

# 应用型大学新商科人才高阶思维的培养

左仁淑, 朱丽萍

(四川大学 成都锦城学院, 成都 611731)

**摘要:**阐述了应用型大学培养学生高阶思维教学的研究现状,以成都锦城学院以赛促学培养新商科人才的高阶思维为例,探讨了应用型大学新商科人才的高阶思维培养问题,提出了完善新商科人才高阶思维以赛促学的组织保障体系,优化新商科人才高阶思维以赛促学的高阶教学设计,深化新商科人才高阶思维以赛促学的教研融合成果,建立科学、全面的师生评价和激励机制等培养新商科人才高阶思维的建议。

**关键词:**应用型大学;新商科人才;高阶思维;以赛促学;课程设计

**中图分类号:**G642

**文献标识码:**A

**文章编号:**2097-0625(2023)01-0049-05

## 一、引言

大数据、云计算、物联网等新技术的变化,带来了产业发展的新需求,也对高校培养符合岗位需求的新商科人才提出了要求。高阶思维是新商科人才的核心素养。近年来关于培养新商科人才的高阶思维,已成为学界、教育界研究的热点,但是目前还鲜有专门针对应用型大学培养新商科人才高阶思维的研究。国内外关于高阶思维教学的研究主要有理论研究、实践应用、评价测量和模式开发四个研究主题。当今经济发展需要高阶思维技能,公共教育系统在支持学生获得高阶思维技能方面发挥着关键作用。高阶思维是高等教育中特别受欢迎的目标,被认为是当代教育成果的重要决定因素。互联网接入和同步社交网络带来大量信息,如何选择、组织和批判性分析资源等技能,比获取知识和信息的技能更重要<sup>[1]</sup>。只有当个体能够将记忆中的信息与新信息结合起来,使信息相互关联或重新排列,以达到解决问题、分析论点、协商问题或做出预测等目的时,信息才有意义,这是高阶思维<sup>[2]</sup>。根据美国国家教育研究所数据,教师建议将批判性、分析性、综合性、想象力、创造性思维技能作为核心能力,大学教育先于职业生涯,应该培养学生自主决策能力、批判性、多边理解技能,构建职业道路,解决现实生活中的冲突<sup>[3]</sup>。学生高阶思维能力有

两个主要指标是批判性和创造性思维技能,与学业成绩存在显著关系,高阶思维技能水平高的学生往往更容易成功<sup>[4]</sup>。大学生使用事实问题、高阶问题或混合问题类型进行检索实践,是检验高阶学习的最佳检索实践类型<sup>[5]</sup>。Douglas Carnine 则描述了一个强调高阶思维的教学过程,即“相似性分析”,该过程促进了概念、规则、策略、模式、系统、启发式和算法的集成,有助于对内容领域的整体理解<sup>[6]</sup>。Lina D Kantar 迫切需要转变教育者的考试信念、知识和技能,因为旨在通过考试的教学可能会阻碍知识转移,阻碍学习者高阶思维技能的发展<sup>[7]</sup>。Justin M. Dubas 将想法、概念和学科内容联系起来,是一种有效培养学生高阶思维的教育策略,同时需要制定和实施支持培养学生高阶思维的政策,包括技能评估、传播评估数据,以吸引学校、教师对这些技能的明确关注,以完善专业和课程设计<sup>[8]</sup>。M. H. Yee 认为,识别分析学习者的学习风格可以为高阶思维的培养开发更有效的教学环境<sup>[9]</sup>。Moshe Barak, Larisa Shakhman 探索了教师在科学教学中培养高阶思维技能的知识和做法,研究结果突出教师在四个方面的多样性:高阶思维概念的元策略知识、培养课堂高阶思维教学策略的运用、学生获得高阶思维技能的信念、高阶思维教学的自我认知<sup>[10]</sup>。孙宏志等的核心素养指向下高阶思维发展的

