

《金融营销学》课程教学模式改革的探索与研究

张金霞

广州应用科技学院 经济与管理学院

DOI:10.12238/pe.v2i6.10455

[摘要] 金融营销学是一门交叉学科,具有较强的实践性和应用性。然而传统《金融营销学》课程教学中存在教学模式单一、理论与实践脱节、学生参与度低等问题,很难培养真正符合社会金融人才需求。因此,必须开展《金融营销学》教学模式改革,基于此,本文阐述了《金融营销学》课程教学模式的理论与实践改革内容,重点对《金融营销学》课程教学模式融入思政教育改革进行了探索。

[关键词] 金融营销学; 教学改革; 应用型人才

中图分类号: H191 **文献标识码:** A

Exploration and research on the reform of teaching mode of "Financial Marketing" course

Jinxia Zhang

School of Economics and Management, Guangzhou College of Applied Science and Technology

[Abstract] Financial marketing is an interdisciplinary field with strong practicality and applicability. The traditional course teaching of Financial Marketing has problems such as a single teaching mode, a disconnect between theory and practice, and low student participation, which makes it difficult to truly meet the demand for financial talents in society. Therefore, the reform of the teaching mode of "Financial Marketing" combines financial marketing theory with application, allowing students to deeply participate in the course content, which is of great significance for cultivating applied talents with solid theoretical knowledge and certain practical abilities.

[Key words] Financial Marketing; reform in education; practical personnel

引言

《金融营销学》作为高校应用型本科教育中的一门专业课程,是金融学和营销学相结合的交叉学科,是一门理论与实践结合得十分紧密的学科。在金融行业激烈竞争,金融科技不断发展的今天,应用型金融营销人才培养是值得关注的重点问题。目前银行等金融机构服务产品更加多样化,客户需求在发生转变,使得金融服务也需要与时俱进,如何在激烈的竞争中做好金融服务是金融企业必须考虑的问题。高校是培养人才的重要场所,为社会输送各个专业的人才,金融学毕业生恰是金融企业所需的人才,在金融行业如此竞争的背景下,培养高素质金融营销人才是十分关键的。其中《金融营销学》课程有系统的金融营销策略以及金融营销各方面的知识体系,不仅可以提升学生市场调研和数据分析挖掘的能力,而且可以让学生尽早从理论层面明晰金融机构及金融客户的实际需求^[1]。

1 课程教学中存在的问题

从现阶段的教学情况入手,发现金融营销学的教学效果欠佳,并且金融营销学传统教学模式下,由于课堂缺乏外延,学生知识的学习随着课堂的结束而暂停,学生学习到的知识无法得

到升华^[2]。笔者认为传统课程教学主要存在以下问题:

一是教学方法单一。传统金融营销学的教学方法主要是教师讲授,课后学生完成布置的作业,通常教师讲课部分占据课堂的绝大部分时间,而学生也只是单纯的知识接受者,方法类似于高中的教学模式。

二是教学内容与实践脱节。传统的教学理论体系缺乏实践部分的内容,与现今金融行业的实际情况不符合,一般是教学内容落后于金融营销的实际发展。

三是学生实践环节缺乏。传统教学方式方法无法让学生发挥主观能动性,只是一味听课,对一些理论的理解只停留于表面,看起来比较晦涩难懂,无法激发学生兴趣。学生在今后实践中也就难以下手,让学生感觉学习的知识无用武之地,影响学生学习的积极性。

2 《金融营销学》课程教学模式改革的主要内容

在新时代的社会发展中,人才教育要与时俱进,《金融营销学》的教学指导思想要实现从“以教师为中心”向“以学生为中心”转变,相应的教学方法也应以学生“学”为主来进行调整,教师要学会引导学生进行自主学习,自主思考,给学

生以正确引导, 指导学生进行积极探讨, 发散思维, 为学生提供自我展示的平台。《金融营销学》课程具备理论性和实践性, 采用“理论知识+案例教学+实践模拟”的“三位一体”的教学模式:

2.1 理论教学改革

课程教学中, 理论教学部分主要以多媒体进行知识讲授和案例教学为主。其中多媒体教学主要以教师教授为核心, 通过文字、网页链接、短视频等方式, 讲授知识点, 让学生清晰掌握金融营销学理论基础。

2.2 实践教学改革

在实践教学部分, 主要运用情景模拟、翻转课堂、“项目+团队”式教学等方法为主。

2.2.1 情景模拟

金融营销的实践中, 沟通表达能力十分关键。由教师根据教学版块, 选取相应部分设置具体情景, 让学生进行角色扮演, 在教室进行情景演绎(此处以银行业为例进行示例)。

