

新农科建设背景下应用型涉农营销 人才培养创新模式研究

梁龙凤

(贵州师范大学 数字人文学院, 贵州 贵阳 550037)

摘要:应用型涉农营销专业肩负培养技术型人才的重要任务,以支持农业农村经济发展和乡村产业振兴。在国家现代化农业转型、乡村振兴和新农科建设的战略背景下,培养急需的涉农营销人才成为关键问题。产业转型升级影响了农村经济发展和市场需求,也对高校人才培养提出了新的要求。该文探讨了农业产业转型升级对人才培养的影响,分析了新农科建设带来的机遇和挑战,从培养目标、课程体系、教学方法、资源建设和评价改革等方面重构了涉农营销人才培养模式,对新时代应用型人才培育和课程建设的融合发展路径进行了探索。

关键词:新农科建设;应用型本科;涉农营销;人才培养

中图分类号:G642

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2025)02-0069-06

1 引言

习近平总书记指出“要深刻把握发展的阶段性新特征新要求,坚持把做实做强做优实体经济作为主攻方向,一手抓传统产业转型升级,一手抓战略性新兴产业发展壮大”^[1]。农业农村产业转型升级需要提升价值链,适应经济发展和高新技术需求。同时,通过产业化和产业链延伸拓展新业态、新市场。此外,要围绕特色产品和核心企业整合资源,形成具有竞争优势的产业集群和规模品牌效应市场。这些举措将推动农业农村产业实现全面发展和质量提升。2019年,教育部启动以“新农科研究与改革实践项目”为主的新农科建设举措^[2],发布了新农科建设宣言“安吉共识”,提出面向新农业、新乡村、新农民、新生态发展“四个面向”新理念。同年,为深化高等农林教育改革,“北大仓行动”“北京指南”相继启动,与“安吉共识”一道开启了新农科建设三部曲,标志着新农科人才培养进入了内涵建设和质量提升阶段,明确了涉农应用型人才培养的方向。

高校作为连接产业发展与教育改革的重要桥梁,肩负着人才培养和知识创新的双重任务,为农业农村经济社会发展提供人力资源保障与技术保障。在农业产业结构转型升级与数字化经济应用背景下,“如何培养具备农业技术与农村产业技能的应用型一流人才”是应用型院校和专业亟须解决的关键问题^[3]。农科应用型人才培养需从办学定位、培养目标、培养模式、培养方案、课程改革、教育制度创新等方面形成完整方案。完善人才培养体系的关键在于创新培养模式、推动内源性创新意识与外源性创新能力的统一。通过激发学生的主动性、积极性和个性,结合教育教学改革与实践内容创新,提升学生的技术应用能力,以适应农业产业发展需求。这一模式旨在培养具备实践能力和创新思维的高素质应用型人才^[4]。农科应用型人才的培养是在创新融合中提升其能力的过程,这体现在专业课程的交叉融合、产学研融合、政校企融合、知识与技能融合、专业培养与能力提升融合等多个方面。

收稿日期:2023-09-22

基金项目:民进贵州省委乡村振兴项目(22023MJS0004)

作者简介:梁龙凤(1979—),女,贵州人,副教授,博士研究生,主要从事乡村振兴、农村经济管理方面的研究。

本文基于农业农村现代化、国家对新农科紧缺人才培养需求及本科院校转型,探讨在新农科背景下涉农营销人才培养的创新模式。分析新农科建设对人才培养的要求,构建人才培养模式与实施路径,提供应用型涉农营销人才培养的有效实践,为农业企业转型升级提供人才支持与模式参考。

2 新农科建设对涉农营销人才培养的新要求

新农科人才培养聚焦教育价值、能力价值和实用价值,旨在激发学生扎根农村、服务农业的主动性,以知识和技能推动农业现代化。产业升级和消费观念转变为农村市场创造新机遇,人工智能、大数据、5G 技术、物联网等新兴信息技术的广泛应用,对人才培养提出了高技能、高层次的要求。