**收稿日期:**2022-09-27

**基金项目:**四川省教育厅重点项目“应用型大学创新创业教育产教融合模式研究”(项目编号:18SA0124);成都锦城学院教研专项“新媒体背景下新商科人才培养教学方法研究”(项目编号:2020jcky0056)

**作者简介:**左仁淑(1964—),女,重庆人,教授,博士。研究方向:营销管理、高校教学管理。

表现性评价设计<sup>[11]</sup>,杨蕴佳等近十年国内高阶思维研究现状、热点与趋势——基于文献计量与知识图谱分析<sup>[12]</sup>,赵雪梅,钟绍春的具身认知视域下促进高阶思维发展的多模态交互机制研究<sup>[13]</sup>。其中,理论研究的占比最大,模式开发和实践应用主要以基础教育为主,评价测量方面相对薄弱。研究热点集中在高阶思维能力、核心素养、深度学习和教学策略等方面。如罗福强、周红的以培养高阶思维为目标的课程设计探讨<sup>[14]</sup>,张海红的“以学为中心”建设高阶教学目标下的“金课”中,以过程装备控制技术这一工科专业为例,介绍了一些基于辅助教学平台的行之有效的教学实践经验<sup>[15]</sup>。而关于高阶思维的教学设计、跨学科综合性学习、活动技术支持,以及针对高等教育领域、新商科人才,尤其是应用型大学等方面的研究鲜少,还需要寻求突破和给予更多关注。沙景荣等研究发现,课程融入思政元素能提升学生的学习动机、批判性思维水平,进而达到课程思政的教学目标<sup>[16]</sup>。基于以上分析,本文研究应用型大学新商科人才高阶思维教学的创新实践具有现实意义和创新意义,同时研究具备系统性、前沿性、实践性等特征。

## 二、培养新商科人才高阶思维的课程设计依据

### (一)一个导向:社会人才需求为导向

以社会需求为导向,从根本上改变原有学校教育与社会需求严重脱节的现状。以新商科的营销岗位为例,通过数据整理与分析,市场营销岗位都要求营销人才具有营销传播的知识技能,其他专业技能有较高提及概率的分别是策划能力、销售能力、渠道开发能力、市场调研能力。营销岗位关于学生非认知能力中的综合能力提及概率前五:团队合作、表达、独立思考、创造力、责任心。

### (二)三个层次:布鲁姆教育目标分类

著名心理学家、教育学家布鲁姆把教育目标分为三大领域——认知、情感、动作技能,三个层级——低阶(记忆、理解)、中阶(应用)和高阶(分析、评价、创造)。而高阶教学是相对于传统低阶教学的一个概念。如图 1 所示。

## 三、培养新商科人才高阶思维的课程设计和比赛组织

### (一)培养新商科人才高阶思维的营销策划课程设计

基于布鲁姆教育目标分类,以知识传授为基础、

以思维和能力拓展为两轴,改革课程内容、课程教学方法和课程教学评价,以提升学生思维和能力达到高阶层级为目标。如图 2 所示。

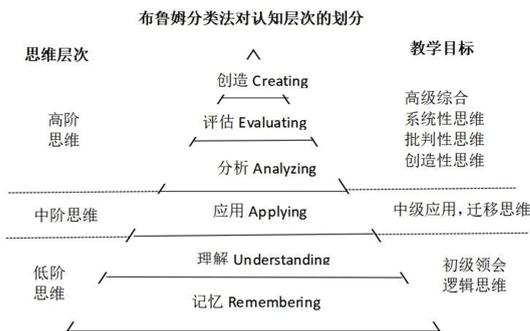


图 1 布鲁姆教育目标分类与教学目标层次关系

提升						提升	
思维特征	教学内容选择	教学方法选择(典型案例)	考核方案设计	学生状态	能力特征		
批判性思维 创造性思维	策划创意方案	头脑风暴 项目驱动 以赛促学	大赛方案路演 答辩	深度学习 质疑批判 辩论创新	多方案 复杂问题解决	高阶	
关联性思维 迁移性思维	策划原则 流程	问题导向 案例教学	写作 测试	主动学习 思考探究	举一反三 简单问题解决	中阶	
接受性思维 演绎性思维	策划内涵	讲授 慕课	作业 测试	被动学习 简答记忆理解	理解力 记忆力	低阶	
基础知识							

图 2 培养高阶思维的营销策划课程设计

### (二)培养新商科人才高阶思维的比赛组织

以赛促学是有助于提升新商科人才高阶思维和能力的重要教学方法。结合营销策划课程的设计实施以及省级比赛要求,进行比赛组织与管理。包括三个层面:基于大赛流程的 5 个环节、大赛执行机构——学生社团市场营销协会组织管理的 5 项工作、基于大赛师生共同参与的高阶教学 5 个要素,如图 3 所示。

从图 3 可以看出,从大赛组织管理、工作流程、工作内容及课程实施高阶思维教学配合上,全面保障了策划大赛培养学生高阶思维的顺利和有效进行,促成学科竞赛与专业教学、企业真实策划需求与学校培养新商科人才需求、策划岗位需求与学生高阶思维能力培养的融合。在以赛促教、赛教融合的相互作用下,教学、实践、研究、竞赛不断地良性循环。

