

# 品牌传播视域下的品牌教学管理探究\*

王 慧

(南京传媒学院 江苏南京 211100)

**摘要:** 随着社会经济的高速发展以及城市化建设的持续深入, 社会已经进入了全新的发展阶段中, 这也为群众日常生活水平的提升起到了良好的促进作用, 而在这种群众消费水平逐步提升的背景下, 品牌传播已经成为目前消费社会当中的主流。而在教育领域当中, 同样可以将教学管理当作一种品牌进行更加全面的完善优化, 这就需要充分结合实际情况来探索品牌教学管理的具体措施, 以此来实现教学管理效率与管理质量的稳步提升。因此, 文章首先对品牌传播与品牌教学管理加以基本概述; 其次, 对品牌教学管理所具备的重要性与存在的问题展开深入分析; 在此基础上, 提出品牌传播视域下品牌教学管理的改革优化措施。

**关键词:** 品牌传播视域 品牌教学管理 改革措施

**中图分类号:** G642.0 **文献标识码:** A

**DOI:** 10.12218/j.issn.2095-4743.2022.28.091

教学管理在本质上属于高等教育当中的重要组成部分, 而一个高校内部的教学管理, 不仅与学校各类教学活动开展有着十分紧密的联系, 这也使得教学管理成了学校的某一种品牌, 在教学管理阶段中所体现出来的教风以及学风, 通常都与学校的品牌以及口碑之间有着十分紧密的联系。特别是在现代化传媒技术高速发展的进程中, 群众对于学校所进行的评价, 往往都与教学管理的口碑有着十分紧密的联系。简单来说, 在以人为本原则的影响下, 教学管理的本质已经成为对于人的管理, 而这种对人所进行的管理, 主要囊括了对于教师以及学生进行管理这两方面内容, 也是高等教学行业在目前发展阶段中需要解决的主要问题。因此, 为了更好地促进高等教育教学管理的稳步发展, 就要在探索品牌传播视域的角度下, 实现高等教育教学管理的创新发展, 以此来更好地促进教学管理水平与管理层次的稳步提升。

## 一、品牌传播与品牌教学管理的基本概述

品牌的主要作用, 就是用来对不同生产者所生产出来的产品进行区分, 还有部分学者认为, 品牌主要就是向产品的购买人员隐含产品质量以及统一性的一种保证。除此之外, 购买人员对于产品的生产商并没有产生更加清晰的认知。而最重要的在于, 品牌能够更加准确地将生产商所制造出来的产品, 与另一个生产商开发的产品进行区分, 而在品牌概念被广泛使用的背景下, 消费者自身的感受也得到了重点关注。品牌在本质上所起到的作用, 就是有效消除消费者对于产品产生的质疑, 提高对于产品的信任感。同时, 这种品牌概念

对于教学管理来说也起到了十分显著的启示作用。简单来说, 教学管理工作中可以通过科学合理的教学手段, 构建出一种更加强化的品牌效力, 使其能成为一种具备着激励性的管理机制, 这样不仅可以构建出完善的教师品牌, 还可以进一步发展为教学管理的基本理念以及执行原则。而在结合学校实际教学管理情况的基础上, 应当以品牌理念为基础来完善品牌教学管理模式, 并且品牌教学管理, 主要就是在品牌传播的基础上, 将教学管理工作当作一种品牌进行运营, 这样不仅能够将教学管理工作当作实际教学阶段中的附庸, 还可以将教学管理单独看作一种对象加以运作, 使其所具备的功能能够更好地体现在服务教学以及管理等多方面内容上, 对教学起到良好的激励作用, 甚至成为高等教育管理工作当中的主要特色。<sup>[1]</sup>

## 二、品牌教学管理所具备的重要性与存在的问题

### (一) 品牌教学管理的重要性

品牌教学管理有着十分重要的意义, 其不仅能够有效提升高校内部师生的忠诚度, 也有利于高校品牌后续的传播发展。

#### 1. 品牌教学管理能够促进师生忠诚度的提升

一个学校为了更好地实现长期发展, 就必须重点提升教师以及学生对于学校的认可程度, 而这种认可度在本质上所指的就是学校的品牌, 而教学管理处理所指的就是对教师与学生的关系进行处理, 并且与教师和学生之间有着十分紧密的联系。由此可以看出, 教学管理会影响到师生对于学校

\*基金项目: 国家社科基金课题, 课题名称: “中国图像传播史研究” 课题编号: (20BXW053)。

的认同程度，也会对后续师生忠诚度的提升产生影响，而通过品牌教学管理工作，就可以大幅度降低实际管理工作开展进程中存在的各类束缚成分，以此来充分激发出师生自身的能动性。通过这种管理方式不仅能做到以人为本，还要将教学目标转变为提升教学质量以及完善教学流程等方面，促进教学效果的完善优化。这种方式不仅可以进一步整合学校内部的教学力量，还能够构建出一种目标性的管理模式，使得教师与学生能够充分意识到教学管理的主要目标以及具体方式，充分发挥出学生自身的潜力，提升师生对于学校的认可度。<sup>[2]</sup>

