核心环节。首先,教师需对教学环节进行精心设计以提高学生的课堂参与度。其次,在课堂教学中,教师可对已学知识点进行回顾,针对学生线上预习的疑难问题展开系统讲解。同时,教师也可利用雨课堂平台发布随堂测验,组织学生在线答题。这种参与式的教学方式,既可以活跃课堂氛围,又有利于教师基于答题情况随时了解反馈效果,可对正确率较低的题目进行深入剖析。此外,教师可随时发起课堂讨论,为学生设置情景模拟。定期举办“经济学新闻发布会”,学生轮流担任经济学家解读最新经济数据,模拟政策制定过程,依据学生互动情况及时调整教学策略。例如,在不完全竞争市场章节中可模拟垄断厂商定价决策,让学生分别扮演厂商、消费者、政府等角色,在角色扮演中理解相关经济学原理,增强学生的参与感和体验感。该模式以学生为主体,区别于传统灌输式的教学方式,可有效激发学生的团队协作意识,从而提高课堂教学效率。

3. 课后教学

课后教学的主要目标是知识巩固与能力提升。教师通过雨课堂平台发布练习,题目难度较课前测试有所提升,并涵盖本节课的重难点。例如,在学习完市场结构后,教师可设置案例分析题,要求学生运用所学知识分析某行业的市场结构类型及特点。教师在雨课堂平台对学生的完成情况进行实时查看,督促未完成学生尽快作答,并着重讲解正确率较低的习题。教师通过雨课堂实时生成的学

生成绩与答题报告,可快速了解学生对本节课知识的掌握程度,及时发现问题并进行针对性讲解。在此环节,学生可将困惑进行留言,教师进行逐一解答,推送文献资料,帮助学生深化知识的理解。此外,学生的数据反馈也为教师开展教学评价提供了客观依据。由此,基于“雨课堂+BOPPPS”的教学模式,形成了“讲授—讨论—补充—思考—再讨论—再讲授”的螺旋上升式教学循环,显著提升教学效果。

(二)考核方式

考核方式是教学体系的重要组成部分。传统的教学评价体系以教师为主导,评价重心多为结果考核,对学生过程考核关注较少。而线上线下混合式教学的考核方式摒弃了传统单一的期末闭卷考试成绩的评价方式,转变为注重学习过程的多元化考核体系。该体系构建了“过程性考核+形成性考核+综合性考核”的多元化考核方式,以学生为中心,实现对学生学习表现的全面、动态评估。

其中,过程性考核评价占比20%,主要包括:第一,课堂出勤率及课堂纪律,占比10%,这是对学生最基本的评价指标;第二,随堂测试,占比10%。在每一章内容讲授结束后,围绕重点难点进行随堂测试,考核学生对相关知识的掌握程度;形成性考核占比30%,主要根据期中测试卷面成绩和案例分析的质量评分。期中测试占比10%,主要考查学生对经济理论基础知识的掌握程度以及分析问题的能力;案例分析占比20%,要求学生以小组为单位,寻找现实生活中的经济案例,结合自身对经济现象的理解,分组汇报交流;综合性考核主要以期末闭卷考试为主,占比50%。除了常规的客观题型,课程组应适当增加一些与现实相关的主观题,紧密结合中国经济热点与时事政治,考察学生运用所学的西方经济学基本知识来分析、解决实际问题的能力。

随堂测试的发布、批改以及小组任务的分组与互评,均可通过雨课堂平台完成。该平台的分组功能不仅优化了任务计分与数据统计流程,还显著减少了课堂考勤记录与成绩评定所需时间。课程结束后,教师可直接从雨课堂智慧平台导出全部教学数据,平台自动汇总线上教学相关数据,极大提升了教学数据统计的便捷性与效率。

三、“雨课堂+BOPPPS”混合式教学模式在西方经济学课程中的实践效果

为全面、客观地评估“雨课堂+BOPPPS”混合式教学的实施效果并剖析现存问题,本文针对参与西

方经济学混合式教学实践的师生群体开展调查研究,旨在获取教学模式应用过程中的真实反馈,为后续教学优化与模式完善提供实证依据。通过教师账号收集雨课堂平台学生课程相关数据,同时向安徽科技学院经管类专业的700位学生发放问卷,共获得678份有效问卷,并对问卷结果进行统计分析。

(一)学生学习成效的获得感提升

1.学生学习能动性显著提升

“雨课堂+BOPPPS”混合式教学模式借助雨课堂智能平台,提高了学生课前预习的自主性,帮助学生有效掌握课堂上的重点与难点。课堂教学环节融合多样化设计,以启发式教学为核心,激发学生主动参与线上预习、课堂互动及线下实践等多元学习活动的积极性,加强学生深度思考的能力。雨课堂数据显示,课堂发言人数增加了35%,小组讨论活跃度提升了40%。学生主动参与课堂讨论,积极分享自己对经济问题的见解。在混合式教学模式下,通过自评与互评机制的实施,学生可将学习重心由结果导向型转向过程导向型,帮助学生精准把握学习动态、定位优势与不足,从而提高学习效率。

2.学习成效显著提升

“雨课堂+BOPPPS”混合式教学模式将过程性评价与结果性评价相结合,线上学习记录、课堂参与度、成果展示、互动答疑等多维要素纳入过程性考核体系,通过多元的评价体系推动学生自主学习,提高学习成效。学生先通过线上自学,教师再于线下课堂聚焦重难点讲解,梳理视频知识要点,同步掌握学生学习情况,有效提升学习效率。通过前测、后测及在线测验,可精准评估学生知识掌握程度,并针对性答疑解惑,助力知识内化。据调研结果显示,学生学习积极性明显提高,学习成效较好,测验正确率可达到90%以上。

(二)教师教学质量的改进

1.教师工作量动态优化

在混合式教学模式下,教师工作呈现“边际工作量递减”的特点。课程开发初期,教师需掌握在线平台操作、完成视频录制及课程设计,同时收集案例、设计讨论主题,首轮课程筹备工作繁重。但前期充分准备后,后续教学工作显著简化。雨课堂平台可自动批改客观题,大幅减少作业批改量,且通过引用精品课程资源,降低了视频拍摄与资料收集压力,因此受到众多教师青睐。

2.教学方法优化升级

在混合式教学评价体系推动下,教师应秉持“以学生发展为核心”的理念,充分考量个体差异与学习需求,选择具有差异化的教学策略。教学实践中,教师可综合运用多元教学资源与技术手段,有效激发学生学习兴趣,显著增强教学的针对性与实效性,实现教学方法的优化升级。通过实践,教师逐渐掌握了线上线下的教学技巧和方法,能够灵活运用各种教学资源和技术手段来激发学生的学习兴趣 and 积极性。

四、改进策略和完善建议

根据“雨课堂+BOPPPS”混合式教学模式的调研结果,可从以下方面进行改进:

(一)优化线上平台功能与使用体验

针对西方经济学混合式教学,首要改进方向是简化线上平台操作流程,打造集案例库、习题库于一体的一站式教学平台,将所有教学任务整合至雨课堂,节省学习时间成本。考虑到学生基础差异,在教学初期,增加线下课堂任务的提前公布与现场演示环节,预留专门时间解答学生使用平台过程中遇到的问题。

在个性化学习方面,依据学生不同学习偏好,提供多样化模块参与课堂互动,并按难易程度设置备选方案,提升参与积极性。在资源整合上,进一步完善题库建设,将各章节计算题、简答题、作图题分类整理,方便学生按需练习;同时,整理现有教学案例及学生提交的优秀案例形成文档,为学生完成相似学习任务提供参考范本,助力学习效果提升。

(二)构建阶段性知识巩固体系

结合大学生群体普遍关注的热点议题,持续更新教学案例库,提升知识传授的趣味性与吸引力。创新作业练习模式,充分发挥QQ群与雨课堂平台的信息传播功能。例如,可通过转载专业公众号中的科普文章、经济时事热点、新闻资讯及经济学家事迹,或分享抖音等平台的优质教学视频,以生活化、年轻化的呈现方式,实现课程思政元素的有机融入。依据学生的反馈建议,动态优化课程资源配置与课堂教学设计,重点强化教学重难点的解析。

(三)推进教学设计优化升级

根据专业培养方案设定的教学目标,可系统构建科学合理的教学任务体系,对教学环节、视频资源、学习活动进行精细化设计。教师可将核心知识

点拆解为模块化任务单元,每个教学视频时长控制在10分钟以内,有效规避长时间观看引发的视觉疲劳。同时,创新课堂互动形式,将传统分组讨论迁移至雨课堂线上讨论区。通过设置话题引导学生参与互动,并对优质发言、高赞回答给予额外加分奖励,以此提高学生学习自主能动性。

(四)深化校企协同育人机制

全面升级实践教学体系的软硬件建设。首先,加大资源投入力度,更新专业实践教学软件,构建高度仿真的“西方经济学”理论实践教学环境,为学生创设与现实社会紧密联系的学习场景。其次,依托“第二课堂”,系统推进科研创新实践活动的开展。学校应大力支持教师牵头组建创新训练工作室,通过项目驱动、案例教学等方式,引导学生深度参与科研创新实践。最后,教师可积极鼓励学生参与社会调研、学科竞赛,申报并完成大学生创新创业训练项目,并结合专业实习(见习)等实践环节,实现理论教学与科研创新的深度融合。通过多样化实践形式,培养学生的创新思维,提高科研素养,推动人才培养质量的全面提升。

五、结语

“雨课堂+BOPPPS”混合式教学模式将课前教学设计、课堂授课、课后反馈及多元化考核方式与智能平台资源进行有机整合,实现了西方经济学课程教学的系统性创新。该模式打破了传统教学边界,促进线上线下教学的深度融合,推动教学主体从“以教师为中心”向“以学生为中心”转型,显著提升了课程教学质量与育人实效。

参考文献:

- [1]王雪青.基于BOPPPS模型的成果导向混合式教学模式探究——以西方经济学为例[J].现代商贸工业,2024,45(22):200-202.
- [2]董桂伟,赵国群,管延锦,等.基于雨课堂和BOPPPS模型的有效教学模式探索——以“材料物理化学”课程为例[J].高等工程教育研究,2020(5):176-182.
- [3]刘进军,陈代春.基于BOPPPS模型的信息素养课程有效教学模式研究[J].图书馆学研究,2021(8):10-14.
- [4]金鑫,李良军,杜静,等.基于BOPPPS模型的教学创新设计——以“机械设计”课程为例[J].高等工程教育研究,2022(6):19-24.
- [5]王勇,周怡然,范云生.基于雨课堂+BOPPPS教学模型的“传感器与检测技术”课程教学设计[J].航海教育研究,2023,40(2):78-82.
- [6]黄振香,赖永波.基于BOPPPS翻转课堂的混合式教学模式研究——以“西方经济学”课程为例[J].福建金融管

理干部学院学报,2023(1):59-64.

具体应用[J].湖北开放职业学院学报,2024,37(9):6-7,10.

[7]雷国慧.混合式教学模式在高校创新创业教学中的

Exploration and Practice of Blended Teaching of Western Economics under the “Rain Classroom + BOPPPS” Model

TIAN Hui, JIANG Yong, XU Lan-xiang

(School of Finance and Economics, Anhui Science and Technology University, Bengbu Anhui 233100, China)

Abstract: With the rapid development of information technology represented by network technology and artificial intelligence, higher education has fully entered the intelligent era. Focusing on the drawbacks in the traditional teaching of the Western Economics course, the teaching team explores the design of a blended teaching model for Western Economics. Through the design of pre-class, in-class, and after-class teaching processes and a three-in-one assessment method of “process assessment + formative assessment + comprehensive assessment”, it creates a “Rain Classroom + BOPPPS” blended teaching model and constructs an online-offline collaborative and interactive teaching system. Practical results show that the “Rain Classroom + BOPPPS” model can achieve a dual improvement in teaching quality and talent cultivation effects.

