

良好的课程体系对于学生水平的提高和个人综合性的发展具有十分重要的意义。但是现阶段我国高职院校在大商科课程体系的构建上还存在一定的问题和缺陷,很多学校在对教育资源的分配上也没有展现出对大商科的重视。

#### 4. 自媒体时代高职大商科专业与网络营销模式的发展研究

##### 4.1 将网络营销模式加入高职大商科专业

随着自媒体时代的开启,网络营销模式越来越展现出强大的潜力与发展前景,作为新时代的新兴营销模式,网络营销模式具有相当的优势和发展潜能。而在高职大商科专业中加入网络营销模式,能够让学生更快的追赶潮流,拓宽自身的知识层面和发展空间,对于高职院校来说,网络营销模式加入高职大商科专业的教学中,能够有效促进自身教育思路的拓展与教学体系的完善,对于高职院校的全面发展具有积极意义。

##### 4.2 利用网络营销模式拓展高职大商科专业的教育思路

网络营销模式能够利用网红效益创造如此高的经济收益和社会影响力,绝非偶然,这其中的营销方法、商业途径、策划运营知识都是优秀的实践知识,将这些知识融入高职大商科专业的教育中,可以有效拓展大商科专业的教育思路,从多维度、多层次对高职学生进行教学,促进学生接触到新颖有效的商业运作方法和营销模式,培养学生的实践能力和对商业信息的敏感度。总而言之,将网络营销模式运用于高职院校大商科的教学中,对于学生实践能力的培养和商业素质的提高都是有积极作用的。

##### 4.3 利用网络营销模式拓展高职大商科专业的实践途径

现阶段,高职院校的大商科专业教育最大问题就是没有有效的实践途径,由于高职院校碍于资金和教师教学资源限制,导致很多学生的大商科专业教育仅限于理论知识教育学习,实践内容相对较少甚至没有。而网络营销模式因其价格低廉、操作相对简单方便的特性,非常适合于学生的时间练手,这对于学生将学习内容融

入实践操作中具有十分重要的作用;另一方面,高职院校还可以通过网络营销模式的大商科专业实践活动促进教师的发展,培养双师型教师的提高,这对于教师、学生、高职院校的发展都是有积极影响和作用的。

#### 4.4 利用网络营销模式完善高职大商科专业的人才培养模式

由于大商科这一学科和概念发展较晚,所以高职院校的大商科教学方面还是存在一定的缺陷和不足。由此可以利用网络营销模式进行丰富和完善,因为现阶段的网络营销模式已经形成一个庞大的产业链,本身已经趋于成熟,而网络营销模式中的诸多理论和实践操作都可以用于大商科专业的教育中,所以,高职院校可以融合网络营销模式中合适的部分,以此补充尚不完善的高职大商科专业教育体系,这样不但有利于后续教学活动的完善,更可以减少高职院校的开支,可以供高职院校将资金用到实践环节和师资队伍的建设,更进一步促进高职大商科专业教育体系的完善。

#### 结语

综上所述,网络营销模式在自媒体快速发展的时代和大商业背景下具有相当大的发展潜力和发展前景,是未来商业环境必不可少的重要发展模式,而目前的高职院校大商科专业课还因为发展时间较短存在诸多问题。由此,就可以将网络营销模式与大商科专业相结合,共同发展,促进大商科专业的体系完善和教育思路拓展,更能在未来为网络营销模式提供更多的相关人才,以此形成良性循环,促进共同发展。

#### 参考文献

- [1] 耿倪帅,解学芳.注意力经济时代网络营销模式的发展[J].青年记者,2020(14):104-105.
- [2] 余娟娟.新媒体营销背景下的网红直播电商模式探析[J].电子商务,2020(05):11-12.

## 税率政策变动中的高校税法基础教学方法研究

李松岳

(北京邮电大学世纪学院北京市延庆区 北京 102101)

**[摘要]**税法基础作为经济管理类专业,高等院校教育学科的学科基础课程,贯穿学科基础至深入,尤其对于财务管理及财政学方向,税法的学习更为详细及复杂。在2018年至今,随着国际局势的变动,国内刺激内需的需要,以增值税为例,税率已多次变动,这就需要高校教师对政策变动灵活敏锐,并在课堂中充分带入目前的最新政策要求,更好的使学生了解并运用。本论文侧重税法基础教学的方法多样性研究,基于作者在北京邮电大学世纪学院的教学工作总结研究,内容分析多有不足,请各位教师同行多多批评指正。