2.1 以学科交叉培养技术技能型农业产业营销人才

新农科“面向新农业”的理念要求培养能“利用现代科学技术和科学管理方法来改造传统农业”的技术技能复合型人才^[5]。现代农业发展是多学科交叉融合的产物,是将传统的学科交叉和现代化的信息技术、数字化技术、管理技术与传统农科知识融合的过程。农业产业发展不仅受产业布局、自然资源等内在条件的影响,也受市场需求、品牌管理等外在条件的限制,特别是农村产业营销人才匮乏,使我国农业产业发展滞后。农业产业的特殊性要求营销人才不仅要有专业的市场营销知识和技能,更需要对农业产业生产技术、生产过程、储存方式等知识有深入的了解。因此,农业产业营销人才培养不仅要现代化的信息技术、数字化技术应用于传统的市场营销学科知识中,更需要将农业产业生产学科与市场经济管理学科交叉融合,培养多学科交叉的技术技能型农业产业营销人才,以适应农业产业市场结构升级和变革。

2.2 以专业优化培养适用型乡村特色产业营销人才

新农科“面向新乡村”理念要求培养“建设美丽宜人、业兴人和的社会主义新乡村”的特色产业适用型人才。新乡村是以强农村和富农民为目标,强农富农的根本在于“产业兴旺”。乡村产业

发展不仅要促进农业产业融合发展,更要以市场需求为导向,以资源禀赋为基础,推动乡村产业振兴。乡村特色产业是乡村产业发展的重要增长极,是产业兴旺、新乡村建设的优势资源。特色产业发展和产业链的形成受到地域、人文和生态环境的影响,也受价值创造、市场流通、资金技术、客户管理等因素的影响。培养乡村特色产业市场营销人才是促进乡村特色产业市场化和产业化的重中之重。特色产业营销人才的培养需要优化专业和整合课程,形成特色模式和课程体系;要服务于地方经济和国内国际大市场体系,应立足于特色化技术、数字化内容和智能化工艺,将经济管理、市场营销,品牌艺术等进行整合、交叉和优化,构建以市场需求为导向的专业人才培养体系^[6]。

2.3 以课程整合培养懂市场适应型新农民营销人才

新农科“面向新农民”理念要求培养“以农业生产、经营、服务为主要职业的”适应型新农民。新农民懂生产技术、经营管理和社会化服务,不是传统意义上生活在农村地区的“农民”,而是具备一定农业农村知识技能和产业市场能力的高素质农民。高校对新农民的培养不仅要做到规范化、体系化,更应该对现有农民进行急需紧缺人才的职业培训。目前,我国农民的文化程度、技术技能与现代化发展不相适应,会经营、懂市场、能管理的营销人才尤为缺乏。对新农民营销人才培训不仅是简单的营销技能的提升,更应该是营销管理能力的提升。在职业培训课程内容上不仅要涵盖农科营销技术、生产管理技术和农业工程应用技术,还应该包含现代化市场化意识、产品产业培育和企业经营管理知识等文化素养内容的交叉融合,通过模块化职业培训,提升农民整体思维和素养,满足紧缺人才需求。

2.4 以全面创新培养高质量农业农村绿色营销人才

新农科“面向新生态”要求培养具备发展理念、能够开展“可持续的生产方式和消费方式”的高质量实用型人才。新生态的本质在于社会经济发展是循环、低碳、绿色和可持续的,追求人、自然和社会的和谐统一。绿色经济、循环经济、绿色产业和可持续发展成为主流,生态振兴成为乡村振兴的鲜明特色,“绿水青山就是金山银山”的发展理念引领着我国美丽乡村生态文明建设。高质量

绿色营销人才的培养不仅要增强绿色、低碳、循环、生态、环保的发展意识和技能,更要提升管理者在绿色产品经营、绿色过程管理、绿色产业贸易、绿色消费市场开拓的实践能力。培养现代化高质量农业农村绿色营销人才,要对人才培养计划进行重构、专业课程体系进行调整、实践教学体系进行整合,加强课程教材建设管理,将工程技术、经济管理知识、生态环境保护措施、消费者利益等进行有机整合。