## 四、以赛促学培养新商科人才高阶思维的效果

### (一)新商科人才高阶思维培养的具体表现

通过以赛促学的教学模式培养学生新商科高阶

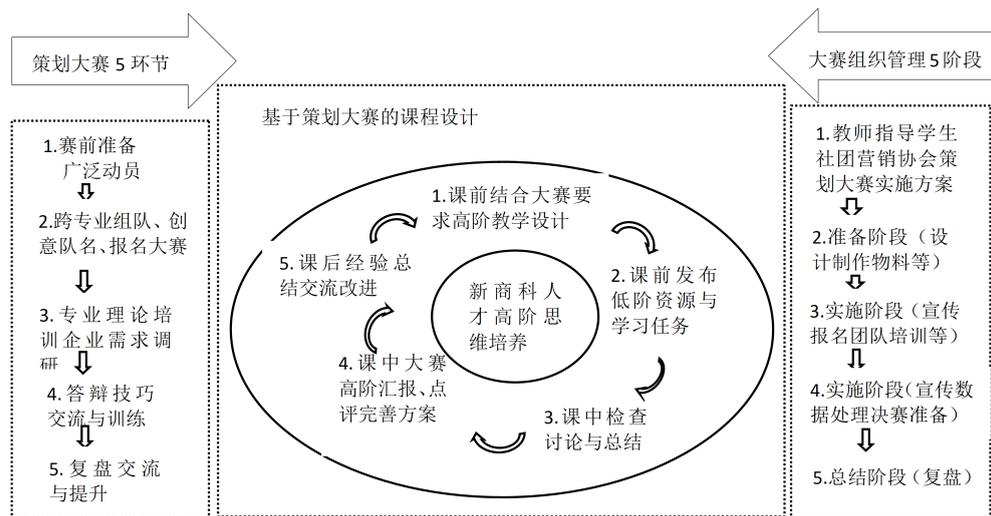


图3 培养新商科人才高阶思维的比赛组织管理流程

思维,实现了理论教学和实践训练的融合,学校教学和企业需求的融合。教师从传统的理论讲授者转变为竞赛的组织者、学生策划实训的教练、参赛团队的指导者和鼓励者。学生由被动学习变为主动学习,由浅层次学习转为深层次学习,从原来以记忆理解为主的低阶思维训练转变为训练批判创造性高阶思维为主,策划实践能力有效提升。以赛促学对新商科人才高阶思维的培养包括以下方面:

#### 1. 促进学生自主学习、深度学习

学生以大赛冠名企业的真实需求命题为任务驱动,通过团队合作、独立思考,线上课程资源学习,线下主动请教大赛指导老师等方式,掌握并运用调研分析、市场定位、品牌策划、广告策划、财务分析等知识,实现“理论知识学习——参加比赛——实践深化知识”的螺旋上升式学习效果。

#### 2. 促进学生养成创新思维

学生在策划大赛中围绕策划主题,经过发现问题、提炼问题、分析问题、解决问题的四个环节,团队运用头脑风暴法、平性思维法、水平营销、逆向思维等多种创意思维方法,寻求创意解决方案,有效解决企业营销中存在的现实问题。这一过程有效激发和提升了学生创新潜能,培养了现实的创造性思维。

#### 3. 促进学生养成批判性思维

学生在策划大赛中,走出校园、走进企业,走出理论书本、走进真实市场,通过市场调查,获取甄别高质量数据,发现企业营销痛点及问题,全面评估创意的价值与风险,开展质疑批判与辩论创新,并通过方案

的实施验证效果;不断优化改良策划方案,帮助企业开展有效的营销策划,将策划理论知识与营销实践活动紧密结合,拓宽专业知识广度,提高社会知识密度,进而养成批判性思维。

#### 4. 促进学生多方案解决复杂问题能力的提升

学生参加营销策划大赛,需要解决企业复杂的现实营销问题,因此学生需要从专业知识结构、特长技能、配合默契度等角度出发,选择团队成员,组队参加大赛。大赛过程中,团队成员需要突破专业局限、开展分工协作、集聚团队智慧、反复讨论沟通,最终形成较为科学完善的方案。这个过程可有效促进学生的团队协作,提升解决复杂问题的能力。

