

《营销策划》课程思政的融合教学研究*

叶小虎 淳 胜

(湖南电子科技职业学院 湖南长沙 410200)

摘要: 教育新时代, 改革新征程, 课程思政建设给高等教育改革转型带来新冲击, 也带来新活力。为顺应宏观使命, 满足实际教学需求, 教学一线的课程建设起着决定性作用, 本文以营销策划课程为研究对象, 对营销策划和课程思政进行耦合研究, 系统地筛选出符合教学规律的课程思政元素, 将其科学合理地融入营销策划课程教学全程当中去, 致力挖掘营销策划课程育人育德育才的作用, 完成协同共育的新使命。

关键词: 营销策划 课程思政 建设 融合 教学

中图分类号: G718 **文献标识码:** A

DOI: 10.12218/j.issn.2095-4743.2022.30.095

营销策划是工商管理大类下市场营销专业的核心专业课程, 该课程以市场营销学为理论根基, 以分析、整合、策划、实施为手段, 助力工商企业运营管理, 满足区域顾客需求, 引领企业经营之道, 创新区域商业模式。本文在贯彻落实课程思政建设相关政策与精神, 完成专业课程与思政课程协同共育的新使命下, 以营销策划为研究对象, 对营销策划和课程思政进行耦合研究, 系统地筛选出符合教学规律的课程思政元素, 将其科学合理地融入营销策划课程教学全程当中去, 致力挖掘营销策划课程育人育德育才的作用, 服务专业转型升级, 助力课程思政建设。如思政课程为显性“大义育人”, 则营销策划课程思政为隐性“小义育人”, 以小见大, 以短见长^[1]。

一、营销策划课程思政建设的新挑战和融合教学的内涵

1. 课程思政建设的新挑战

(1) 课程思政建设给予高校育人育德育才的新挑战

高校教育回归根本, 在于教书育人, 给社会培养输送合格的高素质技术技能型人才, 满足社会对人才的需求。育人育德育才成功与否成为检验高校办学能力高低的重要指标。实现人性人格的塑造和技术技能的科学转化, 需要将素养、知识和技能有效整合、磨合及融合。全面推进高校课程思政建设, 就需要实现全员、全程、全方位的育人育德育才体系^[2], 因此, 高校高层、中层和基层应思想统一、认知同步, 高层支持, 中层助推, 基础设施, 加强高校顶层设计, 整体规划, 有序布局, 建立标准, 完善机制, 加强评测, 巩固保障, 才能从真正意义上育人性、育人格、育才华, 构建专业教育和思政教育协同化的大格局^[3]。

(2) 课程思政建设给予高校人才培养重质重量的新挑战

课程思政建设的要求不仅是新时代演进的需要, 也是当代高校教育努力的新方向。为了能更好地把握方向, 满足需求, 高校人才培养更需具象化、落地化, 完成课程思政建设的战略重任要求高校在人才培养输出方面既要注重人才的品质, 又要注重人才输出的比重。培养品质的指标为: 素养、知识和技能; 培养数量指标为: 单一大批量和多元小批量, 意即高校能同时向社会输送多元小批量高素质、高技能、高水平能挑大梁的优秀人才, 以及单一大批量适合中基层运营管理德技双馨普适型专业人才, 人尽其才, 各司其所, 不断为社会和国家创造应有价值, 高校才从真正意义上完成了一次人才培养任务。

(3) 课程思政建设给予高校显性育人与隐性育人融合的新挑战

高校人才培养是德技并进的过程, 这就要求高校专业教育和思政教育彼此很好地融合, 方能起效, 就需打破原有的人才培育体系困境, 即需改变各自为营、互不认可的局面。课程思政建设给予高校育人显性思政课程教育与隐性课程思政教育一次完美融合的机会, 既是机遇, 也是挑战, “大义”“小义”皆是“义”, 德技双馨方为果。思政课程统筹全局, 也需要根据专业类别不同找到更加适合专业发展的教学模式践行; 课程思政弥补缝隙, 需根据专业人培养目标、专业定位、课程性质找寻更加适合项目教学的课程思政要素, 融入融合进课程教学各个环节, 相得益彰^[9]。破冰在即, 需要高校全员统一认知, 扬长补短, 扬长避短, 融合发展, 围绕课程思政建设, 完成时代赋予的重任。

*本文系2021-2022年度湖南省职业教育与成人教育学会科研规划立项课题“课程思政视域下高职营销专业教学质量诊断与改进机制研究”(课题编号: XH2021241)的部分研究成果。

2. 融合教学的内涵

营销策划课程思政的融合教学是指将相得益彰的课程思政元素科学地融入营销策划课程教学实践全程中去,在课程教学中始终坚持马克思主义为行动指导,完善学科体系,增强师生专业自信、课程自信,文化自信,帮助学生了解行业领域的战略法规,引导学生主动发现并解决问题,培育学生德诚法技兼备的职业素养技能的教学过程。