Key words: Rain Classroom; BOPPPS; Western Economics; blended teaching

大数据背景下“业财合一”对高等学校财会类课程 教学新要求及实施路径

明 鋆¹,徐利姣²

(1.武汉商贸职业学院通识教育学院,湖北武汉 430205;
2.蔡甸职业教育中心学校,湖北武汉 430100)

[摘 要]随着信息技术的飞速发展,大数据、人工智能等各类数字化、信息化技术应用已深入到各行各业,传统高等财会课程教育已不能培养既能够懂得专业财会知识,又能够做好管理决策的复合型人才。本文结合当下企业“业财合一”的新趋势,探索高等学校财会课程应该结合大数据融合跨学科的方向,明确学校应及时对课程内容进行优化更新,应用重要的数字化工具,创新教育教学方法,梳理大数据、人工智能等在财会中的应用场景和方法,提出以五大原则重构教学课程体系和内容,创新教学技术和方法,建设强而有力的教师队伍,优化教育教学评价和反馈机制,才能提升此类课程教学效率,培养出符合社会发展需要的复合人才。

[关键词]大数据;人工智能;业财合一;财会课程优化

[作者简介]明鋆(1983—),女,湖北武汉人,武汉商贸职业学院通识教育学院副教授,研究方向:数理统计与应用、区域职业教育。徐利姣(1977—),女,湖北武汉人,蔡甸职业教育中心学校中学一级教师,研究方向:数学教育及应用。

[基金项目]本文系 2025 年中国商业会计学会产教融合分会课题“人工智能背景下高校会计专业建设培养优化研究——以湖北省为例”(项目编号:CBAICJ202502025)。

[DOI]https://doi.org/10.62662/jjxk0103002

[中图分类号]G642.0

[本刊网址]www.oacj.net

[投稿邮箱]jjxk333@163.com

引言

(一)大数据促进跨学科融合发展

随着信息技术的飞速发展,大数据已经成为现代社会的一个重要标志。大数据不仅仅是数据量的简单积累,更是一种全新的数据处理和分析方式,对各行各业,尤其是教育领域产生了深远的影响。大数据时代带来了数据量的爆炸性增长,据统计,每天都有海量的数据被生成,这些数据来源广泛、形式多样等,为各行各业提供了前所未有的信息来源,极大地扩展了决策的数据基础。面对日益暴增的海量数据来源,传统的数据处理方式已经无法满足大数据的处理需求,需要借助于更加先进的技术手段,如数据分析、数据挖掘等,才能更好地解决分析复杂现实的问题。也就是说,高等学校的教师和学生都需要具备一定的数据分析能力,以适应未来财会类职业发展的需求。具体来说,大数据环境下促进财会跨学科融合,主要体现在如下几个方面,如下表 1 所示。

表 1 大数据促进财会跨学科融合方向

方向	描述
自动化 财务处理	AI 技术(如 RPA 机器人流程自动化)可替代传统会计中的重复性工作,如发票录入、凭证生成、账务核对等,提升效率并减少人为错误
智能分析 与预测	大数据技术整合企业财务数据、市场动态等多维度信息,结合机器学习模型,可预测现金流、风险评估及投资回报率,辅助管理层决策
审计与 风险控制	AI 通过自然语言处理(NLP)分析合同条款,识别潜在风险;大数据分析历史审计数据,快速定位异常交易或舞弊行为
个性化 财务服务	基于用户行为数据,AI 可提供定制化财务规划建议(如税务优化、预算管理),满足企业或个人需求

大数据时代并非只有优质数据和安全应用,还潜藏着不同程度的数据安全与隐私保护,需要在各类数据传输和处理中,防止数据泄露和滥用,因此数据安全和个人隐私也是需要重点思考和有效设计的一环。目前,在财会应用领域,一方面需要确保财务数据的隐私与合规性,另一方面要避免过度依赖 AI,以防传统会计技能退化。只有在不断完善的安全技术、机制和法律保障下,企业才能有效利用大数据分析工具,较好地挖掘财务数据和业务数据,从而为精准的业务决策提供有效保障,同时大数据技术还能帮助企业识别流程中的瓶颈和效率低下的环节,为流程优化提供数据支持。

(二)“业财合一”视角下的课程教学改革的可行性与紧迫性

在当前的商业环境中,“业财合一”即将企业的业务运营与财务管理紧密结合,以实现资源的最优配置和价值最大化。“业财合一”能够将企业的决策支持和战略规划等业务活动,与财务数据和报告紧密结合,也就是需要对企业运营和流程进行全面优化。因此,业财合一不仅是企业提升管理效率和市场竞争力的内在要求,也是大数据时代下企业转型升级的必然趋势。高等教育作为人才培养的重要基地,应及时更新财会类课程的教学内容和方法,以适应业财合一的新要求。

高校财会类课程实施“业财合一”的可行性,主要表现为:通过“业财合一”能够实现对审计等传统财会专业课程内容进行整合,强化业务与财务的融合,这些可以通过在课程中多设置实际工作中的应用场景、模拟经营,包括通过让学生参与实际项目等方式,使学生能够理解并掌握专业技能,提升综合能力。介于实际应用场景、实际项目来源于实际业务中,如果能够加强与企业的合作,能够获得更多丰富的实践机会,提高解决实际问题的能力。

高校财会类课程实施“业财合一”也面临着适应社会发展的紧迫性,即为现代财会人才必然是集财会、信息技术、大数据、业务创新于一体的复合人才,需要培养出能够更好地理解和运用业财融合的知识,提升其解决实际问题的能力。与此同时,结合大数据、信息化手段,不仅能够提高教师的教学质量,还能够不断检测、反馈教学效果,促进教师的教学能力提升。另外,实际应用场景、实践项目来源于企业,只有深入到企业中,才能弄清市场对于财会人才的需求,并将此需求转换为教学实施,提高毕业人才的社会适应性和竞争力。

(三)高校财会类课程面临的新挑战

在大数据时代背景下,会计类课程不仅要传授

传统会计知识,关键还要满足培养出复合型财会专业人才的需求,为此面临着各种新的挑战。

随着经济的融合发展,会计人员在提供财务数据时,不仅要进行传统的账务处理,还要进行全局性的数据分析。这就要求会计专业的学生不仅要掌握会计专业知识,还要具备一定的数据分析能力。这就要求在教授会计信息系统、财务管理、财会实务等课程时,重点不是会计信息系统如何构建,也不是单一传授传统财会基础知识,也需要教会学生如何利用大数据工具进行财务预测和风险管理,但是很多财会教师并不熟悉如何在众多财会课程中运用信息化技术及手段。

很多统计分析课程内容相对较为抽象,但是理论、模型均较为复杂,不易理解,这类课程往往使得很多学生望而却步,也很难使用较为新颖的方法吸引学生。在大数据环境下,财会课程现需要将统计分析方法、相关软件加以使用,以提高学生的综合能力。从这点看,非常考验财会类教师将这些分析技术、信息手段融入财会课的能力。

特别是财会处理流程及重要实务,通过单一文字或者零散示例,不能完全表现出财会业务处理的实际面貌。只有将合适的情景融入课堂案例,增加实际企业真实案例,才能让学生深刻理解业务特点和操作方法。但是,企业实际案例或者场景均难以复现到真实课堂。怎样通过信息技术手段,运用数据分析方法,将课程业务投入真实场景,需要认真思考和严格设计;同时,从实现手段来看,还需要做好做深产教融合。

一、大数据对高校财会类课程内容的要求

(一)课程内容优化

在大数据时代的背景下,“业财合一”已成为高等教育领域特别是财会类课程教学改革的必然趋势。剔除和更改不再相符的落后课程与内容,增加和优化业财融合思维和创新能力的新课程与内容。主要包括:(1)对现有教育体系中的课程设置进行全面的审视和评估,这期间需要通过课程设计者和教学实践者的紧密合作,才能保证评估过程的全面性和准确性。(2)制定详细的课程改革计划,明确哪些课程内容需要更新或淘汰,以及如何引入新的课程内容来填补空缺。(3)做好教师的专业发展和培训工作,确保教师能够适应新课程的教学要求。(4)确认哪些新课程的引入能够激发学生的学习兴趣,提高学习效果。通过这个过程,培养创新型的财会人才,为高等教育的持续改进和发展提供强有力的支持。

(二)课程内容更新

传统的财会课程体系和教学方法需要与时俱

进,才能适应业财合一的新趋势。业财合一是指业务流程和财务管理的深度融合,它要求财会专业的学生不仅要掌握传统的会计知识和技能,还需具备一定的数据分析能力和业务流程管理的复合能力。随着人工智能等技术的发展,企业的财务数据量级和处理需求不断增加,对财务人员的数据处理能力提出了更高的要求。(1)课程设置中应加强对数据分析软件的教学,如 SQL、Python 等处理和分析技术。(2)课程中应当融入大数据与财务分析的结合教学,涉及风险管理和决策支持,需要增加数据分析技术的应用、财务预测模型的建立等内容,以增强学生的实际工作能力。(3)课程中应当包含业财融合的实践课程,通过模拟企业的实际运营环境,让学生参与到业务流程与财务管理的结合实践中,进行资金管理等,以提升学生的实际操作能力和解决问题的能力。(4)加大校企合作力度,了解企业对财会专业人才的实际需求,并根据这些需求来调整和优化课程内容,增加数字化技术的内容(见表 2)使之更加贴合行业发展的需要。

表 2 财会业务中主要数字化工具

主要数字化技术	应用功能
Alteryx	连接各种数据源,进行数据的清洗、整合和分析,快速处理大量财务数据并发现数据中的模式和趋势,为财务决策提供支持;具有强大的可视化界面,可以与多种数据库和软件集成,提高工作效率。
Tableau	通过直观的可视化图表展示财务数据可以帮助财务人员快速理解数据,支持实时数据分析,能够及时反映财务状况的变化。
UiPath	可以实现财务流程的自动化,如发票处理、费用报销、财务报表生成等;能够模拟人类操作,处理复杂的业务规则,通过机器人流程自动化(RPA)技术,减少人工操作,提高准确性和效率。
SAS Risk Management	可以利用大数据和机器学习算法进行风险评估和预测,可以分析财务数据、市场趋势和外部因素,识别潜在的风险点;并提供全面的风险解决方案,包括信用风险、市场风险、操作风险等;具有强大的数据分析和模型库。
Avalara	可以根据不同的税收法规和地区要求,准确计算税款,并生成税务报表并及时更新税收法规,确保企业的税务合规;提供税务分析和优化建议,帮助企业降低税务成本。

二、大数据对高校财会类课程教学方式的新要求

(一)教学方法的创新与多样化

1.充分应用翻转课堂

翻转课堂在理念上与“业财合一”不谋而合,均强调学生主动学习与教师指导相结合的教学模式,以培养学生的批判性思维 and 实践能力。在“业财合一”理念下,通过翻转课堂的线上学习平台,可以收集学生的学习数据、测试成绩和参与度等,从而为教师提供个性化教学的依据,使教学内容更加贴合每位学生的实际需求。课堂上让学生充分互动、讨论、完成案例分析,可以增强学生的参与感和学习兴趣,同时也能够促进学生之间的知识分享和讨论,提高整体学习效果。模拟经营等实践活动中,这有助于培养学生的实际操作能力和解决问题的能力。教师在翻转课堂中起到引领和协助作用,增加学生参与度和操作能力的同时,也能及时通过学生学习情况,了解他们掌握的知识结构和效果,适时导入重要理论、思路和方法。在此期间,减少了教的量,但是增加了学的力度,有效地促进了学生的主动学习,提高了教学的互动性和实践性,同时也为教育资源的优化配置和教学评价的多元化提供了可能。