第一, 电话营销模块: 电话营销是银行实际应用比较多的营销手段, 在此之前首先要求学生熟悉并掌握银行产品营销的基本流程, 掌握不同类型的客户特征(分为个人客户、公司客户)。通过营销模拟, 使学生掌握电话营销的基本话术, 开发新客户、维持老客户的基本方法, 锻炼学生沟通表达能力和挖掘客户需求的能力, 具备从事客户经理的基本技能。

第二, 大堂营销模块: 在情境模拟中, 学生扮演不同角色, 大堂营销将面对随机出现的不同类型客户, 学生不仅需要掌握各种类型的业务流程, 还需要及时帮助客户解决出现的问题。另外, 学生还需要维护好大堂秩序, 对于突发的情况做及时、妥善处理。此部分主要锻炼学生言行规范、礼貌用语以及同时应对多名客户需求的情况。提高学生的岗位适应能力, 为学生实习打下良好的基础, 毕业后能够胜任相关工作。

第三, 外拓访客模块: 由两到三人组成外拓小组, 对特定客户进行上门营销。设定客户身份, 学生根据特定的客户角色, 安排合适的产品进行营销。外拓业务是银行从业人员工作中必不可少的部分, 在上门营销中, 如何做到轻松自然, 有话可聊, 并且适时切入主题十分关键。避免直接开口营销, 学会营销话术, 礼貌用语, 同时引起客户兴趣。

2.2.2 翻转课堂

刘正喜等(2015)认为翻转课堂教学模式有效提升了学生的自我管理学习能力, 为大学生自主学习能力的培养开辟了一条新路径^[3]。马秀麟等(2016)认为翻转课堂“是一种典型的“以学生为中心”教学模式, 鼓励学生的自主学习、协作学习”^[4]。教师需要在教学内容中做筛选, 找出适合学生自主学习的章节或内容, 进行翻转课堂。《金融营销学》课程教学中的翻转课堂可以让学生成为课堂主角, 学生通过自学掌握基本知识, 用自己理解的方式将内容展示出来, 对于疑惑点和不懂的地方可以重点强调, 对于有新看法、新见解的部分进行分享。这种模式摆脱了传统教授方式, 打破旧的思维框架, 让学生养成自我学习的习

惯, 留出更多时间在课堂探讨疑问点和难点, 让整个课堂活跃起来, 使学生的金融营销思维得到锻炼。

2.2.3 “项目+团队”教学

根据课程实际, 对教学内容进行安排, 选出适合做项目的章节内容, 例如在金融营销策略这部分, 通过案例讲解策略方法, 让学生掌握基本的营销策略知识。教师根据课程实际出项目题目, 由学生组成团队, 进行项目方案策划, 团队身份给定, 由学生团队内部自由分配角色, 并共同完成金融营销项目策划, 最终进行团队成果展示, 并由教师和学生进行评价打分。“项目+团队”的方式不仅锻炼学生的组织策划能力, 也使得学生增强了团队意识和合作意识。

3 《金融营销学》课程教学模式融入思政教育改革的探索

《金融营销学》课程除了培养具备金融营销知识和技巧的人才, 更应从学生未来发展角度出发, 培养有知识、重实践、有品德的人, 从而树立学生正确的人生观、世界观、价值观, 进而在未来工作岗位上成为有担当、有责任、有能力的金融营销人才。《金融营销学》课程一些版块中可以适时融入思政主题, 从而实现教书育人的目标。教师在开展课堂时, 应主动融入思政教学内容, 让学生在学习金融知识的同时具备良好的思想意识, 将思政教育融入教学全过程。培养具有大局意识、法律意识、家国情怀、职业道德等素质过硬的新时代大学生, 使之成为社会主义建设中的中坚力量。

3.1 在“金融营销导论”里融入家国情怀、大局意识

《金融营销学》对于学生今后从事金融类相关工作起到非常重要的作用, 通过厚植家国情怀激发学生的学习兴趣 and 从事相关工作的志向。在“金融营销导论”中, 首先介绍我国金融工作的总基调, 其次通过典型案例让学生感受我国金融发展的历程, 强调我国金融发展在全球金融体系中的地位和重要影响, 在金融科技不断发展和数字经济的大背景下, 让学生清楚目前我国金融行业的发展情况和未来的金融行业的发展趋势, 做到心中有数。同时让学生领会到目前金融行业转型升级, 作为金融营销人才储备对于我国加快建设数字强国具有十分重要的作用, 让学生具备大局意识和家国情怀, 从而认识到学好《金融营销学》的重要性, 做到理论与实践相结合、与时俱进, 真正让学生切实感受社会经济变化, 做到学以致用。