3 新农科应用型涉农营销人才培养创新模式的构建

应用型人才培养以提升能力为核心,突破了传统的理论化路径,服务于经济社会发展和区域产业的需求。本文在对新要求分析的基础上构建了“一个核心、四个支撑系统”的创新模式框架,旨在提升涉农营销人才的综合能力和实践应用水平。

3.1 合理的目标价值定位是核心

人才培养目标价值是高校教育的出发点和落脚点。应用型人才培养以能力为核心,以应用为导向,培养社会经济发展所需的创新型、复合型和应用型人才是其价值所在。应用型涉农营销人才培养创新模式的构建应厘清培养目标和价值,将其作为创新模式构建的核心。应用型人才具有多维目标。从教育维度看,人才培养的目标价值是思想教育、知识传递、文化传承和素养提升;从技能维度看,人才培养的目标价值是催生产业兴旺、技术提升和技能增强;从社会维度看,人才培养目标是构建政府、产业、学校等多维创新模式以推动经济社会发展^[7]。新农科应用型涉农营销人才是“知农、爱农、懂市场、会营销”的人才,培养目标定位为:一是农科和营销知识,包含人文和自然素养知识、职业道德和核心价值观、科学知识、经济管理和营销学科理论;二是技术能力和营销技能,包含农业技术、农村产业分析、营销技巧等;三是参与社会实践和专业服务的技能。因此,教育对接社会需求必不可少,人才培养创新开放共享、产学研融合、专业技能服务是主要途径。

3.2 应用型培养体系优化是基础

应用型培养体系涵盖了人才培养目标、内容和方法体系,贯穿人才培养的全过程。随着农业农村现代化产业的转型升级,应用型农科教育人

才培养目标和内容要以社会人才需求为出发点,在专业设置、培养规格、培养目标、培养内容和培养手段上符合社会需求。国家从法律层面规定了应用型人才培养的总体目标、基本内容和一般方法,但对于具有农业农村特色涉农营销人才的培养,必须通过院校的特色培养体系优化来实现,解决“培养什么人、怎样培养人、为谁培养人”的问题。优化专业设置,增设农业产业营销、农村市场营销等“农学+营销”专业,重构人才培养方案,以新农科理念为核心,明确培养目标、机制、模式和要求。优化课程体系,对涉农营销专业素养课程、核心课程、职业课程进行优化,对课程内容进行改革,增加文化课程,加强懂农爱农意识的培养;增加基础知识课程,加强技术技能和基本知识的培养;增加探索性课程,加强探索创新能力的培养。

3.3 适应性教学范式创新是支撑

教学范式是科学性、研究性和实践性的融合体,是教学实践过程中形成的基本学科理念、课程理论和教学基本方法。在新农科建设下,涉农营销人才以兴农强农和农村绿色产业营销为重点,教学范式创新是农科、经济管理教学范式和现代化教学方法的融合体^[8]。在教学内容上整合农业农村学科和营销学科理论教学内容,并将人工智能、气象学、生态学、国际营销、数字营销等时代课程内容进行有机融合。从教学载体上,以课堂知识为载体的教学方式明显不能适应新农科建设需要,在教学过程中以耕读、案例、微课、任务、议题等为载体,推动混合式教学创新。教学方法上,传统课堂教学、现场观摩和讨论已无法满足新农科对学科交叉和扎根大地的需求,可采用课堂知识指导+线上技术传授+现场实践指导相结合的教学方法。教学主体上,传统以教师教学为主体的方式应向以学生个性化学习为主的方式转变,将多学科教师、企业导师、技能师傅等多元主体纳入教学中,实现多元主体教学。