2.重视案例研究与项目导向

在会计类课程教学中,具有连续性研究的案例,可以帮助学生理解理论知识在实际工作中的应用,提高其解决实际问题的能力。目前财会课程穿插的案例资源有着不少问题,例如虽然案例丰富,但与会计相关的案例相对不足,特别是针对中小企业的经营管理案例尤为稀缺;仔细分析大量现存的案例,不难看出针对性和实用性不够,过于侧重于组织管理层面,而忽视了管理会计的细化实践;不少案例出自 MBA 院校,其他院校的师生和学生难以接触到这些案例资源。重视案例研究,可以采取以下措施:(1)加强案例库建设,特别是中小企业经营管理的案例,以丰富教学资源;(2)提高案例的针对性和实用性,确保案例能够覆盖管理会计的各个方面,如运营决策等;(3)推动案例资源的共享,不仅限于 MBA 院校,也应该让其他院校的师生和学生都能够方便地获取和使用这些资源;(4)鼓励跨学科合作,将信息技术等多个学科的知识整合应用于案例研究中,以培养学生的综合分析能力。

项目导向则需要以学生为主体,以项目任务为中心,通过解决实际问题来学习和应用知识。在业财融合的背景下,项目导向学习可以帮助学生将理论知识与实践技能相结合,培养信息化等方面的适

应能力。实施项目导向学习的关键在于:设计符合业财融合要求的实际项目,确保项目内容既能够体现理论知识点,又能够反映实际工作的复杂性;提供项目实施所需的资源和指导,如专家指导等;鼓励团队合作,培养学生的团队协作能力;对项目成果进行评估和反馈,帮助学生认识到自身的不足,并进行改进。

(二)数字化教学资源与在线课程的开发利用

高等学校不仅要更新课程内容以适应数字化转型,还要积极探索数字化教学资源与在线课程的开发与利用,以提升教学质量和效果。具体包括:(1)投入相应的技术和资源(包括数据分析等在内的数字教学资源)。这些资源不仅要覆盖理论知识,还要包含实际操作和决策过程,以模拟真实的商业环境,培养学生的实际工作能力。(2)在线课程可以提供灵活的学习方式,满足不同学习需求和进度的学生。通过网络平台,学生可以随时随地访问课程内容,进行自我学习和复习。同时,组织讨论和评估学习成果,实现教学的个性化和互动性。(3)为了提高在线课程的教学效果,以提高创新能力和实践技能为核心目标,结合“业财合一”的实际应用场景,设计出既具有理论深度又具有实践价值的课程内容。(4)课程还应包含互动元素和项目任务等,以促进学生的主动学习和深度参与。(5)应建立跨学科的合作机制,结合数据分析等相关学科,共同开发高质量的数字化教学资源和在线课程。(6)应加强教师的数字技术培训,提升其运用现代信息技术进行教学的能力。此外,还应建立完善的在线教学质量监控和评价体系,确保教学资源 and 课程的有效实施和持续改进。

(三)大数据的分析与应用

传统的财会类课程教学多聚焦于理论知识的传授和账务处理的技术操作,而在大数据的影响下,业财合一的理念要求课程教学内容还应该关注提高分析能力和决策能力。具体来说,主要需要从这些方面进行展开。首先,财会类课程内容中需要增加数据分析和数据挖掘,通过对大量财务数据的分析和挖掘,学生可以直观地了解经济运行规律和市场趋势,培养学生的战略思维和决策分析能力。例如,通过大数据分析,财务状况和市场竞争能力,掌握如何在实际工作中能够更加准确地进行财务预测和风险管理。其次,大数据技术与信息技术的结合还要求财会类课程教学必须加强实践性教学环节,通过模拟企业的真实业务流程,让学生在模拟的业务场景中学习和实践,不仅能够提高学生的实际操作能力,还能够让学生在实践过程中理解和领

会业财合一的理念;与此同时,结合项目驱动,使得学生可以在解决实际问题的过程中,综合运用所学知识,提升自身的综合素质和创新能力。最后,大数据技术与信息技术的结合还要求高等教育机构在财会类课程设置和课程体系建设中,不断更新和优化课程内容,以适应业财合一的新要求,提高数据管理和数据应用等方面的教学,同时加强与企业的合作,引入企业实际案例,使学生能够在真实的业务环境中学习和实践,从而更好地适应未来社会对高质量财经人才的需求。大数据、信息化技术在会计、财务分析等中的重要应用如下表 3 所示。

表 3 大数据、信息化技术在会计、财务分析等中的重要应用

应用		描述
自动化在会计中的应用	RPA(机器人流程自动化)	场景:发票识别与录入、银行对账、费用报销审核。 技术实现:OCR(光学字符识别)+NLP(自然语言处理)提取发票关键信息,RPA 自动匹配合同与付款记录。
	智能财务分析与预测	场景:现金流预测、成本优化、税务筹划。 技术实现:时间序列分析(ARIMA、LSTM)预测现金流;聚类算法(如 K-means)识别异常成本项。 案例:某零售企业通过 AI 预测现金流波动,提前调整供应链策略,减少资金链断裂风险。
	风险审计与合规监控	场景:舞弊检测、合同风险审核。 技术实现:图神经网络(GNN)分析关联交易;NLP 解析合同条款,比对法律风险数据库。 案例:安永“AI 审计平台”发现某公司关联方交易舞弊,涉及金额超亿元。
	智能税务管理	场景:自动报税、税务合规检查。 技术实现:规则引擎匹配税法条款,生成多地区税务申报表。 案例:某跨国公司通过 AI 系统统一处理全球 30+ 国家的税务申报,合规率提升至 99%。

续表 3

应用		描述
大数据在财务分析中的应用	全维度数据整合	数据类型:结构化数据(财务报表、交易记录);非结构化数据(合同文本、社交媒体舆情);外部数据(行业报告、宏观经济指标)。技术实现:Hadoop/Spark 构建数据湖,ETL 工具清洗整合数据。
	实时经营分析	场景:动态利润监控、客户信用评分。技术实现:流处理框架(如 Flink)实时计算 ROI(投资回报率);随机森林模型评估客户违约概率。案例:支付宝“芝麻信用”基于大数据实时评估用户信用,支持秒级贷款审批。
	可视化与决策支持	场景:管理层驾驶舱、风险热力图。技术实现:Tableau/Power BI 构建交互式仪表盘;知识图谱展示供应链风险传导路径。案例:某制造企业通过可视化平台实时监控全球工厂成本,优化资源分配。
	行业级趋势预测	场景:行业风险预警、投资机会挖掘。技术实现:自然语言处理(BERT)分析政策文件;协同过滤算法推荐潜在投资标的。案例:彭博社(Bloomberg)整合全球金融数据,预测行业波动,辅助机构投资者决策。

三、实施路径与策略

(一)重构课程体系

1.课程体系的构建原则

在大数据背景下,“业财合一”对高等教育特别

是财会类课程教学提出了新的要求和挑战,因此高校需要构建一套与之相匹配的课程体系,以培养能够适应业财融合需求的高素质财务人才。(1)“以市场需求为导向”原则。随着大数据技术的应用,企业对财务人才的要求不再局限于传统的账务处理和财务分析,而是扩展至大数据应用等跨学科能力。因此,课程体系的设置应紧密结合业界的实际需求,强化学生的应用能力和创新能力的培养,使学生能够适应数字化时代的新挑战。(2)“以学生发展为中心”原则。在设计课程时,能力和素质的综合发展,不仅要注重知识的传授,更要强调能力的提升和素质的养成。跨领域的课程设置,可激发学生的创新思维和解决问题的能力。(3)“以实践为导向”原则。理论知识的学习是基础,但实践能力的培养同样重要。课程体系中应包含大量的实践课程和实习实训环节,通过模拟真实的工作场景,让学生在实际操作中提升自己的专业技能和综合素质。(4)“以技术融合为手段”原则。在数字化时代背景下,课程体系的设计应充分利用信息技术,整合和优化教学资源,提高教学效率和质量。同时,通过引入最新的信息技术和教学方法,培养学生的信息化素养和自主学习能力。(5)“以持续更新为动力”原则。随着科技的快速发展和行业需求的不断变化,课程内容和教学方法也应不断更新和完善。高校应建立动态的课程更新机制,定期对课程体系进行评估和修订,确保其与时俱进。基于以上原则,构建适应大数据背景下“业财合一”需求的课程体系,才能培养出既具备扎实理论基础又有丰富实践经验的高质量财会人才。

2.教学内容的革新

在大数据时代背景下,高等教育中财会类课程的教学内容提出了新的要求。(1)课程体系更新需要基于对大数据技术的深入理解和应用。大数据技术能够通过分析大量数据,揭示行业趋势和变化,为教学内容的更新提供科学的依据。因此,高等学校应当投入相应的资源,培养教师的大数据分析能力,使其能够利用大数据技术来分析财会领域的最新发展,并据此调整教学内容。(2)革新教学内容应基于持续评估课程、企业合作等多个环节。以此及时了解教学内容在实际应用中的效果和存在的不足,为进一步的内容更新提供反馈。例如,可以与企业建立合作关系,由企业专家提供行业最新动态,帮助教师及时更新课程内容,确保其实用

性和前瞻性。(3)革新教学内容,应当鼓励教师进行持续学习和专业发展。在大数据和“业财合一”理念的影响下,财会类课程的教学内容需要不断地吸收新的知识和技术。这就需要高等学校为教师提供多样化的学习和发展机会,以促进教师知识的更新和教学能力的提升。(4)革新教学内容,需要建立一个良好的内部沟通和信息共享平台,促进教师之间的交流和信息共享,加快教学内容更新的速度和效率。大数据环境和“业财合一”的模式下,人工智能、信息化技术的应用与大数据正在推动会计从“账房先生”向“战略参谋”转型,实现自动化处理节省70%以上人力;数据驱动洞察替代经验主义,推动企业决策升级;及时发现问题,将各种可能的问题消灭在萌芽阶段,控制企业风险,这些需要在课程设置中考虑平衡技术投入与ROI,同时关注数据安全与伦理,方能实现可持续的财务智能化。

(二)创新教学技术和方法

以提升学生的实践能力和创新精神为目标,创新教学技术是有效提升教学质量和效果的关键途径。在“业财合一”的模式下,学生更需具备将理论知识应用于实际业务与财务管理的能力,提高大数据分析工具等教学技术的应用,能够为学生展现真实业务环境的平台,使学生能够在模拟的业务场景中进行实践操作,从而提高实践技能。通过引入教学技术,可以实现理论与实践的有机结合,例如利用模拟软件进行案例分析,让学生在模拟的商业环境中解决实际问题;通过在线协作平台进行团队合作,提高学生的团队协作能力和项目管理能力;利用大数据分析工具进行数据分析,培养学生的数据分析能力和决策能力。与此同时,教师作为教学的实施者,其对教学技术的熟悉程度和应用能力直接影响到教学效果,实践中高校应当为教师提供必要的培训和支持,帮助教师掌握教学技术的使用方法,提高教师的信息化教学能力。加之必要的反馈机制需要建立相应的教学质量监控和评估体系,这包括对教学技术的使用效果进行定期评估,以及根据评估结果进行教学策略的调整和优化,同时也包括收集学生对教学技术应用的意见和建议,以便更好地满足学生的学习需求。综前所述,高等学校在“业财合一”背景下创新教学技术,不仅是对财会类课程教学改革的重要支撑,也是提高教育质量和适应行业发展需求的必然选择。

教学方法的创新也是实现高等学校财会课程发展的重要部分。教育者在设计和实施教学计划时,应将学生的实际需要和未来职业发展需求作为出发点,而不仅仅是传授知识。例如,翻转课堂等方式,可提高学生的参与度和学习动力,使他们能够更好地理解和应用所学知识。同时,课程内容的设计需要与时俱进,融合云计算等现代信息技术。这不仅能够提升学生的技术素养,还能够让他们更好地理解业财融合的背景下财会专业人员所面临的新挑战和新机遇。例如,数据管理等相关课程,可培养学生的数据处理和分析能力。除此之外,还应该加强实践教学、案例分析等教学活动,使学生可以将理论知识与实际工作相结合,更好地理解业财融合的实际运作,为未来的职业发展打下坚实的基础。