**[关键词]**税法基础;税率;高校

### 一、探寻税率变动的深层原因并延展

(一)在课前准备中,教师要尽可能的找到税率下降的深层原因及影响。学生在书本中直接了解到的是表及不同税种的税率,在备课阶段可以丰富税率背后的关联影响,以增值税为例,目前为13%-9%-6%的比率税率,税率从“营改增”的21%降至13%,为纳税人在一定程度上减轻了流转的负担,重点扶植的产业也可以从税率的角度有所体现。

(二)不同税种间的变化与关联。税率的变动不仅仅是单一的税种,并且在税法基础中的案例分析也大多是不同税种的计算分析,学生面对这类综合题都会有一定的畏难情绪,教师在备课中可以进行关联讲解,以增值税、消费税为例:大部分企业会涉及增值税业务,但我国目前消费税为15大类,也就说明并不是所有的企业都具有消费税的业务,那增值税与消费税的关联在于同属于流转税的范畴,并且消费税存在从价从量的复合计征,而增值税多为单一的从价计征。以此举例可以使企业初步了解,在脑海中植入一个印象,在之后的讲解可以更好的关联记忆。

### 二、多维度的进行教学讲解

(一)教学工具的多元化。在税法的课堂教育教学中,教师要多运用线上线下的教学软件,对于税率记忆比较难的部分可多采用线上客观题快速作答的方式,比较容易混淆的税率部分,可以采用多选题或线上抽签随机提问的形式。在讲授一些税法关键问题不仅仅可以引用图片,也可以添加税法方面的知识小视频,目前的学生们对于碎片化的学习更为喜爱。运用不同的教学工具不仅可以更好的调动课堂氛围,也可以使同学们更好的融入税法教学,找寻学生课堂的主动性。

(二)注重税率变动的实用性。在税法教学过程中陆续发现,一些同学已经注册公司或对创业有自己的想法,教师可以从税法的角度给予同学们建议,不仅仅对同学的课堂学习,更对未来的职场生涯有一定的影响。以企业所得税为例:同学们注册公司后,要明确本企业是一般纳税人还是小规模纳税人,在一般情况下,一般纳税人使用税率、小规模纳税人使用征收率来做计算,同时,税率的变动会影响企业的资金流向并且在扣除上也有不同。以此举例,可以使税法基础的教学更具前瞻性,是同学们学以致用。

### 三、疫情下的税法教学面临的挑战与机遇

(一)线上平台的灵活运用。自2020年初至今,大多数高校的教学工作都在线上完成,对于枯燥的税法教学,教师要灵活运用线上平台。目前,贸易战依旧火

热,贸易战中对于部分关税比例的调整,疫情下,对于冲击较为严重的行业的税收优惠等等,都可以融入线上教学。税率的变动在线上课堂中可以增加弹幕讨论,或一些税率记忆的科目。还可以与其他法律法规进行纵向比较,如:法律不溯及既往原则,不单单是税法层面,其他的法律法规也有体现这一原则。

(二)增加学生线上的参与度。在一般的面授课程中,教师对于学生的学习情绪可以比较好的把控,但在线上课堂,对于人数较多的课程班级,无法完全视频全开授课,教师可以增加课下的附加内容,以个人所得税举例:目前个人所得税也有细微的变动,并且采用年终汇缴,如有扣除,可在官方平台进行申请,在课下同学们可以指导父母家人进行线上报税,同学们对于个人所得税的内容又增加了一些自己的理解。

### 四、税率政策变动中的税法教学总结

(一)随着经济政策的调整,税率的变动或为频繁。税法教师要积极面对税率的变化,一般来说虽然会增加备课的内容,甚至一些税种的变动要重新备课,但教师要无惧挑战,变动意味着挑战,意味着行业的变化与政策的倾斜,教师要不断学习新政策做好学生们的学习指导。

(二)做好线上线下翻转课堂的准备。经过春季学期的教学,逐步了解了线上课堂的优势,税法课程依托于线上教学,分析疫情下的税收优惠,也启发教师们在未来的教学中善用热点事件举例,线上线下教学工具多角度运用,增强课堂的思政教育。在国际关系复杂、疫情尚未稳定的大背景下,对于一些突发事件要积极的引导学生去理解问题、解决问题,理性的面对舆论舆情,把思政教育更好的融入课堂中。

#### 参考文献

- [1] 祝福冬.项目教学法在高校税法教学中的运用探讨[J].环渤海经济瞭望,2019(08):176.
  - [2] 梅文馨,韩艳红,赵荣荣.关于审计学启发式研究性教学方法的创新研究[J].当代教育实践与教学研究,2015(11):188.
- 作者简介:  
李松岳,女,籍贯:黑龙江哈尔滨,民族:汉族,职称:助理教授,学历:硕士研究生 研究方向:教育经济学,教育管理。