

基于校企协同的零售学CDIO课程体系构建研究

王丹, 王强

黑龙江工程学院昆仑旅游学院, 黑龙江哈尔滨

摘要: 随着数字化影响的不断加剧, 传统零售业正在向数字化进行转型升级并需要大量新型零售人才。然而高校数字化零售人才培养与行业需求之间存在架构性矛盾, 为解决这一矛盾, 基于校企协同的零售学CDIO课程体系融合创新路径成为研究的必要。本文通过解构CDIO四阶段理论与校企协同育人机制的内在契合性, 构建“企业需求嵌入—双师团队共建—实践平台共享—评价体系共审”的课程体系模型, 有效弥合教育供给与产业需求之间的鸿沟, 为经济管理类专业课程体系改革提供可参考的范式。

关键词: 校企协同; CDIO模式; 零售学; 课程体系; 人才培养

Research on the Construction of Retail CDIO Curriculum System Based on School-Enterprise Collaboration

Dan Wang, Qiang Wang

Kunlun Tourism College, Heilongjiang Institute of Technology, Harbin, Heilongjiang

Abstract: With the increasing impact of digitalization, traditional retail industry is undergoing digital transformation and upgrading, which requires a large number of new retail talents. However, there is an architectural contradiction between the cultivation of digital retail talents in colleges and universities and the industry demand. To solve this contradiction, it is necessary to study the integrated innovation path of retail CDIO curriculum system based on school-enterprise collaboration. By deconstructing the internal consistency between the CDIO four-stage theory and the school-enterprise collaborative education mechanism, this paper constructs a model of curriculum system featuring “enterprise demand embedding, dual-teacher team co-construction, practice platform sharing, and evaluation system joint review”. This model effectively bridges the gap between educational supply and industrial demand, and provides a reference paradigm for the curriculum system reform of economics and management majors.

Keywords: School-enterprise Collaboration; CDIO Model; Retail Science; Curriculum System; Talent Cultivation

* 作者简介: 王丹(1993年-), 女, 讲师。研究方向: 工商管理, 市场营销; 王强(1985年-), 男, 讲师。研究方向: 工商管理, 数字营销。

1 引言

1.1 研究背景

近年来,随着人工智能、大数据等技术的不断发展以及大数据等技术在零售行业的不断深度应用,整个零售行业呈现出了新零售生态,线上与线下相融合,实体虚拟并存共生,对于既掌握零售基础理论知识,又可以掌握全渠道运营模式、同时又具备相关消费数据分析能力的复合型人才的需求呈现突飞猛进的趋势。然而,反观我国高校传统零售学课程,其在课程内容上、实践教学环节上以及在课程评价体系环节等课程体系设置上与新零售人才需求存在脱节,这些问题最终导致了我国高校毕业生在零售领域就业容易,但与岗位适配较难,“就业易、适配难”成为当下的普遍现象[1]。高校数字化零售人才培养与行业需求之间存在较严重的架构性矛盾。

CDIO模式,注重学生以主动的、实践的以及课程之间进行有机联系的方式进行学习并获得能力,强调“在做中学”,其核心理念与思想吻合了以“实战为导向”的零售行业人才需求。进行校企协同,可以将学校教育与企业需求相连接,通过提供真实的岗位场景与企业相关资源的支持助力CDIO模式的落地。因此,通过研究CDIO模式与校企协同相融合的课程体系改革,可以解决当下新零售人才培养问题,打破零售行业人才需求缺口困境,促进新零售行业的数字化转型与升级。

1.2 研究意义

通过基于校企协同的零售学CDIO课程体系融合创新研究,在理论意义层面上,可以打破CDIO模式的应用局限,不仅在工程教育领域可以应用,在经济管理教育领域以及更多的其他领域都可以去运用,丰富产业教育相融合的理论内涵。在实践意义层面,本研究通过选取应用型本科院校课程进行改革,探索出可以实际操作的课程体系重构方法,可以为本科院校零售学课程体系改革提供借鉴与参考,帮助解决零售行业尤其是新零售行业“用工荒”以及高校相关毕业生“就业难”的困境。