## 2. 品牌教学管理有利于学校的品牌传播

教学管理在多年来的发展进程中，其主要就是学校教学过程当中的某一个工作环节，尽管其较为重要，但却很少会对教学管理的品牌化运作展开深入研究。而站在实际情况的角度上来看，学校在构建学术品牌的过程中，同样可以将教学管理当作一种品牌进行运作。特别是在招生阶段以及人员招聘过程中，通过优异的教学管理氛围，能够有效提升学校内部的向心力，这也使得品牌教学管理成为学校以内传外的一种内容，能够更好地在社会中传递学校品牌。

### （二）品牌教学管理中存在的问题

站在品牌传播的角度上来看，探索品牌教学管理工作有着十分重要的意义，这对于目前高等教育教学管理工作的发展也发挥了显著的指导作用。然而，尽管品牌教学管理有着较为显著的优势，但在实际操作阶段中，其内部仍旧存在着一些较为显著的问题，主要体现在以下几方面内容上。

#### 1. 学生自由选课

在品牌教学管理工作当中，学生的自由选课会导致专业不断弱化，特别是在目前的社会发展进程中，国内一部分高校还没有真正开设大通识课程，这也使得教学管理工作的发展进程中，如何更加高效地进行管理，以及学生公选课与教师开课的管理，成了影响品牌教学管理效率以及管理质量的关键内容。

#### 2. 师资问题

在构建品牌教学管理的实际阶段中，师资质量已经成为其中的主要影响指标。一方面，由于我国各类固有体制所带来的限制，比如事业编制等因素，都会对学校的教师聘任产生一定程度的限制；另一方面，部分学校还存在着历史遗留问题，这就导致大多数高校在师资力量方面呈现出了一种多余又短缺的状态，多余的教师人员以及短缺的教师人才，已经成了影响高校品牌教学管理工作顺利开展的主要矛盾，必

须要对师资问题进行重点关注。

#### 3. 精细化管理模式

在教学管理工作的实际开展进程中，其内部所采用的主要为精细化的管理方式，特别是在教师的教学内容以及大纲要求等方面，更是提出了更加严格的要求，这就导致部分教师很难适应这种状态，这也是学校改革发展进程中需要面临的主要问题。必须要在后续的实施阶段中，引导教师更好地体会到精细化管理所具备的意义，确保教师自身的主观能动性可以更好地发挥出来，以此来更好地解决精细化管理模式中存在的各类问题。<sup>[3]</sup>

### 三、品牌传播视域下品牌教学管理的改革措施

#### （一）规范课程提纲以及课程需求，稳步提升品牌实力

品牌传播的主要目的，就在于产品的自我打造，这就需要以教学作为根本所在，进一步实现全面的教学管理。而在消费者进行品牌消费的实际过程中，应当优先对品牌或是产品产生更加深入的了解。站在实际教学的角度上来看，课程要求以及课程提纲是学生了解教学内容的主要措施，这就需要在全校自由选课的基础内容上对课程提纲进行规范，在细化课程要求的基础上，更好地促进品牌的高效传播。而尽管学生的课程提纲属于对教师教学所提出的基本要求，并且成了某种规范性内容，但我国目前仍旧有不少学校对于品牌教学管理工作不够重视，特别是那些缺少全校性选课的高校，虽然其中也拥有教学大纲，但大纲内容方面过于简单，甚至不需要任课教师提供，与任课教师的教学内容之间也没有进行实质性的联系，学生在后续进行选课的过程中，也并不会查看这些信息，这就导致品牌教学管理并没有有效发挥出自身的实际作用。由此可以看出，目前国内的高校教学服务市场，其存在着一种不规范的现象，教师在担任某一门课程的教学工作过后，没有向监管部门以及消费者说明服务的具体内容，而学生作为消费者，其在上课前以及选课时对于教学内容方面所进行的安排一无所知，其收到的信息仅仅只是所学的是什么课程，以及所用的为什么教材，直到学期结束过后才可以大概明确整体内容，整体消费过程呈现出一种“不明不白”的状态。而引发这种问题出现的主要原因，就在于课程的聘任合同不够完整，除却基本的聘任书之外，并没有对其他方面的内容进行规定。所以，在教学管理工作当中，就应当要求教师在接受教学任务后，在正式上课前编制出更加详细的课程提纲，还要将课程提纲公布在互联网当中，让学生提前明确课程内容，而后还要将课程提纲以及课程内容引入到对应的考核机制中。并且学校方面也要制定出统一化