二、营销策划课程思政的融合教学的意义

1. 深化课程教学改革

深化课程教学改革是时代给予高等教育全面发展的新一轮挑战。营销策划课程思政的融合教学,顺应需求而上,将课程解构,融入课程思政元素,融合进课程教学全过程中,再完成课程重构,在完成专业培育的同时,潜移默化地进行职业素养熏陶,根据人才培养质量的指标评估,不断优化课程解构、课程融合、课程重构,进而推陈出新,与时俱进,不断向社会培养、输出高素质技术技能人才,满足社会对新型人才的刚需。

2. 培养学生核心素养

根据营销策划课程思政的融合教学的含义,结合教育部对高校市场营销专业的开设标准,学生的核心素养定位在信念坚定、德技并修、德智体美全面发展等要求上,核心素养的锻造与形成,成为检验高校办学能力的重要指标。为能有效并持续达标,高校各个专业理应同心协力,培育思政之“根”,结出专业之“果”,根深则果丰,营销策划课程思政的融合教学的持续发力,方能培育学生增信懂法、熟规知行、德才兼备的职业核心素养。

3. 满足学生践行需求

通过高校育人育德育才系统的滋润与护养,学生的性格与价值观、信念与品格、知识与才华才能更加适应社会的需要,这对于新时代国家市场经济体系发生巨变的环境带来的负面影响,和企业用人需求不断升级转型对综合性技术技能型人才的迫切需求,德技双馨的实用技术技能型人才实为本兼治的一剂良药。工商企业运营之本为经营、管理与策划,而“营销策划”培育学生知国情、懂政法、守诚信,引导供求平衡,探索经营之道,创新商业模式,恰恰能满足工商企业长远发展之需,也能满足学生未来践行之需。

三、营销策划课程思政的融合教学的问题

1. 单位政策不明朗

各大高校因办学能力不一,办学特色各异,综合实力参差不齐,学校遇到的重大待解决问题不同,因此,在对待全面推进课程思政建设等问题上政策不明朗,落实不到位,推

行不易,成效不佳,较难形成区域课程思政建设榜样力量,高层政策不明朗,基层的专业课程思政建设难免流于表面化、形式化、生硬化,整体觉悟不统一,教学教改需政策、需机制、需保障,不然难以践行。

2. 支撑体系不落地

课程思政建设之风给突破专业发展瓶颈破局之力,视为利好,教学改革遇阻为常态,先见成果后给奖励也为众多高校教学常态,但想把握好,全局、整体、全面地推行课程思政建设,局部的卓有成效是远远不够的,急需高校全力支持,形成行之有效运行标准、组织实施、评价机制、激励机制、保障机制等支撑体系。大部分高校关于推行课程思政建设政策并不明朗,支撑体系匮乏,让专业课程思政的融合教学实施不易不顺。

3. 融合方法较欠缺

虽有全面推行课程思政建设大政策做铺垫,但是政策推行,层层落实下来,因存在各种阻碍,加之各大高校办学条件不一,将课程思政要素融入专业课程教学中去,众人都是在摸索中前行,有做加法、减法、系统法、平衡法等研究课程思政,方法各有千秋,实施效果不一。各专业教师在自己熟悉的领域沉浸多年,会形成难以改变的专业思维桎梏,突然要求新理念的融入、融合、生根、发芽、开花、结果,还需要一段很长时间的磨合,从“1+1<2”“1+1=2”到“1+1>2”思维到实践的变迁,任重道远。

4. 评价体系不完善

建立健全全方位的课程思政建设成效考评机制尤为重要。建设科学有效的评价指标难度较大:一是整体认知不统一,二是各学校办学特色不一,三是课程思政育人指标往往潜在、隐形,属于长期才会有效果的定性指标,短期内审核,内外不一。比如,短期内一个学生的思政考试成绩打满分并不代表其内在品格也能打满分,因此,评价体系构建起来困难重重,单纯依靠在学校几年的观察评测,很难全面反映学生的德育成效。

四、营销策划课程思政的融合教学的策略

1. 课程思政融入教学目标

营销策划课程总体教学目标:立足全国,针对营销专业就业岗位,通过实战演练、案例仿真、翻转课堂、混合教学模式组织实施教学内容,培养学生爱岗敬业、遵纪守法、理论联系实际,引导供求平衡,探索经营之道,创新商业模式,不断创造政治效益、社会效益和经济效益。基于课程思政思维,将营销策划课程教学总目标分解为素养目标、知识目标、技能目标。素养目标包括:政治与品德意识、专业与职业素养、创新与创业理念、生理与心理健康等;知识目标包括:专业纵横、岗课赛证、知行合一、整体规划等;技能