(三)建设有全面能力的专业教师队伍

1.提升教师专业能力

在大数据时代背景下,“业财合一”的理念正在深刻影响着高等教育领域,尤其是财会类课程的教学模式和内容,这种变化不仅要求教师具备更为全面的知识结构,还要求他们能够适应和掌握新的教学方法和技术。因此,教师专业能力的提升成为实施“业财合一”教学模式的关键。高等教育财会教育教师应具备如下能力,包括但不限于:(1)具备跨学科的知识结构。在“业财合一”模式下,财会类课程不再仅局限于传统的财务管理和会计知识,而是需要与数据分析等多个学科领域相结合。教师应具备跨学科的知识背景,以便在教学过程中进行跨领域的知识整合与案例分析,帮助学生建立系统的知识体系。(2)具备较强的教学设计能力。在“业财合一”的教学模式中,传统的填鸭式教学已不能满足教学需求。教师需要设计更加灵活多样的教学活动,如数据挖掘等,以提高学生的实践能力和创新思维。同时,教师还需设计符合大数据分析需求的课程内容,使学生能够熟练运用数据分析工具进行问题解决。(3)具备一定的技术应用能力,包括统计分析工具以及相关的信息技术应用能力。这不仅能够提高教学效率,还能使学生更好地理解和应用数据分析在业界的实际应用。(4)具备持续学习和自我更新的能力。随着大数据技术的不断发展和业界需求的变化,教师需要不断更新自己的知识体系和教学方法,以保持教学内容的前沿性和适应性。简而言之,教师专业能力的提升是实现“业

财合一”教学模式的重要保障,只有在技术应用能力的增强以及持续学习能力的培养之下,教师才能够更好地适应大数据时代下“业财合一”给高等教育财会类课程教学带来的新要求,并有效地推进这一教学模式的实施。

2.更新教师教学理念

在大数据时代背景下,“业财合一”强调业务与财务的紧密结合,要求教师在教学过程中更新教学理念。传统的分离式教学模式已无法满足现代教育的需求,教师需要更新其教学理念,将业务流程的理解与财务管理技能的培养相结合,以培养学生的综合应用能力。同时,要求教师具备跨学科的知识结构和教学能力,也就是说除了具备扎实的财会基础知识外,还要具备对业务流程的深入理解。因此财会教师需要通过跨学科的交流与合作,更新自身的知识体系,以适应教学模式的变革。不仅如此,大数据时代要求财会类课程的教学方法更加灵活多样,包括项目驱动、场景模拟、校企合作等教学方法,提高学生的实践能力和创新思维。另外,能够熟练利用大数据分析工具,帮助学生更好地理解和分析复杂的财务数据,提高学生的数据素养和分析能力。教育教学过程中,财会教师应当鼓励学生进行创新实践、职业竞赛等,让学生在解决实际问题的过程中学习和应用知识,培养学生的综合素质和创新能力。

(四)教学评价与反馈机制的完善

1.持续跟踪学生学习进度

业财融合背景下有效实施学生学习进度的跟踪,以促进学生的全面发展和教学质量的提升。这就要求财会教师在课堂教学内外持续关注学生的学习进度,也就是要建立有效的跟踪机制,及时了解学生的学习进度和存在的问题,为学生提供个性化的学习指导和支持,通过监控学生学习进度,获取线上线下测试的成绩等关键数据,财会教师可以及时调整教学策略。同时,基于监督过程,实时开启答疑功能,鼓励学生主动反馈学习中的问题和建议,及时发现并解决学习过程中的问题,促进学生的持续进步。

2.评价与反馈教学效果

大数据时代背景下,“业财合一”对高等教育中财会类课程的教学提出了新的要求,包括教学效果的评价与反馈机制的建立。创新教学方法和革新

教学内容,并不意味着一次创新、改革就能万事无忧。在“业财合一”的新要求下,要不断探索、不断优化、不断改进,才能使得高等教育财会课程符合时代洪流,因此,教学效果的反馈对于课程的持续改进和完善至关重要。通过建立有效的反馈机制,可以及时收集学生 and 行业专家的意见和建议,为教学方法和教学内容的调整提供依据。

构建一套系统的教学效果评价与反馈体系,显得尤为重要。首先,需要制定详细的评估指标体系,确保评估的全面性和客观性。其次,应当采用多元化的评估方法,如企业合作项目评估等,以获得全面的反馈信息。再次,需要建立起一套反馈处理和响应机制,确保能够快速响应并解决教学过程中出现的问题。最后,应当定期发布教学评估报告,对教学质量进行自我审视和持续改进。

参考文献:

- [1]徐燕.教育背景下大数据技术在企业财务数字化转型中的应用研究[A].2025年高等教育教学研讨会论文集(下册)[C].郑州:河南省民办教育协会,2025.
- [2]郭建伟,陈佳宇,燕娜.数据安全为大数据提供安全保障研究[A].创新发展与情报服务[C].北京:北京科学技术情报学会,2019.
- [3]陈惠敏.大数据赋能高校思想政治工作精准化研究[D].上海:上海师范大学,2023.
- [4]朱丽.基于业财融合的会计专业人才培养创新模式研究[A].2022社会发展论坛(贵阳论坛)论文集(二)[C].北京:中国智慧工程研究会智能学习与创新研究工作委员会,2022.
- [5]杨晓婕.AI与大数据分析在财务管理系统中的应用[J].中国总会计师,2025(3):55.
- [6]杨忠海,李瑛玫,李潭,等.数字化时代《会计学》课程教学改革实践与思考[J].会计之友,2024(6):90-96.
- [7]陈锋.本科会计教育中大数据分析能力培养问题探讨[A].“两化”教学模式在应用型大学人才培养中的探究和实践专题论文集[C].北京:北京科技大学天津学院管理学院,2021.
- [8]栾敏.基于iFIAS的中职财会专业优秀课例师生互动行为实证研究[D].昆明:云南大学,2022.
- [9]朱丹,张军.应用型大学财会专业数字化课程体系建设探索[J].财务与会计,2023(23):42-44.

**Under the Background of Big Data, the Integration of Business and Finance Poses New Requirements and
Implementation Paths for the Teaching of Accounting and Finance Courses in
Higher Education Institutions**

MING Yun¹, XU Li-jiao²

(1. College of General Education, Wuhan Business and Trade Vocational College, Wuhan Hubei 430205;

2. Caidian Vocational Education Center School, Wuhan Hubei 430100, China)

Abstract: With the rapid development of information technology, various digital and information technology applications such as big data and artificial intelligence have penetrated into all walks of life. Traditional higher education in accounting and finance courses has been unable to cultivate compound talents who can understand professional accounting knowledge and make effective management decisions. This paper combines the current new trend of “integration of business and finance” in enterprises, and explores the direction of combining big data and interdisciplinary integration in accounting and finance courses in colleges and universities. It clarifies that schools should promptly optimize and update course content, apply important digital tools, innovate educational teaching methods, sort out the application scenarios and methods of big data, artificial intelligence, etc. in accounting and finance, propose to reconstruct the teaching curriculum system and content based on five principles, innovate teaching techniques and methods, build a strong and capable teaching team, and optimize education and teaching evaluation and feedback mechanism, in order to promote the teaching efficiency of such courses and cultivate compound talents that meet the needs of social development.

Key words: big data; artificial intelligence; integration of business and finance; optimization of accounting and finance courses

以制度型开放推动民营经济可持续发展研究

李明

(吉林财经大学,吉林长春 130117)

[摘要]当前,我国民营经济发展面临着内部和外部的双重压力,内部压力主要来自民营企业自身的转型升级需求,外部压力则来自全球经济环境的不确定性和贸易保护主义的抬头。在这样的背景下,制度型开放为民营经济的可持续发展提供了新的机遇和路径。本文旨在探讨如何通过制度型开放推动民营经济可持续发展,分析了制度型开放的内涵与意义,以及民营经济在制度型开放中的机遇与挑战,并提出了相应的政策建议。

[关键词]制度型开放;民营经济;可持续发展

[作者简介]李明(1993—),男,吉林财经大学教师,研究方向:民营经济、市场经济。

[DOI] <https://doi.org/10.62662/jjxk0103003>

[中图分类号] F121.23

[本刊网址] www.oacj.net

[投稿邮箱] jjxk333@163.com

引言

民营经济作为我国经济发展的重要力量,在推动经济增长、促进就业、创新发展等方面发挥着不可替代的作用。然而,在当前复杂多变的国内外经济形势下,民营经济发展遭遇了诸多困境。从国内看,民营企业面临着成本上升、融资难融资贵、市场准入限制等问题;从国际看,全球贸易摩擦加剧、全球产业链供应链重构等,给民营企业的海外市场拓展和国际合作带来了严峻挑战。制度型开放作为我国对外开放的新阶段,强调以规则、规制、管理、标准等制度层面的开放为重点,这为破解民营经济发展困境、实现可持续发展提供了新的契机。深入研究以制度型开放推动民营经济可持续发展,具有重要的理论与现实意义。

一、制度型开放的内涵与意义

(一)制度型开放的内涵

制度型开放是相对于商品和要素流动型开放而言的更高层次的开放。它不仅仅是放宽市场准入、降低关税等传统的开放举措,更注重在规则制定、制度安排等方面与国际通行规则接轨,营造市场化、法治化、国际化的一流营商环境。具体涵盖了知识产权保护制度的完善、市场监管制度的优化、贸易投资便利化制度的创新等多个维度。例如,在知识产权保护方面,加强立法和执法力度,提高侵权成本,鼓励企业创新;在市场监管方面,推进“放管服”改革,建立公平竞争审查制度,维护市场秩序。制度型开放旨在通过制度变革,激发市场主体活力,提升经济发展的内生动力和国际竞争力。

(二)制度型开放对经济发展的重要意义

制度型开放为经济发展注入强大动力。在宏观层面,它有助于吸引全球优质资源,促进国内外要素的高效配置,推动产业结构优化升级。以我国金融领域的制度型开放为例,放宽外资银行、证券、保险等金融机构的市场准入,吸引了国际先进金融机构进入我国市场,带来了先进的管理经验、金融产品和服务模式,促进了我国金融市场的多元化竞争,提升了金融服务实体经济的效率。在微观层面,制度型开放为企业创造了更加公平、透明、稳定的经营环境,降低了企业的制度性交易成本,增强了企业的创新意愿和能力。例如,通过简化行政审批流程、推行电子政务等措施,企业办理各类证照和审批事项更加便捷,节省了大量时间和精力,能够将更多资源投入到研发和生产中。

二、民营经济在我国经济中的地位与当前发展困境

(一)民营经济的重要地位

民营经济已成为我国经济发展的中流砥柱。从经济贡献来看,民营经济创造了我国60%以上的GDP,为国家经济增长提供了强劲动力。在就业方面,民营经济吸纳了80%以上的城镇劳动就业,是解决民生问题、维护社会稳定的关键力量。以浙江为例,当地民营经济发达,众多中小民营企业如义乌的小商品企业、温州的鞋业企业等,吸纳了大量本地及外来劳动力就业,推动了当地经济繁荣和居民收入增长。在创新领域,民营企业贡献了70%以上的技术创新成果,是我国科技创新的重要主体。

像华为、腾讯等民营企业,在5G通信技术、互联网科技等领域不断创新突破,引领行业发展潮流,提升了我国在全球科技竞争中的地位。

(二)民营经济当前面临的发展困境

1.融资难融资贵。民营企业在融资方面面临诸多障碍。一方面,金融机构出于风险控制考虑,对民营企业贷款审批较为严格,民营企业获得银行贷款的难度较大。据统计,民营企业贷款占总贷款的比例远低于国有企业。另一方面,民营企业融资成本较高,贷款利率普遍上浮,且在融资过程中还需承担担保费、评估费等额外费用。例如,一些中小民营企业通过民间借贷融资,年利率高达20%以上,沉重的融资成本严重压缩了企业利润空间。