3.4 现代化教育资源建设是前提

现代化的人力、物力和财力等教育资源的匮乏影响了新农科人才培养质量,有必要采取措施加强现代化教育资源建设。一是加强教师资源建设。强化师资能力提升和培训制度,强化专业资格、职业资格审核,加强实践训练和农技教师培育;整合农科、营销或经济管理学科现有教师资源,构建教师共享机制和数字化运行机制;建设涉

农营销云端教师资源库、数字教师资源库和产业教师资源库,实现跨校、跨地区、跨行业、跨产业教师资源共享。二是加强教学资源建设。整合校内原有教学资源,重新编制教学大纲、课程大纲、教材资料;对农科、营销或经济管理原有实训场所进行整合和共享。对校外资源,因其属于不同行业和产业,校外实习实训场所、企业导师、岗位标准等整合重构需要地方政府、管理部门、农村合作社等多部门协同。三是加强平台资源建设。构建开放共享的网络云平台,整合优质新课件、教材、团队、案例及技术等资源,优化平台化管理与共享机制,支持现代化人才培养。

3.5 多维度教育评价改革是保障

教育评价指的是涉农营销人才培养质量评价,是目标和结果的价值判断^[9]。质量是涉农营销学科和专业的核心竞争力。有必要构建高质量评价体系,促进学科、专业人才培养质量,优化教育教学治理体系和治理能力。一是主体重构,将企业行业、农村合作社、教育主管部门、人才使用单位等多元培养主体纳入质量评价的主体。二是标准制定,引入市场、产业机制和企业指标,将人才标准、教育绩效、教学效率、社会反馈、质量控制等市场化评价概念引入人才评价改革实践中。三是方法选择,将管理体系质量认证、质量评估方法引入专业、课程、教学、教师能力、学生学习效果中,由标准制定部门对人才质量、知识体系、技术技能和社会服务进行专业认证。四是数据链接,构建开放质量评价系统,通过技术连接,将各主体评价数据进行数字化整合,引导管理部门、学校、企业、产业、社会、学生进行科学评价,定期向社会公布评价结果。

4 新农科应用型涉农营销人才培养路径

高素质应用型、创新型涉农营销人才是与现代化农业农村产业转型升级和产业兴旺相适应的人才,应从专业设置、资源整合、专业优化、课程创新、协同育人五方面开展实践探索。

4.1 构建人才创新模式,促进知识吸收与能力提升融合

在新农科背景下,随着现代教育改革的不断推进以及社会需求的变化,培养具备既有知识导向又有应用能力的涉农营销人才已成为一项重要任务。为此,促进知识吸收与能力应用的深度融

合,构建多元化的学习平台和能力提升路径。一是加强开放式知识平台建设。构建灵活的线上与线下相结合的学习平台,融合多种教学模式与资源,结合大数据、人工智能等先进技术,提供个性化学习支持。通过在线课程、虚拟课堂等形式打破时间和空间的限制,整合优质资源,形成跨地域、跨学科的学习共同体。通过案例分析、模拟实践等方式,增强学生的实践能力与创新思维,推动理论与实践的深度结合。二是构建系统化的能力培养生态。应建立涵盖知识、技能与素质的全方位培养路径,确保课程内容与行业标准对接,确保教育内容的实用性与前瞻性^[10]。同时,应设置阶梯式的能力模块,逐步培养学生的专业技能,尤其是在解决实际问题方面的能力。注重软实力的提升,特别是在沟通、协作和领导力等方面的能力培养,通过小组合作、项目实践等形式,使学生能够在复杂情境中锻炼并提升应对实际问题的能力。

4.2 整合特色优势资源,促进课程实践与生产实际融合

人才培养服务区域经济,区域产业优势是课程对接生产实践、应用能力培养的重要支撑,充足的资源是基本条件。一是整合产学研资源。高校与营销企业建立产学研合作资源对接,企业在应用型人才培养中分享成功经验,高校负责为企业提供理论知识,明确双方教学和管理权限。二是整合项目研究资源。高校与涉农企业或涉农单位构建“项目研究”培养资源,通过“项目学习—团队组建—项目拟定—项目实施—项目落地”的方式提升学生的职业能力,形成独具特色的创新优势。加强教师、企业、学生的参与和配合,提升学生解决实际问题的能力。三是整合实践场景资源。高校与农业农村企业、合作社、现代营销企业、第三方销售企业建立合作关系,为学生在涉农产品需求营销、兴趣营销、采购营销等场景化实践学习、体验式学习中提供场景资源。