3.2 在“金融营销环境”里融入社会主义核心价值观和职业道德教育

金融行业人才除了专业的知识储备, 更主要的是具有良好的品德和职业操守, 将金融从业者的职业素养教育融入金融营销的各个环节, 培养学生在金融服务过程中实事求是、诚信待人的品质。如, 在金融营销环境这一部分的课堂教学中, 用实际案例和数据, 分析当前全球金融市场的发展状况, 通过中国人民银行印发《金融科技发展规划(2022-2025年)》, 充分展示我国金融行业在全球金融市场的地位以及面临的诸多挑战, 增强学生的爱国意识, 以社会主义核心价值观为引领, 增强学生的学习信

心,鼓励学生在学习中奋发向上,树立起学生的远大理想,为我国金融行业的发展作出贡献。

3.3紧密结合教材内容,将安全和风险意识融入相应教学章节中

金融是一个国家的命脉,金融安全关于整个国家安全,金融学的学生今后大多从事与金融相关的工作,具备安全意识和风险意识十分重要。随着区块链技术、云计算、大数据技术等的发展,我国拥有的核心技术不断取得突破,成果累累,各项技术的应用范围更加广泛、多元。金融科技创新能力的增强,推动了金融行业在数字化应用方面的进步。金融的进步有赖于各项成果的出现,这些成果对于金融发展至关重要,通过反面案例的学习,让学生规范自身行为,在今后的工作中严格自律,保守国家秘密,保守行业秘密,坚决维护国家安全和金融安全。在教学过程中,教师也要将风险意识融入金融营销的全过程,让学生具备风险意识,在今后工作中成为合格的金融营销人才。

3.4把法律意识、道德观念和责任意识融入“金融营销”

金融营销在金融实践中广泛存在,在金融科技发展、金融创新、数字化发展的背景下,金融场景中的线上线下的融合发展更为普遍。《高等学校课程思政建设指导纲要》在针对经管类专业课程教学中要求:“要帮助学生了解相关专业和行业领域的国家战略、法律法规和相关政策,引导学生深入社会实践、关注现实问题,培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养^[5]。”学生在数字化发展的时代,能熟练应用互联网进行基本操作,然而,在金融实践中,法律意识淡薄,道德观念不强等导致的问题也普遍存在。因此在课堂教学中,学生可以发挥自己的主观能动性进行思考,提出各种不同的营销方案和具体策略,同时教师需要引入一些金融营销中的不良案例和反面事例进行讨论,学生可分组自由发表看法,通过对这些反面案例的讨论,让学生切实

体会到一些不诚信行为,为自己、他人以及社会带来的负面影响,甚至因此失去工作机会。从而让学生在具体金融营销实践中,具备良好的法律意识,守住道德底线。

4 结语

《金融营销学》课程改革探索,旨在为学生提供良好的课堂教学体验,培养学生发现问题、思考问题、解决问题的能力以及为学生今后金融营销工作的开展做好铺垫,为金融行业提供具备扎实金融营销理论和较强应用能力的应用型人才。在实际的践行过程中,还存在教学方法与实际应用不相适应、实践环节过程过于形式化等问题,这需要教师和学生共同努力,另外,还需要加强校内外合作,特别是与金融企业的学习机会,从而为学生提供更接近实际的实践锻炼机会^[6]。

[参考文献]

- [1]刘峻峰,郭菁凝,安沙尔丁·热扎依丁.金融营销学融合仿真模拟实验的教学改革研究[J].对外经贸,2023,(10):131-134.
- [2]杨丽.基于自主学习能力培养的教学模式探究——以《金融营销学》为例[J].内江科技,2020,41(12):148-150.
- [3]刘正喜,吴千惠.翻转课堂视角下大学生自主学习能力的培养[J].现代教育技术,2015,25(11):67-72.
- [4]马秀麟,赵国庆,邬彤.翻转课堂促进大学生自主学习能力发展的实证研究——基于大学计算机公共课的实践[J].中国电化教育,2016,(07):99-106+136.
- [5]教育部.高等学校课程思政建设指导纲要,2020-5-28.
- [6]许莉.围绕应用型人才培养教学模式改革的探索与研究——以《金融营销学》为例[J].时代金融,2019,(32):147-148.

作者简介:

张金霞(1994--)女,汉族,甘肃兰州人,毕业于广东财经大学,硕士,职称中级经济师,研究方向:数字经济。