2.市场准入限制。尽管国家鼓励民营经济发展,但在一些行业和领域,民营企业仍面临隐性的市场准入门槛。如在能源、电信、铁路等基础设施领域,民营企业进入难度较大,难以与国有企业开展公平竞争。部分地方政府在项目招投标过程中,设置不合理的资质条件和业绩要求,将民营企业排除在外。

3.成本上升。近年来,民营企业面临原材料价格上涨、劳动力成本上升、环保成本增加等多重压力。以钢铁行业为例,铁矿石等原材料价格大幅波动上涨,导致钢铁民营企业生产成本急剧上升。同时,随着我国人口老龄化加剧,劳动力市场供不应求,企业用工成本不断攀升。此外,环保政策趋严,企业需要投入大量资金用于环保设施建设和改造,进一步加重了企业负担。

4.国际贸易保护主义。全球贸易保护主义抬头,我国民营企业成为主要受害者之一。美国等发达国家频繁对我国出口产品发起反倾销、反补贴调查,提高关税壁垒,限制我国民营企业产品进入其市场。例如,美国对我国的光伏产品、钢铁产品等加征高额关税,导致我国相关民营企业出口量大幅下降,部分企业甚至面临倒闭风险。

5.全球产业链供应链重构。受地缘政治等因素影响,全球产业链供应链加速重构。一些跨国公司为降低风险,将部分产业链环节从我国转移至东南亚、南亚等国家和地区。我国民营企业大多处于产业链中低端,在全球产业链供应链重构过程中,面临订单流失、产业转移等风险。如一些劳动密集型的服装、玩具制造民营企业,由于成本优势逐渐丧失,订单大量流向成本更低的国家,企业发展陷入困境。

三、制度型开放为民营经济可持续发展带来的机遇

(一)拓展国际市场

制度型开放下,我国积极推动与其他国家和地区的自由贸易协定谈判与签署,降低贸易壁垒,为民营企业拓展国际市场创造了有利条件。例如,《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)的生效,为我国民营企业打开了更广阔的亚太市场。协定实施后,成员国之间关税大幅降低,贸易便利化程度提高,我国民营企业出口产品在RCEP成员国市场的价格竞争力增强,市场份额有望扩大。同时,我国积极推进“一带一路”建设,加强与沿线国家的基础设施互联互通和经贸合作,为民营企业“走出去”开展投资、贸易活动提供了新机遇。许多民营企业在“一带一路”沿线国家投资建设工厂、开发资源,拓展了海外业务版图。

(二)吸引优质资源

随着制度型开放的深入,我国营商环境不断优化,对全球优质资源的吸引力显著增强。民营企业可以借助这一契机,吸引国际先进技术、人才、资金等资源。在技术方面,通过与国际科技企业开展合作、设立海外研发中心等方式,引进先进技术和创新理念,提升自身技术水平和创新能力。例如,吉利汽车通过并购沃尔沃,获得了其先进的汽车制造技术和研发团队,实现了技术跨越发展。在人才方面,我国放宽外国人才来华工作、创业的政策限制,吸引了大量海外高端人才,民营企业能够更便捷地招聘到国际一流人才,为企业发展注入智力支持。在资金方面,制度型开放吸引了更多国际资本流入我国,民营企业可以通过股权融资、债券融资等方式吸引国际资金,拓宽融资渠道,降低融资成本。

(三)促进转型升级

制度型开放带来的国际竞争压力和先进经验,促使民营企业加快转型升级步伐。一方面,国际先进企业进入我国市场,带来了先进的管理模式、生产技术和产品标准,民营企业在与它们的竞争与合作中,能够学习借鉴先进经验,推动自身管理创新和技术创新,提高产品质量和生产效率。例如,我国一些民营企业通过引入精益生产管理模式,优化生产流程,降低生产成本,提升了产品竞争力。另一方面,制度型开放促使国内市场竞争更加公平、充分,倒逼民营企业加大研发投入,调整产业结构,向高端化、智能化、绿色化方向发展。如一些传统制造业民营企业加大在人工智能、大数据等领域的投入,推动生产设备智能化改造,实现了产业升级。

四、制度型开放背景下民营经济可持续发展的面临的挑战

(一) 适应国际规则的挑战

制度型开放要求我国民营企业遵守国际通行规则和标准,但目前我国部分民营企业在这方面还存在较大差距。在知识产权保护方面,一些民营企业知识产权意识淡薄,存在侵权行为,在国际市场上容易引发法律纠纷。例如,我国某些中小服装企业在产品设计上模仿国际知名品牌,一旦进入国际市场,就可能面临知识产权诉讼,损害企业声誉和利益。在企业社会责任方面,国际社会对企业在环境保护、劳工权益等方面的要求日益严格,而我国部分民营企业在环保设施投入、员工福利保障等方面存在不足,难以满足国际标准。如一些化工企业在生产过程中对环境污染治理不力,不符合国际环保标准,在参与国际合作和竞争时受到限制。

(二) 国际竞争加剧的挑战

制度型开放使国内市场更加开放,国际先进企业大量涌入,民营企业面临的国际竞争压力进一步加剧。在高端制造业领域,国外企业凭借先进的技术和品牌优势,占据了我国市场的较大份额,我国民营企业在技术研发、产品质量和品牌影响力方面与之相比存在较大差距。例如,在高端芯片制造领域,英特尔、三星等国际巨头凭借先进的制程工艺和技术专利,主导着全球市场,我国相关民营企业在技术突破和市场拓展方面面临巨大挑战。在服务业领域,国际知名企业在金融、物流、咨询等领域具有丰富的经验和先进的服务模式,对我国民营服务企业形成了较大竞争压力。如在金融服务领域,外资银行在跨境金融服务、高端财富管理等方面具有明显优势,给我国民营银行的业务发展带来冲击。

(三) 风险应对能力不足的挑战

在制度型开放背景下,民营企业面临的风险更加复杂多样,而部分民营企业风险应对能力不足。在汇率风险方面,随着人民币汇率市场化改革的推进,汇率波动更加频繁,民营企业在国际贸易和投资中面临的汇率风险增大。例如,一些出口型民营企业由于缺乏有效的汇率风险管理工具,在人民币升值时,出口产品价格竞争力下降,汇兑损失增加,导致企业利润下滑。在政治风险方面,国际政治形势复杂多变,部分国家政治局势不稳定、政策变动频繁,给我国民营企业在海外的投资经营带来不确定性。如一些民营企业在海外投资建设基础设施项目时,因东道国政治动荡、政策调整等原因,项目进展受阻,面临巨大损失。

五、以制度型开放推动民营经济可持续发展的政策建议

(一) 完善相关制度

要加大知识产权保护立法力度,完善法律法规体系,提高侵权法定赔偿上限,增加侵权成本。加强知识产权执法力度,建立跨部门、跨区域的知识产权执法协作机制,严厉打击侵权行为。同时,加强知识产权保护宣传教育,提高民营企业知识产权保护意识。例如,设立知识产权保护示范企业,发挥示范引领作用,引导民营企业加强自身知识产权管理和保护。要进一步放宽民营企业市场准入限制,清理和废除各类不合理的市场准入门槛和隐性壁垒。制定市场准入负面清单,并实行动态调整,清单之外的各类市场主体均可依法平等进入。在能源、电信、铁路等重点领域,推进混合所有制改革,鼓励民营企业通过参股、控股等方式参与项目建设和运营。建立公平竞争审查制度,加强对政府部门出台的政策措施的公平竞争审查,防止出台排除、限制竞争的政策,维护市场公平竞争秩序。

(二) 提升政府服务水平

政府应加大对民营经济的政策扶持力度,制定针对性的产业政策、财政政策和金融政策。在产业政策方面,引导民营企业向战略性新兴产业、高新技术产业等领域发展,对符合产业政策的民营企业给予税收优惠、财政补贴等支持。例如,设立产业引导基金,对投资于新兴产业的民营企业给予资金支持。在财政政策方面,加大对民营企业研发投入的支持力度,通过财政贴息、税收加计扣除等方式,鼓励民营企业开展技术创新。在金融政策方面,完善金融服务体系,加大对民营企业的信贷支持力度,创新金融产品和服务,拓宽民营企业融资渠道。如开展知识产权质押贷款、供应链金融等业务,缓解民营企业融资难问题。要深入推进“放管服”改革,简化行政审批流程,推行“一站式”服务、网上办事等便捷服务模式,提高政务服务效率。建立民营企业服务平台,为民营企业提供政策咨询、项目申报、法律援助等一站式服务。加强政府部门之间的信息共享和协同办公,减少企业办事环节和时间成本。例如,通过建设一体化政务服务平台,实现企业开办、项目审批等事项的网上全流程办理,让企业办事“最多跑一次”甚至“一次不用跑”。

(三) 增强民营企业自身能力

民营企业要重视人才队伍建设,加大人才培养投入,建立完善的人才培训体系,为员工提供职业技能培训、管理培训等,提升员工素质和能力。同

时,积极引进国内外高端人才,通过提供具有竞争力的薪酬待遇、良好的工作环境和发展空间,吸引优秀人才加入企业。例如,一些高科技民营企业设立博士后科研工作站,与高校、科研机构合作,吸引高层次科研人才开展技术研发工作。民营企业要将创新作为发展的核心动力,加大研发投入,建立企业研发中心,加强与高校、科研机构的产学研合作,提高自主创新能力。鼓励企业开展技术创新、产品创新、管理创新和商业模式创新,培育具有自主知识产权和核心竞争力的产品和技术。例如,一些民营企业通过开展技术创新,研发出具有国际领先水平产品,打破了国外企业的技术垄断,提升了企业在国际市场的竞争力。

(四)加强国际合作与交流

政府应鼓励和支持有实力的民营企业积极参与国际标准、规则的制定,提升我国民营企业参与国际经济治理中的话语权。组织民营企业参加国际行业协会、标准化组织的活动,引导民营企业在国际规则制定过程中充分表达自身诉求和利益。例如,我国一些在 5G 通信、高铁等领域具有技术优势的民营企业,积极参与国际电信联盟、国际铁路联盟等组织的标准制定工作,将我国的技术标准推向国际,提升了我国民营企业在全球产业链中的地位。政府和行业协会应积极搭建国际合作平台,为民营企业开展国际交流与合作创造条件。组织民营企业参加国际展会、经贸洽谈会等活动,帮助民营企业拓展国际市场,寻找合作伙伴。推动建立国际产业合作园区,引导民营企业在海外集聚发展,实现资源共享、优势互补。例如,我国在一些“一带一路”沿线国家建设了经贸合作区,吸引了众多民

营企业入驻,开展生产加工、贸易物流等业务,促进了民营企业的国际化发展。

六、结论

制度型开放为我国民营经济可持续发展带来了难得的机遇,同时也带来了一系列挑战。通过完善相关制度,提升政府服务水平,增强民营企业自身能力以及加强国际合作与交流等多方面举措,能够充分发挥制度型开放的优势,助力民营经济突破当前发展困境,实现可持续发展。在制度型开放的推动下,民营经济将在拓展国际市场、吸引优质资源、促进转型升级等方面取得更大进展,为我国经济高质量发展做出更大贡献。未来,应持续深化制度型开放,不断优化民营经济发展环境,激发民营经济的活力和创造力,推动民营经济在新时代实现更大发展。

参考文献:

- [1] 张文武. 民营经济促进共同富裕: 理论澄清、逻辑机制与现实路径[J]. 社会科学研究, 2024(3): 69-75.
- [2] 刘海明, 方益权. 职业教育与民营经济融合发展的理论与实践——以浙江省为例[J]. 职业技术教育, 2024, 45(18): 62-67.
- [3] 朱卿元, 葛扬. 民营经济高质量发展: 中国式现代化的历史使命[J]. 南通大学学报(社会科学版), 2024, 40(4): 134-144.
- [4] 罗进辉, 朱民城. 亲清政商关系助力县域民营经济高质量发展: 以晋江市为例[J]. 财会月刊, 2024, 45(10): 10-20.
- [5] 江必新, 曹梦娇. 论民营经济的高质量发展及其法治保障[J]. 广东社会科学, 2024(3): 261-270.