1.3 国内外研究现状

在国外研究中,国外对于CDIO模式与课程体系相融合的探索较早。Andersson等学者(2015)指出瑞典查尔姆斯理工大学将CDIO模式融合到商业管理类相关课程当中,学生积极参与企业的真实零售项目,运用零售学相关理论知识为项目制定科学且详细的方案,并亲自参与到零售店铺中去,真正做到了“真题真做”,大大提高了高校学生对零售学知识与技能的融合运用[2]。Brown和Smith(2018)指出美国俄亥俄州立大学通过校企共建零售实验室将CDIO模式的四个阶段运用到课程设计中,学生在实验室中运用企业提供的真实销售数据以及零售机器设备进行零售企业运营全过程的模拟,全方位综合提高学生的知识运用能力以及处理实际问题的实践能力[3]。

顾佩华等(2008)从汕头大学工学院的工程教育人才培养改革为出发点,提出EIP-CDIO工程教育理念,结合具有实践性和探索性的实践项目,安排科学的课程进行人才培养模式改革。此后,国内众多学者开始研究CDIO模式在商科专业的应用[4]。俞博文(2024),以品类管理课程为例,进行了应用型高校在新零售课程中的校企协同教学改革研究,指出学校教学中要引入企业真实的实践项目,锻炼和增强学生的数据分析能力以及供应链管理等核心能力,以适应新零售岗位需求[5]。国内主要聚焦于对CDIO模式的本土化应用研究,对于零售学课程体系中CDIO模式的研究相对不足,同时在融合机制方面也缺乏严谨、科学且可量化的研究方法进行课程体系创新效果的验证。本研究可以填补这一空白。

2 相关概念和理论基础

2.1 CDIO模式的内涵

CDIO模式由美国麻省理工学院和瑞典皇家工学院等四所高校于2000年提出,CDIO分别代表构思(Conceive)、设计(Design)、实现(Implement)、运作(Operate)。CDIO模式的是以产品、过程和系统的构思、设计以及实施与运行

的全生命周期为背景的教育理念，依照CDIO教学大纲和标准，让学生主动地参与到项目中去，在项目中整合理论知识模块，在真实场景中锻炼实践能力，用多种方式进行教学评价，将理论学习、实践操作、创新应用融合到一起进行一体化教学，提升学生的科学技术知识、交流和团队协作能力、终身学习能力以及在社会和企业环境中建造系统的能力。

2.2 校企协同的理论支撑

共生理论与资源依赖理论是校企协同育人的主要理论支撑。共生理论，是1879年德国生物学家德贝里提出，最初是用于解释生物体间的互惠关系，比如蜜蜂与花朵。20世纪后延伸到社会科学领域，进行经济组织与社会治理等复杂系统的协同机制分析。资源依赖理论指出一个组织最重要的存活目标就是要尽可能地想办法降低对外部关键资源供给者的依赖，并且要寻找到一个可以影响供给组织，并能使关键的资源可以稳定掌握的方法。

校企协同育人基于这两个理论，关注高校与企业之间进行资源互补共建育人共同体。高校可以提供科学的人才培养体系与科研资源，企业可以提供真实的实践场景、岗位标准与技术资源，校企双方以培养符合行业需求的专业人才为共同目标，共同参与到教学环节当中，并实现共享人才输出与创新成果，最终形成教育链、产业链与人才链的闭环衔接。

3 传统零售学课程体系的结构性缺陷

本研究通过对国内20所高校零售学课程教学大纲的文本分析以及对多家零售企业进行访谈调研，发现传统零售课程体系主要存在以下三大矛盾。

3.1 课程内容滞后性与行业动态性之间存在矛盾

经过对国内多所高校零售学教学大纲的文本分析发现，大多数高校零售学课程核心内容仍以超市、百货等传统零售业为主，其对即时零售、社区团购、直播电商等新零售业态的覆盖率不到30%，覆盖率严重不足。同时，通过对零售企业的访谈发现，学生对“OMO全渠道运营”“私域流量运营”

等新兴领域的认知薄弱，不能适应新零售新业态下的相关工作岗位。由此可以看出，高校零售学课程内容存在滞后性，与新零售行业的动态性存在结构性矛盾。

3.2 课程模拟实践与企业真实场景之间存在矛盾

我国国内高校零售学课程大多数进行的是校内实训，校内实训主要依赖“零售通”等模拟软件。学生通过实训模拟软件进行虚拟操作，且主要是订货和库存管理这两个方面进行虚拟操作，缺乏企业真实的数据资料以及应对客户突发的投诉、实时促销策略的处理与实施。模拟实践脱离真实的企业场景，学生的知识运用能力以及处理实际问题的实践能力不能够很好地得到提高，导致学生在进入新零售行业进行实习或者工作时的适应期平均超过三个月，适应期较长，严重影响企业的生产效率。