的课程提纲,在设计中囊括各类具体要求,比如课程教材、阅读材料以及课程目标等,在学生正式上课之前就为其提供更加完整的课程教学提纲,最大限度地降低信息不对称问题的发生概率。还要在此基础上对每一项工作的落实情况进行评估,这样不仅可以引导学生进行事前预计,还要做好相应的准备工作,逐步降低整体执行成本。同时,监督管理工作部门也要随时进行抽查,在学期结束之前根据教学提纲加以考核,这时学生评教内容中,就可以帮助学生更好地判断教学方式以及教学内容,明确其是否符合对应的教学提纲,以此来实现供需双方的有效互动。<sup>[4]</sup>

## (二)及时引进各类先进素材,为品牌的传播提供助力

在品牌建设过程中,另一个关键内容就在于找寻出合适的方式与途径,以此来实现品牌的高效建设。而一个品牌的构建,最重要的就在于如果运用市场当中存在的各类要素进行高效管理,这也是品牌传播阶段中需要解决的主要问题。而站在教学管理工作的角度上来看,教材的选择会对教师品牌的构建起到直接影响,在教材中可以将教育领域中最新的研究成果与教学内容联结在一起,以此来更好地体现出品牌传播的主要特点。同时,优异的教材也有利于帮助学生掌握学科中的基本内容以及前沿知识,还可以有效激发出学生自身的学习兴趣,逐步引导学生努力学习,这样可以促进教师教学水平的稳步提升。而如果教材质量较差,就会起到反效果,不仅会误导学生,还会降低学生自身的学习兴趣。而目前大多数高校在选择教材的实际过程中,基本上都是由任课教师制定内容,整体随意性比较高,特别是在缺少相关配套措施的情况下,教师并不会选择那些内容丰富或是难度比较高的优秀教材。因此,必须要在条件允许的情况下,鼓励教师采用一流教材,对于部分关键课程还要指定所用的教材,以此来为教学水平以及教学质量的提升创建出更加优异的条件。而在具体的操作方面,就应当由学术专家来构建出专业的教学小组,针对国内与国外的最新成果来展开总结,并建设出完善的教材库。教材库的使用能够为教师提供更多的自主权,更好地发挥教师自身的主观能动性。

## (三)自由选课与品牌解放,打造出优异的品牌传播条件

在品牌传播的实际过程中,消费者必须要进行自由的自我选择,这也是品牌传播过程中的主要因素,对于教学管理工作的开展也带来了全新的启示。而在构建教师品牌的过程中,不仅需要将学生作为消费者,还要为其提供对应的权利,

学生自身有权选择那些自己需要学习的课程与内容,这也是品牌传播的主要条件。而教师在开课阶段中,也经常会出现是否有人选课以及学生有意见等多种情况,这就需要教师进一步改变自身的教学方式,提高教学技能水平,教师也要根据自身的研究兴趣来开设对应的课程内容,将最大的热情投入到教学过程当中,促进教师教学能力与科研能力的稳步提升。而自由选课属于高等教育当中的主要环节,目前我国大部分高校中也都实施了自由选课,尽管其在管理与运作方面出现了混乱,但站在长远的角度上来看,其对于教师与学生的发展都起到了良好的促进作用。在品牌教学管理理念的影响下,更需要做好顶层设计,无论是在设定专业还是人才引进等方面,都需要进行科学合理的运作,这种运作也要基于高校目前的资源能力以及办学特点上逐步实现。所以,高校必须要突破传统管理理念带来的限制,重视教师与学生的创造性,通过教学管理的改革来激发教师与学生的活力。<sup>[5]</sup>

## 结语

综上所述,为了更好地促进高校的可持续发展,必须要提高对于品牌教学管理的重视程度,通过品牌教学管理的方式来促进教学管理效率与管理质量的稳步提升。在充分激发出教师主观能动性的同时,为学生后续的学习发展奠定坚实基础,稳步提高高校在社会中的口碑,起到更加优异的品牌效应。

## 参考文献

- [1]陶建华.品牌传播视域下的《管理学原理》精品课程建设探析[J].品牌研究,2020(8):106-107.
- [2]冯俊.思维导图在品牌管理教学中的应用[J].西部素质教育,2018,4(9):137-138.
- [3]刘珍玉.高职商务管理专业品牌化建设路径探究——以江苏联合职业技术学院徐州财经分院为例[J].江苏教育(职业教育版),2018(1):65-68.
- [4]张婉怡.“品牌管理”课程思政教学改革的多维探索[J].赢未来,2020(7):116,118.
- [5]田依林.面向应用型人才培养需求的项目模块化教学探究——以《品牌管理》课程为例[J].现代商贸工业,2021,42(18):68-69.

## 作者简介

王慧(1986.12—),女,汉族,籍贯:江苏连云港,博士,讲师,从事中韩翻译、韩语语言学教育、时尚传播等研究。