以赛促学,在培养学生高阶思维的同时,也给课程的教学研究带来源源不断的创新活力,形成了包括教学设计、教学内容、教学方法、教学案例等在内的丰富教研成果。

#### (二) 学生、企业、学校、政府多方价值共享

以赛促学,培养新商科人才的高阶思维,实现学生、企业、学校与政府多方的价值共享。学生终身受益于高阶思维,全面提升认知与非认知能力,收获奖励荣誉、实践实习和就业发展机会。学校能更好服务、发展地方经济,为教师教改创新注入现实活力,真正实现产、教、研、学融合,为学生创造实习就业机会,输出社会所需人才。就政府层面而言,促进产教地研学融合、发展经济、人才培育、创业就业等。企业收获了方案创意、积累了品牌资源、扩大了企业产品影响力,有效开拓市场和培养潜在目标客户。如图4

所示：

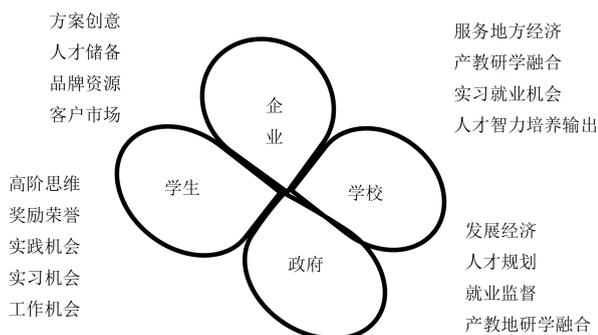


图 4 以赛促学多方价值共享

## 五、应用型大学培养新商科人才高阶思维的启示与建议

(一)完善新商科人才高阶思维以赛促学的组织保障体系

应用型大学要完善新商科高阶思维以赛促学的组织保障体系,确保教学与竞赛、竞赛与学生社团发展互相促进,形成良性循环,更广泛地培养学生的高阶思维和认知、非认知能力,同时提升教师的教学教研水平和实践技能。

一是,教学、科研等管理部门建立保障良性运行的组织管理体系,努力做好服务与支持工作,鼓励企业通过多种形式与学校开展赛教、赛研融合,实现校外企业实际岗位需求与校内教学、教研无缝对接;二是,重视高阶思维以赛促学的教学模式,建立配套的竞赛管理方案,加强企业、学校、院系、指导老师、学生社团、参赛学生及团队之间的沟通、配合,实现高效与公平;三是,改善高阶思维以赛促学开展的硬件、软件等设施、资源建设,营造优良的以赛促学环境;四是,重视赛前、赛中、赛后的各项工作。赛前,开展大赛执行机构的培训、设计大赛实施方案、拓宽多样化的线上线下宣传渠道;赛中,历年获奖团队经验分享、专业教师专项培训讲座、企业导师需求答疑;赛后,执行机构师生复盘、总结并形成书面文件,有利于构建学习型组织,对优秀团队及作品的表彰、宣传并展示,扩大了赛事与学校高阶思维培养的影响力。

(二)优化新商科人才高阶思维以赛促学的高阶教学设计

优化以赛促学的高阶教学设计,以培养新商科人才的高阶思维为出发点,同时充分考虑企业现实需求。高阶教学设计时,需要关注以下事项:一是高阶

教学整个过程中要充分发挥学生的主体作用,激发全员学生的参与投入;二是高阶教学前、教学中、教学后,课程团队教师要结合专业赛事要求与课堂目标充分研讨与准备;三是关注高阶教学后学生高阶思维训练的效果评估;四是提升高阶教学成果对企业的应用价值,密切对接企业需求,企业导师要参与高阶教学的整个过程中,深化教学、教研与产业需求融合。

(三)深化新商科人才高阶思维以赛促学的教研融合成果

高阶思维以赛促学的教学模式,不仅让专业竞赛发挥更有效的育人价值,而且也反哺教学、教研工作,反过来更好地提升教师培养学生高阶思维的水平 and 能力。因此要深化新商科高阶思维以赛促学的教研融合成果,具体要做好以下几点:一是督促参赛学生或团队将大赛方案优化、梳理并包装成自己特有的高阶思维成长作品,既有形展示了学生的高阶思维成果和专业素养,也有助于提升学生参与高阶教学课程的获得感和成就感,同时助力学生实习与就业;二是以高阶思维以赛促学为契机,强化专业团队的课程建设,包括课程教材、教学内容、教学方法、教学形式、教学案例的创新改革;三是及时总结、提炼以赛促学的经验与方法、问题与不足,以专题教研项目深入研究,并形成教研论文发表,提升教师教研水平。

(四)建立科学、全面的师生评价和激励机制

学生和教师是培养高阶思维以赛促学的两大主体。一方面,要系统设计激发学生参赛积极性和高阶教学投入度的评价激励要素,如学分认定、课程考核、专项奖励、毕业论文多样化替代、专题分享会、实习就业机会推荐、评优评奖等。