3.3 课程单一评价与多元能力之间存在矛盾

我国高校零售学课程评价大多主要以期末考试和课程报告为主，课程评价单一，占比达到了80%以上，不管是课程报告还是期末笔试都是仅存于理论层面的考核，缺少对学生跨部门协作能力、数据分析与决策等零售岗位核心多元能力与素养的有效评估。在企业的招聘中，经常出现学生的课程成绩优秀但实际的实践能力低效的不良现象，学生的实践能力与岗位需求匹配度低。

4 基于校企协同的零售学CDIO课程体系构建

4.1 校企协同CDIO课程体系的改革逻辑

基于上文对传统零售课程体系主要矛盾与问题的分析，零售学课程体系的构建需要遵循以岗位需求为导向，在教学过程中实现校企合作与融合，培养学生“兼具理论与实践”的多元综合能力。

首先，在需求导向方面，要以零售企业真实的岗位能力模型为起点，根据企业岗位需求制定课程目标，以实现教育供给直接对接产业的需求；

其次，在教学过程中，将CDIO“构思、设

计、实现、运作”四阶段与校企协同环节进行深度捆绑,企业参与学生实践项目的设计并提供相应的数据、设备等实践资源,实现教学过程的深度融合[6]。

最后,通过以岗位需求为导向,在教学过程中进行校企合作的深度融合,学生可以讲理论学习与真实实践结合起来,用理论指导实践,在实践中检验和发展理论[7],构建“认知——实践——创新”的能力培养体系链条,实现学生多元能力直接适配岗位的无缝衔接效果,并通过企业评价反哺课程体系优化,形成动态的改进机制。

4.2 校企协同CDIO课程体系构建

零售学课程体系以“校企协同”为纵轴,以CDIO的四个阶段为横轴,构建“四维三层”的融合模型。“四维”即CDIO的构思、设计、实现、运作四个阶段,“三层”即企业、高校、学生三大主体之间的协同互动,最终形成以企业需求为导向、课程体系转化、人才能力输出的完整链条。

4.2.1 构思阶段:企业参与需求解构与课程目标设定

设定课程目标,我们首先需要明确岗位的能力需求。本研究联合盒马鲜生、永辉超市等企业的人力资源总监,运用DACUM法获取包括门店经理、运营主管、销售专员等零售岗位所需的四大能力维度以及八项核心能力,最终形成“零售岗位能力矩阵”,如表1所示。

表1. 零售岗位能力矩阵表

能力维度	关键能力项	企业权重占比
数据决策	销售数据分析、库存预警模型构建	32%
场景运营	全渠道促销设计、客群精准触达	28%
团队协作	跨部门资源协调、突发问题处理	22%
创新思维	业态模式优化、成本控制方案设计	18%

基于“零售岗位能力矩阵”,可以将零售学课程目标分解成三级:基础层,主要是掌握零售的基本理论知识;进阶层,学生参与并完成实践项目;创新层,解决企业的实际问题。

4.2.2 设计阶段:校企共建课程内容

传统的零售学课程以零售史、业态分布以及管

理策略等理论教学内容为主,为打破传统的线性章节教学,我们需要构建新的三维内容体系进行课程模块重构。

首先是理论模块,占总内容体系的30%,主要涵盖“零售学数字化转型”以及“消费者行为洞察”等核心理论知识,并在课程内容中融入当下真实的企业案例,比如瑞幸咖啡的私域流量运营等,丰富教学内容;其次是项目模块,占比总内容体系的40%,引入企业真实项目,设计“社区生鲜店新店开业筹备”、“电商大促全渠道联动”等6个跨学期项目,在每个项目中要包含市场调研、方案设计以及资源整合等多个子任务。最后是企业定制化模块,占总课程内容体系的30%,在这一模块,可以由合作的零售企业开发特色课程,比如“永辉超市线上线下一体化运营”、“京东到家即时配送优化”等,由企业导师每月至少两次进学入校进行专业授课。

除了课程模块重构,学校和企业可以联合进行教材资源的开发,如可以编写《新零售CDIO项目实战指南》,可以收录多家企业真实的案例以及8套项目模板和相关数字化工具教程。