Research on Promoting Sustainable Development of Private Economy Through Institutional Openness

LI Ming

(Jilin University of Finance and Economics, Changchun Jilin 130117, China)

Abstract: Currently, the development of China's private economy is facing dual pressures from both internal and external factors. The internal pressure mainly comes from the transformation and upgrading needs of private enterprises themselves, while the external pressure comes from the uncertainty of the global economic environment and the rise of trade protectionism. In this context, institutional openness provides new opportunities and paths for the sustainable development of the private economy. This paper aims to explore how to promote the sustainable development of the private economy through institutional openness, analyze the connotation and significance of institutional openness, as well as the opportunities and challenges of the private economy in institutional openness, and propose corresponding policy recommendations.

Key words: institutional openness; private economy; sustainable development

数字化时代企业竞争力提升策略研究

张 强

(山西工商学院,山西太原 030036)

[摘 要]随着信息技术的飞速发展,数字化时代已然来临,深刻改变了企业的经营环境与竞争格局。本文深入剖析数字化时代企业竞争力的新内涵,阐述数字化技术对企业竞争力提升的多维度驱动作用,包括创新能力、效率优势、客户导向和风险抵御等核心要素的强化。通过对多行业企业数字化转型实践的案例分析,总结成功经验与面临的挑战,并从战略规划、技术应用、组织变革、人才培养等方面提出针对性的企业竞争力提升策略,旨在为企业在数字化浪潮中把握机遇、提升竞争力、实现可持续发展提供理论支持与实践指导。

[关键词]数字化时代;企业竞争力;创新能力;策略

[作者简介]张强(1997—),男,山西工商学院助教,研究方向:经济学、企业经济。

[DOI] <https://doi.org/10.62662/jjxk0103004>

[中图分类号]F272

[本刊网址] www.oacj.net

[投稿邮箱] jjxk333@163.com

引言

在当今全球化和信息化的背景下,数字化技术以前所未有的速度渗透到企业运营的各个环节,从根本上改变了企业的生产方式、管理模式以及市场竞争规则。云计算、大数据、人工智能、物联网等新兴技术的广泛应用,为企业带来了无限的发展机遇,同时也使企业面临着更为激烈的竞争挑战。如何在数字化时代充分利用数字化技术,提升企业自身竞争力,实现可持续发展,已成为众多企业管理者关注的核心议题。数字化浪潮下,企业转型需求迫在眉睫。一方面,消费者需求日益多样化和个性化,市场变化迅速,企业必须紧跟市场步伐,通过数字化转型提供更加个性化、智能化的产品和服务,以满足消费者需求。另一方面,在竞争激烈的市场环境中,数字化转型是企业提升竞争力的重要手段,能够帮助企业提高生产效率、降低成本、优化供应链管理。此外,新技术的不断涌现,如云计算、大数据、人工智能等,为企业带来了全新的发展机遇,企业必须将这些新技术融入运营,提高创新能力和运营效率。深入研究数字化时代企业竞争力提升问题,不仅具有重要的理论价值,能丰富和完善企业竞争力理论体系,还对指导企业实践具有深远意义。当前,虽然众多学者已对数字化与企业竞争力的关系进行了初步探讨,但在具体实施策略等方面仍存在诸多空白。本研究旨在填补这一空白,结合具体行业和企业案例,提出切实可行的策略,为企业提供有针对性的指导建议,助力企业在数字化时代制定和实施有效战略,保持竞争优势,实现可持续发展。

一、数字化时代企业竞争力的内涵与核心要素

(一)竞争力内涵的演变

传统意义上,企业竞争力主要依赖于资源禀赋、规模效应、品牌影响力和成本控制等静态要素。企业通过大规模生产降低成本,凭借品牌知名度获取市场份额。然而,在数字化时代,这些要素的重要性虽未消失,但企业竞争力的内涵已得到极大拓展和深化,更强调数字能力的构建与运用。数字化时代的企业竞争力,涵盖了利用数字技术实现快速创新、高效运营、精准洞察客户需求以及有效应对风险等动态能力。企业需具备快速整合内外部数据资源,通过数据分析挖掘市场机会、优化业务流程、创新产品与服务的能力,以适应快速变化的市场环境。

(二)数字化时代企业竞争力的核心要素

创新是数字化时代企业发展的核心驱动力。数字化技术为企业创新提供了丰富的资源和强大的工具。企业能够借助大数据分析深入了解市场趋势和客户需求,从而精准定位创新方向。通过云计算和人工智能技术,企业可以加速产品研发过程,实现产品的快速迭代和更新。如互联网企业通过对用户行为数据的分析,不断推出符合用户个性化需求的产品功能,保持市场领先地位。数字化技术还打破了企业内部和外部的边界,促进了企业与供应商、合作伙伴以及客户之间的协同创新,拓展了创新的广度和深度。

数字化转型促使企业运营流程的全面优化与再造,极大提升了运营效率。自动化和智能化技术的应用,减少了人工干预和繁琐的重复性工作。例

如,自动化的订单处理系统可在瞬间完成订单接收、处理、分配和发货通知等流程,大幅缩短订单处理时间,降低出错率。借助企业资源规划(ERP)软件,企业能实时监控和管理原材料采购、生产计划、库存管理等环节,实现资源的精准配置和高效利用,避免库存积压和生产延误,降低运营成本。数字化办公平台的普及,打破了时间和空间限制,使企业内部沟通协作更加便捷高效,进一步提升了整体运营效率。

在数字化时代,客户的话语权日益增强,客户体验成为企业竞争的关键。企业通过数字化手段能够全方位、深层次地了解客户需求。数字化客户关系管理(CRM)系统整合客户基本信息、购买历史、偏好等数据,形成客户360度视图,助力企业对客户进行细分,为不同客户提供定制化产品推荐、营销活动和服务方案,实现精准营销和个性化服务。电商平台依据客户浏览和购买记录推荐商品,金融机构为客户定制理财方案,都显著提高了客户满意度和忠诚度。同时,数字化渠道的拓展,如网站、移动应用、社交媒体等,使客户能随时随地获取企业产品信息并进行咨询和购买,企业也可实现服务的智能化和自动化,如智能客服机器人提供24/7不间断服务,有效提升客户服务质量。

数字化技术为企业风险防控提供了有力支持。企业可利用大数据分析实时监测市场动态、行业趋势以及企业内部运营状况,提前识别潜在风险因素,如市场需求波动、供应链中断风险等。通过建立风险预警模型和应对预案,企业能够及时采取措施,降低风险损失。在供应链管理中,物联网技术可实现对货物运输状态的实时跟踪,区块链技术保障供应链数据的真实性和不可篡改,提高供应链的透明度和稳定性,增强企业抵御供应链风险的能力。数字化技术还助力企业优化财务管理,通过财务数据分析及时发现财务风险隐患,加强资金管理,提高企业财务稳健性。

二、数字化技术对企业竞争力提升的驱动作用

(一)创新能力的强化

数字化技术为企业创新营造了全新的环境,提供了强大的支撑。大数据技术使企业能够收集海量的内外部数据,包括市场数据、客户数据、行业数据等。通过对这些数据的深度挖掘和分析,企业可以精准洞察市场需求的变化趋势,发现潜在的市场机会和客户需求痛点,为产品和服务创新提供明确方向。人工智能技术在产品研发中的应用,如机器学习算法可用于优化产品设计、模拟产品性能,缩短研发周期,降低研发成本,同时提高产品创新的成功率。云计算技术则为企业提供了灵活的计算

资源和存储能力,方便企业与外部科研机构、合作伙伴进行协同创新,整合各方创新资源,加速创新成果的转化和应用。

(二)效率提升与成本降低

在生产制造环节,数字化技术推动了生产过程的自动化和智能化。工业机器人、自动化生产线的广泛应用,不仅提高了生产效率,还提升了产品质量的稳定性和一致性。通过引入智能制造系统,企业能够实现生产过程的实时监控和优化,根据订单需求灵活调整生产计划,减少生产过程中的浪费,降低生产成本。在企业管理方面,数字化管理系统实现了企业资源的集中管理和高效调配。例如,ERP系统整合了企业财务、人力资源、采购、销售等各个业务模块,实现了数据的实时共享和业务流程的自动化,减少了人工操作带来的错误和时间浪费,提高了企业整体运营效率。同时,数字化办公工具的普及,如即时通讯软件、在线文档协作平台等,使企业内部沟通协作更加高效,进一步提升了工作效率。

(三)客户体验优化

数字化技术使企业与客户之间的互动更加紧密和便捷。企业通过建立多渠道的客户沟通平台,如社交媒体、在线客服、移动应用等,能够实时了解客户的需求和反馈。基于大数据分析的客户画像技术,帮助企业深入了解客户的兴趣爱好、消费习惯和购买行为,从而为客户提供个性化的产品推荐和服务。电商平台根据客户的浏览历史和购买记录,为客户精准推送符合其需求的商品,大大提高了客户购物的便利性和满意度。数字化技术还支持企业实现服务的智能化升级,如智能客服机器人能够快速响应客户的常见问题,提供及时准确的解决方案,提升客户服务体验。通过优化客户体验,企业能够增强客户对品牌的认同感和忠诚度,促进客户的口碑传播,进而提升企业的市场竞争力。

(四)风险防控能力增强

在数字化时代,企业面临的内外部环境更加复杂多变,风险因素增多。数字化技术为企业提供了全面、实时的风险监测和预警手段。企业可以利用大数据分析技术对市场数据、行业数据、竞争对手数据等进行实时监测和分析,及时发现市场趋势的变化、竞争对手的动态以及潜在的风险因素。通过建立风险预警模型,当风险指标达到预警阈值时,系统自动发出预警信号,提醒企业管理层及时采取措施进行风险防范。在供应链风险管理方面,物联网技术实现了对供应链各个环节的实时监控,企业可以实时掌握货物的运输状态、库存水平等信息,及时发现供应链中断等风险,并采取相应的应对措施,

如调整采购计划、优化物流配送方案等,保障供应链的稳定运行。数字化技术还帮助企业加强内部风险管理,通过对企业内部运营数据的分析,及时发现管理漏洞和潜在风险,加强内部控制和合规管理。

三、数字化时代企业竞争力提升策略

(一)制定数字化战略规划

企业应将数字化战略提升到企业发展的核心层面,紧密结合自身的发展愿景、市场定位和业务特点,制定长期且具有前瞻性的数字化战略规划。这一规划需明确数字化转型的目标、路径和实施步骤,确保数字化技术能够全方位、深层次地融入企业的各个业务环节和管理流程。企业要对市场趋势、技术发展方向进行持续跟踪和深入研究,及时调整数字化战略,以适应不断变化的外部环境。

(二)加强数字化技术应用与创新

积极引入云计算、大数据、人工智能、物联网等先进的数字化技术,根据企业实际需求进行合理配置和深度应用。利用大数据技术进行精准的市场分析和客户洞察,为企业的产品研发、市场营销和客户服务提供数据支持。借助人工智能技术实现生产过程的智能化控制、业务流程的自动化处理以及客户服务的智能化升级。通过物联网技术实现设备的互联互通和远程监控,提高生产效率和管理水平。同时,企业要加大对数字化技术研发的投入,鼓励内部创新,探索适合自身发展的数字化应用场景和商业模式,形成独特的竞争优势。

(三)推动组织变革与流程优化

为适应数字化时代的快速变化和高效协作需求,企业需对传统的组织结构进行优化和变革,向扁平化、网络化的组织架构转变。减少管理层级,打破部门壁垒,促进信息在企业内部的快速流通和共享,提高决策效率和响应速度。建立跨部门的数字化项目团队,负责数字化转型项目的推进和实施,加强各部门之间的协同合作。对企业的业务流程进行全面梳理和优化,去除繁琐的环节和不必要的流程,利用数字化技术实现业务流程的自动化和智能化,提高企业运营效率和质量。