4.3 调整优化专业结构,促进专业技能与综合素养融合

农业农村产业结构调整、技术升级和区域产业发展,对人才培养专业结构提出了新要求。第一,专业重设。对接国家重大战略需求,设置服务农业农村现代化新产业的涉农营销人才培养专业,培养农业农村产业营销人才,通过农科、商科、工科、理科等学科交叉,建设一批具有适应性、引

领性的新农科涉农营销专业,如农业数字化营销、农村新兴产业营销、农村绿色产品营销、农产品智慧营销、农业智能装备营销、农业农村未来营销等专业。第二,专业重构。高校根据区域经济发展需要和自身专业优势,选取现有涉农、营销、经济管理等多个社会服务能力较强的专业作为“龙头”,充分发挥专业优势和辐射效应,进行教育教学资源整合,对专业培养目标、培养规格、培养模式、职业方向进行应用型培养体系重构^[11]。如设置农产品营销、农业战略营销、农村市场营销等专业或职业方向。第三,专业转型。高校主动适应区域农业农村产业结构变化,对现有农科、市场营销、经济管理等社会服务较差的研究型专业进行转型改造,培养农业特色营销人才。对现有营销实践能力较强的产品营销专业进行农科应用转型,将农业农村产品、生产技术、群体需求等融入现有人才培养中。第四,专业升级。对现有研究基础较好的传统农科经济管理、农村区域经济等专业进行升级,将市场营销、销售技巧、客户管理的技能培养融入培养体系中,加强应用知识的培养,对符合“双一流”应用型专业、专业硕士办学定位要求的专业进行升级。

4.4 创新教学课程体系,促进学科交叉与课程优化融合

一是强化课程教学中的交叉+融合。课程设置围绕农业大数据、智慧化农业、智能化农村等新技术与新市场,设置客户大数据分析、营销技术创新应用、营销智能战略战术等课程。教学中,将营销技能与农业产业技术、绿色发展等相融合,增加田野教学、数字化采购、供应链管理等内容,实现师资队伍、课程体系和课堂教学全面升级。二是强化培养过程中的知识+技能。高校单向的理论知识培养显然不能满足市场需求,可将企业经验分享、专家交流、场景教学、产业实践、应用实战等作为双线培养或多线培养的主要方式。三是强化职业发展中的专业+方向。设置农产品营销教学、农村企业治理技术等职业发展方向,建立以“应用为主的”管理制度,让学生自主选择课程、专业方向、学习形式,打破“一专一业”的专业壁垒。

4.5 推动多元协同育人,促进创新创业与市场需求融合

应用型涉农营销人才培养不仅要从学科、专业、课程体系上进行改革与创新,更需要相关主体

之间的协同合作。一是强化管理制度协同。高校要围绕应用型人才培养目标,健全以能力培养为本的制度,包括教学管理制度、跨学科(专业)选修制度、学习效果评价制度、学分认定制度、资源分配制度等。二是强化教学范式协同。撬动农科人才质量革命,打破原有知识体系,以问题为导向,以情景问题、互动交流、合作探索等形成独具特色的创新型农科人才培养新范式,加深学生知识理解、实践应用和技能转移创新。三是强化一体化协同。政府部门、教育主管单位、企业、高校、科研院所等要为实习实践提供场景教学机会,把教学、技术研究与企业 and 市场紧密结合,实现多部门、多维度一体化协同育人,并将区域优质资源转化为育人实践资源,行业特色资源转化为专业特色实践资源,将协同育人转化为研究成果,推动产业发展,企业得到发展后反哺教育,培养更知农爱农的应用型涉农营销人才。