目标包括：专业力、方法力、思维力和践行力的有效转化。

2. 课程思政融入教学计划

将营销策划课程素养、知识和技能教学目标合理安排进授课计划、课程标准、课程教案和授课课件中去，能有效助力教学组织与实施。授课计划主要规划好营销策划课程总学时与周学时具体安排，一般周学时4课时，一次课2课时，课时时长40-45分钟，合理安排4个模块（认知模块、战略模块、策略模块和活动模块）、9个项目、32个教学任务，以及每次课的教学形式设计，主要以实战演练、案例仿真、翻转课堂、混合教学模式为主。课程标准将营销策划课程进行解构、课程思政融合、课程重构，明确课程专业定位，明确课程总体目标与分目标，并将三大目标继续细化，对应9个项目分目标和课程设计，9个分目标再对应分素养、知识和技能教学目标，逐个实现后，进而推进总体目标的实现。课程教案明确每两课时的授课内容安排、时间安排、完整的教学环节设计、详尽的教学细节安排，其中素质目标时间占比1/5，即90分钟的课时，促进素质目标实现的环节设计用时约18分钟，主要以隐性课程思政教育方式为主，每次课后及时进行教学后记，采取抽查评分的方式了解真实课堂授课效果。授课课件以直观的方式展现课程知识结构，扩大课程信息量，传达课程各项指令，使用多媒体辅助课程思政课堂教学展现，利用学生感兴趣的图、文、音频和视频深化课程记忆度。由教研室主任统一审核授课计划、课程标准、课程教案和授课课件的制定与实施，将课程思政融入教学计划作为材料审核重点，课程思政融入融合成效为核心考核指标，提升教学一线教师课程思政建设意识和能力。

3. 课程思政融入教学组织

教学组织由教学管理者、教学督导者、一线教师、学工管理者、辅导员、学生等主体构成，其构建目的在于教师乐于教，学生乐于学，教学才能其乐无穷，以学生为中心，以教师为主导，多方主体齐心协力，构造完整合理的育人环节。课程思政要求融入多方主体的行为与意识当中，让思政育人意识转变为行动纲领，重塑教学运行体系，将课程育人、管理育人、心理育人、服务育人、组织育人、资助育人真正落到实处、落地生根，行之有效。

4. 课程思政融入教学实施

教学实施方法主要以讲授法、实战演练、案例仿真、翻转课堂、混合教学法等手段呈现。课程思政主题主要包括“榜样的力量”“背后的故事”“真实的小感动”“正能量段子”“他人之口”等，教研室针对本专业各年级学生的学情分析，密切关注他们所能接触的人、事、物、网络、App

等，筛选出校内本专业能人、名人、好人、匠人，网络正能量热门事件，梳理锤炼后，变成适合各个专业环节教学的文图声视、小品、真人秀等形式重现于课堂中，打破专业课程枯燥乏味的困境，让专业课堂在课程思政建设中烈火重生。

5. 课程思政融入教学反馈

教学反馈涉及专业课程思政建设成效考评机制和督管机制，将营销策划课程素养、知识和技能教学目标实施成效落实落细，充分发挥各层各级能动主体的三性，营造三全育人氛围，根据个人贡献值和产出效果作为年终考核、评优、晋升核心指标之一，突出课程思政考核比重，全面体现在教学运行的各个环节当中，环环相接，丝丝入扣，打造育人育德育才闭环，温润滋养，内外兼修，全面提升人才培养质量。

6. 课程思政融入教学诊改

利用现代管理思维打造的育人育德育才闭环属于动态运作环，围绕目标—计划—组织—实施—反馈—诊改—目标—计划……如此循环，不断诊改、完善、优化，生生不息，结合营销策划课程特色、思维原理和价值理念，融入相得益彰的课程思政元素，融合进课程教学各个环节，达到润物细无声的育人育德育才效果。

结语

当下，营销实践界和理论营销界整体呈现出岗位需求呈旺盛，教育输出显薄弱的现象。回归本质，问题症结在于人才培养方面。新时代在呼唤高素质技术技能型人才，因此，我们应不忘教育初心，牢记时代使命，乘着课程思政建设的春风，大力推行专业教学教改，迈大步，勇往前，育人性、育人格、育才华，构建专业教育和思政教育协同化发展。

参考文献

- [1]高德毅,宗爱东.课程思政:有效发挥课堂育人主渠道作用的必然选择[J].思想理论教育导刊,2017(01):31-34.
- [2]邱仁富.“课程思政”与“思政课程”同向同行的理论阐释[J].思想教育研究,2018(04):109-113.
- [3]陆凤英,陈刚.课程思政理念下“市场营销学”教学内容的设计与实践[J].兰州教育学院学报,2020,36(08):79-81+117.

作者简介

叶小虎（1985—），男，湖北武汉人，硕士，讲师，研究方向：职业教育。

淳胜（1985—），女，湖南岳阳人，硕士，讲师，研究方向：职业教育。