另一方面,也要系统设计对组织、指导教师的全方位激励,如评优评先、年终考核、绩效薪酬、职称晋升、研习进修交流、挂职锻炼机会等,促进高素质的“双师型”教师团队的建设,激发教师全身心投入到以赛促学的高阶思维培养中。

本文主要探讨了应用型大学培养新商科人才高阶思维的课程设计、比赛组织、培养效果,后续还应对以赛促学高阶教学的效果如何进行全面评估及优化机制进行研究,持续促进学校新商科人才培养、学生高阶思维训练、企业创新发展和教师全方位成长。

参考文献:

- [ 1 ] MITANI H. Test Score Gaps in Higher Order Thinking Skills: Exploring Instructional Practices to Improve the Skills and Narrow the Gaps MT[J]. Aera Open, 2021 (7).
- [ 2 ] BAKKE M, LEE M, SOOE C. Researching and Developing the Knowledge Base for Teaching Higher Order Thinking[J]. Theory Into Practice, 1993, 32(3): 138-146.
- [ 3 ] LEE M, SOOE C. Development of the Higher-Order Thinking Skill Scale for Korean University Students[J]. Journal of College Student Development, 2021, 62(4): 469-487.
- [ 4 ] TANUJAYA B, MUMU J, MARGONO G. The Relationship Between Higher Order Thinking Skills and Academic Performance of Student in Mathematics Instruction[J]. International Education Studies, 2017, 10(11): 78.
- [ 5 ] AGARWAL P K. Retrieval Practice & Bloom's Taxonomy: Do Students Need Fact Knowledge Before Higher Order Learning? [J]. Journal of Educational Psychology, 2019, 111(2): 189-209.
- [ 6 ] CARNINE D. Curricular Interventions for Teaching Higher Order Thinking to All Students: Introduction to the Special Series[J]. Journal of Learning Disabilities, 1991, 24(5): 261-269.
- [ 7 ] KANTAR L D. Assessment and Instruction to Promote Higher Order Thinking in Nursing Students[J]. Nurse Education Today, 2014, 34(5): 789-794.
- [ 8 ] DUBAS J M, TOLEDO S A. Taking Higher Order Thinking Seriously: Using Marzano's Taxonomy in the Economics Classroom[J]. International Review of Economics Education, 2016, 21(1): 12-20.
- [ 9 ] YEE M H, YUNOS J M, OTHMAN W, et al. Disparity of Learning Styles and Higher Order Thinking Skills Among Technical Students[J]. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 2015, 204(8): 143-152.
- [10] BARAK M, SHAKHMAN L. Fostering Higher-order Thinking in Science Class: Teachers' Reflections[J]. Teachers and Teaching, 2008, 14(3): 191-208.
- [11] 孙宏志. 核心素养指向下高阶思维发展的表现性评价设计[J]. 电化教育研究, 2021(9): 91-98.
- [12] 杨蕴佳. 近十年国内高阶思维研究现状、热点与趋势: 基于文献计量与知识图谱分析[J]. 现代教育技术, 2021(8): 15-22.
- [13] 赵雪梅, 钟绍春. 具身认知视域下促进高阶思维发展的多模态交互机制研究[J]. 电化教育研究, 2021(8): 65-71.
- [14] 罗福强, 周红. 以培养高阶思维为目标的课程设计探讨[J]. 信息系统工程, 2021(9): 148-151.
- [15] 张海红. “以学为中心”建设高阶教学目标下的“金课”[J]. 大学教育, 2021(1): 79-80.
- [16] 沙景荣. 促进高阶思维的融入思政元素的混合式教学效果研究[J]. 中国电化教育, 2022(8): 68-74.

## Cultivation of Advanced Thinking of New Business Talents in Application-oriented Universities

ZUO Renshu, ZHU Liping

(Chengdu Jincheng College, Chengdu 611731, China)

**Abstract:** The paper expounds the research status of teaching for cultivating students' advanced thinking in application-oriented universities. Taking the teaching mode of promoting learning by competition in Chengdu Jincheng University as an example, it discusses the problem of cultivating advanced thinking of new business talents in applied universities, and puts forward some suggestions on cultivating the advanced thinking of new business talents, such as perfecting the organizational guarantee system of promoting learning through competition, optimizing the advanced teaching design, deepening the integration of teaching and research, and establishing a scientific and comprehensive teacher-student evaluation and incentive mechanism for teachers and students.

**Keywords:** application-oriented university; new business talents; advanced thinking; promoting learning through competitions; curriculum design

[责任编辑 李潜生]