(四)培养数字化人才队伍

数字化人才是企业数字化转型和提升竞争力的关键支撑。企业要制定完善的数字化人才培养计划,通过内部培训、外部进修、在线学习等多种方式,提升员工的数字化素养和技能水平。针对不同岗位的员工,设计个性化的培训课程,使员工能够熟练掌握与工作相关的数字化工具和技术。加大对数字化专业人才的引进力度,吸引具有大数据分析、人工智能开发、数字化营销等专业技能的人才加入企业。建立健全人才激励机制,通过薪酬激

励、晋升机会、职业发展规划等方式,激发员工的积极性和创造力,留住优秀的数字化人才。

(五)强化客户关系管理与服务创新

在数字化时代,客户关系管理的重要性愈发凸显。企业要借助数字化技术建立全方位、多层次的客户关系管理体系,整合客户数据,深入了解客户需求 and 行为特征,为客户提供个性化的产品和服务。利用社交媒体、在线客服等数字化渠道,加强与客户的互动和沟通,及时响应客户的反馈和投诉,提高客户满意度和忠诚度。持续进行服务创新,引入新的服务理念 and 模式,如基于物联网的产品远程运维服务、基于大数据的个性化定制服务等,为客户创造更多的价值,提升企业在客户心目中的形象和地位。

(六)促进供应链数字化协同

供应链的数字化协同是提升企业竞争力的重要环节。企业要利用数字化技术实现供应链各环节的信息共享和协同运作,与供应商、合作伙伴建立紧密的战略合作伙伴关系。通过物联网技术实时监控供应链中的物流、信息流和资金流,实现供应链的可视化管理。利用大数据分析预测市场需求,优化库存管理,降低库存成本。借助区块链技术保障供应链数据的真实性和安全性,提高供应链的透明度和可信度。通过供应链数字化协同,提高企业对市场变化的响应速度,降低供应链风险,提升企业整体竞争力。

四、结论

在数字化时代,企业竞争力的内涵与外延发生了深刻变化,创新能力、效率优势、客户导向和风险抵御成为核心要素。数字化技术从多个维度驱动企业竞争力提升,众多企业的成功实践也充分证明了数字化转型的巨大价值。然而,企业在数字化转型过程中仍面临诸多挑战,如技术应用难题、组织变革阻力、人才短缺等。为在数字化浪潮中持续提升竞争力,企业需制定科学合理的数字化战略规划,加强技术应用与创新,推动组织变革与流程优化,培养数字化人才队伍,强化客户关系管理与服务创新,促进供应链数字化协同。

参考文献:

- [1] 利雅.基于“互联网+”环境下企业内部控制有效性研究[J].湖北开放职业学院学报,2021,34(4):120-121.
- [2] 杨乐.政府信任关系、企业社会责任与企业竞争力[J].征信,2021,39(5):13-20.
- [3] 何隽,杜梦婷.智能金融领域互联网头部企业竞争力分析:基于专利视角[J].科技管理研究,2020,40(12):132-141.
- [4] 吴玉宁.网络嵌入性对产业集群中物流企业竞争力

的影响测度[J].商业经济研究,2021(10):99-102.

[5] 宋晓娜,张峰.社会责任履行对高新技术企业竞争力影响的检验[J].统计与决策,2020,36(12):170-172.

[6] 孙怀平,杨东涛.基于地域文化的企业文化与企业竞争力关系研究——以江苏为例[J].学海,2020(4):155-162.

[7] 程翔,张瑞,张峰.科技金融政策是否提升了企业竞争力?——来自高新技术上市公司的证据[J].经济与管理研究,2020,41(8):131-144.

Research on Strategies for Enhancing Enterprise Competitiveness in the Digital Age

ZHANG Qiang

(Shanxi Technology and Business University, Taiyuan Shanxi 030036, China)

Abstract: With the rapid development of information technology, the digital age has arrived, profoundly changing the business environment and competitive landscape of enterprises. This paper deeply analyzes the new connotation of enterprise competitiveness in the digital age, and elaborates on the multidimensional driving role of digital technology in enhancing enterprise competitiveness, including the strengthening of core elements such as innovation capability, efficiency advantage, customer orientation, and risk resistance. Through case analysis of digital transformation practices in multiple industry enterprises, we summarize successful experiences and challenges faced, and propose targeted strategies for enhancing enterprise competitiveness from strategic planning, technology application, organizational change, talent cultivation, and other aspects. The aim is to provide theoretical support and practical guidance for enterprises to seize opportunities, enhance competitiveness, and achieve sustainable development in the digital wave.

Key words: digital age; enterprise competitiveness; innovation capability; strategy

市场营销专业人才数字化营销能力培养研究

李晓亮

(湖南涉外经济学院商学院,湖南长沙 410205)

[摘要]数字经济时代,数字化营销已成为企业营销核心,培养市场营销专业人才的数字化营销能力至关重要。本文分析了培养该能力的重要性,包括满足企业需求、适应行业趋势、提升个人竞争力等。数字化营销能力的构成涵盖数字营销技术应用、数据分析与洞察、数字内容创作与传播、数字营销策略制定与创新等方面。当前培养中存在课程体系滞后、实践教学薄弱、师资力量不足等问题。为此,本文提出构建适应数字经济的课程体系、强化实践教学、提升师资数字化素养等优化策略,旨在为培养满足企业需求的营销人才提供参考,助力数字经济下企业营销创新发展。

[关键词]数字经济;市场营销专业;数字化营销能力;培育

[作者简介]李晓亮(1976—),男,湖南益阳人,湖南涉外经济学院商学院副教授,硕士,研究方向:数字化营销与教育教学方法。

[基金项目]本文系2022年湖南省教科协会“十四五”规划课题“基于数字化营销能力的营销专业人才培养模式研究”(项目编号:XJKX22B026,湘教科协[2022]04号)以及2021年湖南省一流本科课程《广告学》(项目编号:湘教通[2021]322号)的研究成果。

[DOI] <https://doi.org/10.62662/jjxk0103005>

[中图分类号] F713.50

[本刊网址] www.oacj.net

[投稿邮箱] jjxk333@163.com

随着数字技术的飞速发展,数字经济已成为全球经济增长的重要驱动力。相关数据显示,近年来我国数字经济规模持续扩大,在国民经济中的比重不断攀升。在这一背景下,企业所处的营销环境发生了深刻变革,数字化营销手段日益丰富,社交媒体营销、大数据精准营销、内容营销等成为企业营销的重要方式。市场营销专业作为培养营销人才的摇篮,如何适应时代需求,培育学生的数字化营销能力,成为亟待解决的重要课题。

一、市场营销专业人才数字化营销能力培育的重要性

(一)满足企业数字化营销需求

数字经济时代,企业营销活动高度依赖数字技术与网络平台。企业需要借助大数据分析消费者行为,运用社交媒体进行品牌推广,通过数字广告实现精准投放等。市场营销专业学生若具备数字化营销能力,能够熟练运用各种数字营销工具和平台,将更好地满足企业对数字化营销人才的迫切需求,提高企业营销效率和效果,增强企业在数字市场中的竞争力。

(二)适应营销行业发展趋势

目前营销行业正经历着从传统营销向数字化营销的深刻转型。电子商务的崛起对传统消费企

业造成冲击,而流量和用户专家化推动企业向科技化发展,数字化营销和运营能力在消费产业中的重要性日益凸显。数字化营销不仅丰富了企业的销售渠道和营销手段,也重塑了企业的营销理念和策略。市场营销专业学生若想在未来的营销行业中立足并取得长远发展,就必须具备数字化营销能力,紧跟行业发展潮流,不断创新营销思维和方法,才能在日趋激烈的市场竞争中脱颖而出,成为推动营销行业发展的精英人才。

(三)提升个人职业发展竞争力

在全方位营销观念下,营销人员不仅需要掌握传统的营销技能,更需提高数字化营销能力,如建立品牌社区能力、实时追踪消费者的线上消费行为能力、构建多维度用户画像能力和利用数字化工具开展市场调研能力等。数字经济时代的到来对人才的能力提出了新的要求,基于企业数字化转型的趋势,具备数字化营销能力的人才更具竞争优势。从当前营销招聘的岗位来看,无论是从事市场调研、营销策划、媒体传播还是品牌管理等工作,数字化营销能力都已成为必备技能。市场营销专业学生通过系统的理论学习和实践锻炼,培育数字化营销思维,掌握数字化营销能力,将会极大拓宽自己的岗位选择范围和职业发展道路,增加就业机会,

提升职业发展竞争力。

二、市场营销专业人才数字化营销能力的构成

(一) 数字营销技术应用能力

技术应用能力是数字化营销的根基,要求从业者能熟练运用多元数字营销工具与平台。以社交媒体运营为例,需灵活运用微信生态(公众号、小程序)、微博话题营销及抖音短视频矩阵,实现品牌曝光、产品种草与用户社群运营;在搜索引擎营销领域,既要精通百度推广、谷歌广告等竞价系统的关键词策略优化,又要掌握广告投放 ROI(投资回报率)的动态调控;电子邮件营销方面,需通过用户画像构建精准标签体系,结合个性化文案设计提升邮件打开率与转化率;而营销自动化软件的应用,则强调将线索培育、客户旅程管理等环节串联,通过数据驱动的智能决策,实现营销流程的降本增效与精细化运营。

(二) 数据分析与洞察能力

随着大数据时代的到来,数据分析在营销过程中的地位越来越重要。在数字经济蓬勃发展的当下,数据成为企业营销决策的核心支撑。这就要求市场营销专业学生掌握系统化的数据分析与洞察能力,能够通过多种途径收集、整理和分析海量数字营销数据,包括用户注册数据、网站访问数据、消费者交易数据、社交媒体互动数据(如点赞、评论、转发)等。通过数据挖掘与分析,对消费者进行精准细分,进而构建用户画像,洞察需求趋势,识别潜在的市场机会,也可以评估营销活动的真实效果,为企业制定精准的营销策略提供决策依据。例如,企业可以运用数据挖掘技术发现消费者的潜在需求和购买意向,利用数据分析模型预测营销活动的客户获取成本、转化率以及投资回报率,实现广告的高效投放与资源的优化配置。

(三) 数字内容创作与传播能力

在信息泛滥和受众注意力碎片化的时代,要想有效吸引消费者的关注,就必须要有优质的数字内容和创意性传播,要能引发消费者的共鸣。因此,数字内容创作与传播能力十分关键,要能够根据不同的数字平台和目标受众,基于调查分析,创作有吸引力、有价值的数字内容,如视频、文案、图片等。同时,要熟练掌握数字内容的传播渠道和方法,通过社交媒体以及内容分发平台等途径将内容精准推送给目标顾客,提高内容的曝光度和分享率,提升品牌知名度和美誉度,从而提高转化率。

(四) 数字营销策略制定与创新能力

数字经济时代,企业面临着更为复杂多变的营销环境,传统的基于“4P”理论制定的营销策略已难

以满足市场变化的需要。市场营销专业学生需要具备数字营销策略制定与创新能力,能通过市场动态追踪、消费者行为建模及竞争对手数字化路径分析,结合企业的战略目标与资源特点,制定适配的细分领域策略,如社交媒体营销策略、大数据营销策略、内容营销策略等;并且要持续关注 AIGC 技术迭代、元宇宙营销场景、私域运营升级等行业前沿趋势,主动突破传统框架,探索“AI 生成个性化广告”“虚拟偶像带货”等新兴数字化营销模式,通过跨渠道整合(如“短视频引流+小程序转化”闭环)为企业打造差异化竞争优势。

三、市场营销专业人才数字化营销能力培养中的问题

(一) 课程体系滞后

课程体系是人才培养的基础框架,其设计的科学性直接决定着专业人才与行业需求的适配性。从行业实践反馈来看,当下高校市场营销专业的人才培养与数字营销行业的快速发展之间,显现出明显的脱节现象。许多院校的课程体系仍以传统 4P 理论为核心架构,数字营销相关课程设置比例偏低,在内容更新上也明显滞后于行业实践。这种滞后性首先体现在课程体系的系统性不足,各课程间缺乏有机整合与递进衔接,还没有形成覆盖数字工具应用、数据分析与洞察、场景运营等维度的系统培养链条。