4.2.3 实现阶段:双平台支撑项目落地

在实现阶段,主要是通过建立校内和校外两个实践平台来支撑项目的落地,并进行学生实践能力的训练与提升。

在校内建立实训平台,建设新零售智慧实验室,并配置全渠道模拟区、数据决策区、直播运营区三个主要的功能区。在全渠道模拟区,学生可进行线上小程序下单以及线下门店自提的全流程操作,并可实时查看库存联动数据;在数据决策区,引入企业脱敏销售数据,让学生通过Python等数据分析工具分析“促销活动ROI”、“客户流失预警”等问题;在直播运营区,通过配备专业的直播设备以及企业提供选品以及专业的话术指导,模拟门店直播带货的场景。

在校外建立实践平台,通过建立“企业项目池”的方式,学生进行分组并认领实践项目。对于短期的项目,一般时间为两周左右,学生可参与执

行超市的周末或者节假日的促销活动，负责客群引流以及效果的统计；对于中期项目，时间一般为1个月左右，学生可为连锁便利店策划会员日活动方案并进行方案的落地与验证；对于长期项目，时间一般为一个学期，学生可以深度参与到企业的“新门店选址调研”等工作中，并提交包括门店所在商圈的环境分析以及投资回报的预测等内容的报告。

4.2.4 运作阶段：多元评价驱动课程体系持续优化

在运作阶段，主要进行“三维度五主体”的多元评价体系构建，驱动零售课程体系的持续优化。

“三维度”是指课程评价上要包括过程性评价（40%）、成果性评价（30%）以及发展性评价（30%）三个维度。过程性评价主要包括项目日志以及企业考勤，成果性评价主要包括制定方案的质量以及方案的实施效果，发展性评价主要包括学生提出的创新建议以及所获得的能力提升等。“五主体”是指校内教师、企业导师、学生小组、消费者以及行业协会五个主体。作为校内教师主要是对学生关于零售理论知识的掌握情况进行考查，企业导师负责学生实践表现的考查，学生小组进行学生协作时的贡献评价，消费者反馈学生的服务水平与质量，行业协会进行学生技能的认证，通过多主体对学生知识与技能进行全方位评价。

“三维度五主体”的多元评价结果将用于动态优化课程，比如，如果企业反馈学生数据可视化能力不足，则在课程中增加Tableau模块的操作训练；如果消费者评价中反映出促销方案缺乏场景化，则强化学生对“客户群体画像精准营销”模块的训练等。

5 结论

通过以岗位需求为导向进行课程的设置、实践与评价，构建校企协同的零售学CDIO课程体系，可以有效解决传统课程中的“学用脱节”问题，企

业参与到CDIO的各个阶段，为课程提供真实的场景与数据、设备等资源，是体系落地的关键保障。通过构建校企协同的零售学CDIO课程体系，可以显著提升学生的岗位适配度以及行业的认可度，为零售人才的培养提供有效路径。本研究主要是基于理论层面的研究，缺乏对体系的实践验证，未来可结合具体的高校进行零售学CDIO课程体系的实施与检验，并探索不同类型高校的适配性。

致谢

本文由课题项目：黑龙江工程学院昆仑旅游学院2023年学校一般项目《基于CDIO模式下“理论+实践+岗位技能”三位一体的市场营销专业人才培养实践研究-以零售学为例（JY2023-16）资助。

参考文献

- [1] 袁党梅.新商科视角下《零售学》课程教学改革探讨[J]. 产业与科技论坛, 2023, 22(12): 171-172.
- [2] Andersson, P., & Svensson, G. Integrating CDIO in business management education: A case study.[J]. Journal of Engineering Education, 2015, 104 (2), 234 - 250.
- [3] Brown, A., & Smith, J. Reforming retail curriculum through CDIO-based laboratory learning.[J]. International Journal of Retail & Distribution Management, 2018, 46(5), 567-585.
- [4] 佩华, 沈民奋, 李升平等. 从CDIO到EIP-CDIO——汕头大学工程教育与人才培养模式探索[J]. 高等工程教育研究, 2008, (1): 12-20.
- [5] 俞博文.应用型高校新零售专业课程校企协同教学的改革实践——以品类管理课程为例[J]. 创新创业理论研究与实践, 2024, 7(16): 58-60.
- [6] 刘浏.基于CDIO模式的高职院校市场营销专业人才培养模式[J]. 教育教学论坛, 2023, (30): 165-168.
- [7] 赖莎莉.职业教育下校企合作协同育人的路径创新研究[J]. 黑龙江教师发展学院学报, 2025, 44(05): 100-104.