5 结语

在农业农村产业区转型升级、乡村振兴提质增效和新农科高质量建设背景下,应用型涉农营销人才培养不仅要在人才培养的模式体系、方法路径上寻求变革,还需要在平台搭建上下功夫。一是搭建知识学习平台。随着知识体系、教学范式、学习方式的变化,如何构建以高校学科知识为核心的专业知识学习平台和以企业技术支持为核心的学习平台搭建,还需要通过主体参与、学术研究和高校实践等方式来推动。二是搭建技能实践平台。涉农人才培养不仅受地域、季节环境限制,更受技术、资金局限,构建技能网络实践平台成为解决课内实践问题的又一选择。三是搭建成果转化平台。涉农技术技能转化率不高,迫切需要建立新农科技术技能转化机制、流程、内容和标准,加快建设畅通的科技成果转化服务平台成为必然。四是数字化平台。农业农村现代化建设,离不开城市现代化的数字化物流、数字化订单、数字化产品、数字化交通、数字化人才等技术的推动,建立农业农村数字化平台有助于促进产业迅速转型升级。

参考文献:

- [1] 本报评论员.把做实做强做优实体经济作为主攻方向
[N].人民日报,2020-08-24(01).

- [2] 教育部办公厅关于公布新农科研究与改革实践项目的通知[J].中华人民共和国教育部公报,2020(10):32-55.
- [3] 漆新贵. 适合教育:一流应用型人才培养的理论逻辑和实践路径[J].重庆高教研究,2022(5):5-7.
- [4] 李慧敏,冉剑楠. 高校创新人才培养模式的探索与实践[J].产业创新研究,2023(15):184-186.
- [5] 关付新. 农业强国目标下新农科人才培养的定位和特色[J].高等农业教育,2023(3):33-39.
- [6] 任志峰,潘颂汉,宋清溪. 乡村振兴背景下特色产业融合营销发展——以平果市火龙果营销为例[J].传媒论坛,2023(9):57-59.
- [7] 宋齐明. 普及化阶段大学人才培养的价值逻辑:能力话语的盛行及其省思[J].江苏高教,2022(1):66-72.
- [8] 王靖. 大学教学范式的概念内涵与转变框架——基于库恩范式理论的镜鉴[J].中国农业教育,2022(5):79-86.
- [9] 杜明峰. 教育质量评价的科学取向及其伦理反思[J].教育发展研究,2022(6):65-70.
- [10] 王希勤,阎琨,江宇辉. 探索扎根中国、融通中外的大学人才培养模式——清华大学学科布局和人才培养融通战略研究[J].中国高教研究,2022(11):11-20.
- [11] 易国栋,施芸,易淑婷. “新工科+新商科”背景下OBE-CDIO大数据管理与应用专业人才培养模式探索[J].高教学刊,2022(35):173-176.

Research on the Innovative Model of Cultivating Agriculture-related Marketing Talents under the Background of New Agricultural Science Construction

LIANG Longfeng

(School of Digital Humanities, Guizhou Normal University, Guiyang 550037, China)

Abstract: The applied agriculture-related marketing profession shoulders the important task of cultivating technical talents to support the development of agricultural and rural economy and the revitalization of rural industries. In the strategic context of national modernized agricultural transformation, rural revitalization and the construction of new agricultural science, the cultivation of urgently needed agriculture-related marketing talents has become a key issue. Industrial transformation and upgrading affects rural economic development and market demand, and also puts forward new requirements for talent cultivation in colleges and universities. This paper discusses the impact of agricultural industry transformation on talent cultivation, analyzes the opportunities and challenges brought by the construction of new agricultural science, reconstructs the cultivation mode of agriculture-related marketing talents from the aspects of cultivation objectives, curriculum system, teaching methods, resource construction and evaluation reform, and explores the integration and development path of the cultivation of applied talents and curriculum construction in the new era.

Key words: new agricultural science construction; applied undergraduate; agriculture-related marketing; talent cultivation

(责任校对 徐宁)