以网络营销课程为例,部分高校虽开设了相关科目,但教学仍停留在理论阐释层面,像搜索引擎优化(SEO)、社交媒体运营等实操模块的训练较为缺失,更不论对 AIGC 内容生成、元宇宙营销等前沿领域的探索。而大数据营销、私域流量运营等新兴课程,也常常因为师资与资源的限制,难以与传统营销课程形成知识互补。这种教学内容与行业需求的断层现状,直接导致学生进入职场后,在面對抖音小店运营、用户画像搭建等实际业务时,出现理论应用能力薄弱的尴尬。

(二) 实践教学薄弱

实践教学作为连接理论知识与行业实操的关键纽带,其实施质量直接影响着学生数字化营销能力的养成。然而当前市场营销专业的实践教学体系,在快速迭代的行业需求面前,暴露出诸多短板。

从硬件支撑来看,实践教学基地建设的滞后性比较突出。多数院校与企业的合作停留在协议签署的表层,缺乏深度协同的项目化运作机制。部分高校虽与互联网企业签订实习协议,但真正参与过真实数字营销项目的学生较少,多以参观访谈等形式完成实践。这种“纸上谈兵”的培养模式,导致学

生难以接触到如电商平台大促活动策划、私域流量精细化运营等真实业务场景。在教学方法层面,传统的案例分析与模拟实验已难以满足数字化营销的实操要求。部分高校使用的模拟软件更新周期长达2~3年,与抖音电商、小红书蒲公英平台等实时迭代的营销工具存在明显脱节。这种教学场景与行业实景的偏差,使得学生在进入企业实习时,需要重新学习主流营销工具的操作逻辑,无形中增加了从校园到职场的过渡成本。

(三)师资力量不足

市场营销专业教师的数字化素养是评价其教学能力的重要指标。教师是否能够熟练掌握并应用数字化工具,对其能否成功实施现代数字化教学方法至关重要。数字化营销是近年来随数字技术兴起的一个新兴领域,要求教师具备前沿的理论和丰富的数字营销实践经验。然而,目前高校市场营销专业的师资队伍中,大部分教师是传统营销专业出身,虽然营销理论功底深厚,但较为缺乏数字营销的实践背景和专业培训,实际教学中虽能熟练讲解STP、4P等传统营销理论,但面对AIGC内容生成、私域流量精细化运营等数字化营销热点问题时,教学上就存在很多局限,缺乏AIGC工具实操、私域运营流程设计等指导能力,难以结合行业最新实践。这种知识更新的滞后,导致教师在指导学生参与数字营销竞赛、企业实习项目时,往往出现“指导力不足”的尴尬局面。长此以往,不仅制约了学生数字化营销能力的培养,更难以适应企业对“双师型”教师的迫切需求。

四、市场营销专业人才数字化营销能力培养的对策

(一)构建适应数字化营销的课程体系

面对数字经济的深度渗透,市场营销专业的课程改革迫在眉睫。高校需以市场需求为导向,对现有市场营销专业课程体系进行全面优化,在保留传统营销核心课程的基础上,增加数字营销相关课程的比重,并注重课程内容的更新和优化。例如开设数字化营销概论、大数据营销、搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销、数字营销综合实训等核心课程,根据不同学期能力培养要求,构建系统的数字化营销课程体系。在课程整合与衔接方面,可打破学科之间的壁垒,将网络营销与电子商务的运营步骤串起来,通过模拟电商平台的全流程操作,让学生理解线上营销与交易闭环的内在关联;同时,将数据分析课程与市场调研实践深度融合,引导学生运用Python、SPSS等工具,对真实消费数据进行清洗、建模和解读。另外,课程内容的动态更新同样

关键,应建立“行业案例库”,每年邀请企业导师参与课程大纲修订,及时引入直播带货破圈案例、AIGC内容生成应用等前沿内容,让学生在课堂上接触行业最新实践,确保知识体系与市场需求同步迭代。

(二)强化数字化营销实践教学

市场营销专业人才的数字化能力培养,在其教学、课堂组织中更应该让学生置身于真实的社会环境,通过“沉浸式”解决企业真实的营销问题来总结技巧、积累经验。实践教学是实现理论知识向行业实战能力转化的关键途径,针对前述问题,可从实践教学基地搭建、实践教学方法创新、教学竞赛指导三方面来予以解决和强化。首先,要加强实践教学基地建设,专业可基于自身特色与数字化人才培养需求,主动对接互联网公司(如短视频平台运营企业)、电商企业(如直播电商服务商)、数字广告公司(如信息流广告投放机构)及新媒体营销机构,与其建立深度合作关系,为学生提供丰富的校外实践机会,让学生参与企业的真实数字营销项目,在实践中锻炼和提升数字化营销能力。其次,要创新实践教学方法,需避免将“案例分析”“课堂讨论”等理论辅助教学手段等同于沉浸式实战教学。可以采用项目驱动教学法来提高实践教学的真实性和实效性。例如,以企业的实际数字营销项目为背景,通过前期的分组与调研,组织学生开展项目团队合作,要求团队完成数字营销工具使用、数据分析、营销方案策划等任务并进行结果汇报。让学生在完成项目任务的过程中,掌握数字营销工具的使用、数据分析方法、营销策略制定与实施等技能。另外,学科竞赛是非常好的促进学生实践能力转化的途径,教师要积极鼓励并指导学生参加各类数字营销竞赛,特别是全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛、全国大学生市场调查与分析大赛这类与数字营销高度契合的赛事,通过竞赛激发学生的学习兴趣 and 创新能力,提升学生的数字化营销实战水平。

(三)提升师资队伍的数字素养

教师的数字化素养直接影响着学生数字化营销能力的培养质量,教师是教育数字化的实践者和引导者,应提升其数字素养,以增强教育数字化的关键软实力。培训是提高教师数字化素养的有效途径。加强教师的数字营销培训,可以定期组织教师参加数字营销领域的专业培训、研讨会和学术交流活动,及时了解数字营销领域的最新发展动态。而教师自身也应充分意识到专业转型的必要性与迫切性,主动深入企业了解数字营销的最新应用,

通过双管齐下提升教师自身的数字化营销能力和教学水平。基于教师数字营销实战经验的缺乏,可以引进具有数字营销实践经验的企业高管、专家到高校担任兼职教师,或定期开展专题报告与讲座,以此充实市场营销专业的师资力量。兼职教师可以为学生带来丰富的实战经验和前沿的行业信息,与校内教师形成优势互补,共同推动市场营销专业数字化营销能力的培育。另外,应建立教师数字化营销教学激励机制,对在数字营销教学改革、课程建设、实践指导等方面取得突出成绩的教师给予表彰和奖励,激发教师开展数字化营销教学的积极性和主动性。

五、结论

在数字经济蓬勃发展的当下,市场营销专业数字化营销能力培育意义重大。培育学生数字化营销能力,需构建融合数字技术与营销理论的课程体系,强化大数据分析、社交媒体运营等实践教学,打造兼具理论素养与数字技能的师资队伍。当前虽存在课程滞后、实践薄弱、师资不足等问题,但通过优化策略可有效提升培育成效。未来,应持续关注

数字技术演进,动态调整培育路径,使学生在数字经济时代兼具营销思维与数字工具应用能力,成为适应企业需求的复合型人才,为数字经济下企业营销创新发展提供人才支撑。

参考文献:

- [1]高娜.电子商务时代数字化营销和运营能力成为关键[N].中国食品报,2024-10-18(7).
- [2]黄海洋.数字化时代背景下的市场营销教学模式改革研究[J].电子商务,2019(7):81-82.
- [3]许翀寰,陈庭贵.大数据背景下的市场营销学教学模式改革与人才培养研究[J].教育现代化,2018(4):20-25.
- [4]刘菊.数字化时代市场营销专业教师教学能力提升策略研究[J].吉林农业科技学院学报,2025,34(2):44-46,91.
- [5]吴爱珍,金杨华.高职院校市场营销专业人才数字化能力培养研究[J].职业技术教育,2021,42(14):27-31.
- [6]何攀利,钮鹏.教育数字化背景下高校教师数字素养的提升策略[J].沈阳大学学报(社会科学版),2025,27(3):77-84.

Research on the Cultivation of Digital Marketing Ability of Marketing Professionals

LI Xiao-liang

(Business School, Hunan University of Foreign Economics, Changsha Hunan 410205, China)

Abstract: In the era of digital economy, digital marketing has become the core of enterprise marketing, and it is very important to cultivate the digital marketing ability of marketing professionals. This paper analyzes the importance of cultivating this ability, including meeting the needs of enterprises, adapting to industry trends, and improving personal competitiveness. The composition of digital marketing capabilities covers the application of digital marketing technology, data analysis and insight, digital content creation and dissemination, and digital marketing strategy formulation and innovation. At present, there are some problems in training, such as lagging curriculum system, weak practical teaching, and insufficient teachers. To this end, this paper proposes optimization strategies such as constructing a curriculum system adapted to the digital economy, strengthening practical teaching, and improving the digital literacy of teachers, aiming to provide a reference for cultivating marketing talents to meet the needs of enterprises and help the innovation and development of enterprise marketing under the digital economy.

Key words: digital economy; marketing major; digital marketing capabilities; cultivation

CONTENTS

<i>Exploration and Practice of Blended Teaching of Western Economics under the “Rain Classroom + BOPPPS” Model</i>	TIAN Hui, JIANG Yong, XU Lan-xiang (1)
<i>Under the Background of Big Data, the Integration of Business and Finance Poses New Requirements and Implementation Paths for the Teaching of Accounting and Finance Courses in Higher Education Institutions</i>	MING Yun, XU Li-jiao (6)
<i>Research on Promoting Sustainable Development of Private Economy Through Institutional Openness</i>	LI Ming (14)
<i>Research on Strategies for Enhancing Enterprise Competitiveness in the Digital Age</i>	ZHANG Qiang (18)
<i>Research on the Cultivation of Digital Marketing Ability of Marketing Professionals</i>	LI Xiao-liang (22)

《经济学刊》投稿指南

一、稿件要求

- 1.稿件内容:稿件应具备创新性、科学性、实用性,逻辑严谨,数据可靠,文字通顺。
- 2.格式要求:稿件应按照本刊规定的格式进行排版,包括中英文标题、摘要、关键词、正文等部分。具体格式要求请参考本刊网站上的投稿模板。
- 3.篇幅要求:正文部分应在 5000 字以上,摘要应在 300 字左右。
- 4.版权要求:作者应保证稿件的原创性,无抄袭、剽窃等行为。本刊有权对稿件进行修改和删节,如有异议,请在投稿时注明。
- 5.征稿范围:经济学类、财政学类、金融学类、经济与贸易类以及相关交叉学科。

二、投稿流程

- 1.提交稿件:请将稿件发送至本刊邮箱 jjxk333@163.com,并在邮件主题中注明“作者姓名+文章标题”字样。
- 2.稿件审核:本刊将对稿件进行初步审核,审核周期一般为 1 周左右。
- 3.修改意见:如果稿件通过初步审核,作者将收到修改意见,需按照修改意见进行修改后重新提交。
- 4.录用通知:如果稿件被录用,作者将收到录用通知。
- 5.发表:稿件将在本刊网站上发布,并分配国际通用 doi 号,可在全球范围内查询,纸质刊物由作者自行下载打印。

三、注意事项

- 1.作者应保证所投稿件未在其他刊物上发表过,且无版权纠纷。
- 2.本刊不接受一稿多投的稿件,如发现一稿多投行为,本刊有权追究作者责任。
- 3.本刊有权对稿件进行修改和删节,如有异议,请在投稿时注明。

经济学刊

主办单位：湖北开放职业学院

地 址：湖北省武汉市洪山区民族大道56号

电 话：0086-027-88840003

