

广告管理课程思政教学实践* ——基于融媒体视域下的探索

马婧¹ 于军²

(1. 2. 陕西开放大学 陕西西安 710065)

摘要: 融媒体时代,是一个依托于互联网的多元学习的时代,依托融媒体时代多种网络教学资源优势,分析了广告管理课程思政的优势,找到切入点,综合各类媒体平台,合理布局学习方式,将“工匠精神”“中国制造 2025”“中国元素”“中国品牌”等在教学中融会贯通。本文提出专业课课程思政教学实践的解决方法,梳理教学构架,为教师专业课和思政课的融合以及理实一体化课程的教学实践提供参考。

关键词: 融媒体 广告管理课程 教学 探索

中图分类号: G641 **文献标识码:** A

DOI: 10.12218/j.issn.2095-4743.2022.31.130

《中共中央国务院关于进一步加强和改进大学生思想政治教育的意见》^[1]中提出,“把培育和践行社会主义核心价值观融入课程教育教学全过程,将价值塑造、知识传授和能力培养三者融为一体”。广告管理课程作为工商管理专业课程,如何秉承“将德育教育贯穿于教学始终”的理念,引导学生树立积极向上的人生观,顺应时代潮流的价值观,和紧随互联网发展的世界观,在专业课课程学习的同时,利用互联网时代的便利条件,结合融媒体优势培养学生具有正确的就业观念和创业意识,成为高素质的市场营销专业从业人员,是我们需要重点探讨和解决的问题。

一、广告管理课程思政教学改革的切入点

广告管理课程,是开放教育本科市场营销等专业的核心课。本课程的教学目标在于提升学生营销能力的前沿思维,掌握广告类策略的新媒体营销方式,启发营销思维,树立正确的价值观。

经过专业比对和调研,课程思政教学在专业课中的应用主要存在以下问题:

1. 专业课教师对课程思政的认识和实践力度不够,没有完全树立三全育人理念,并且存在重口头教育、轻实际教学的现象。

2. 专业课课程缺乏总体性课程设计,没有深入专业内涵,提炼思政案例,且与思政教育的融合不够深入,授课过程中随机性较强,没有系统地设计专业课思政教学实施方案。

3. 互联网教学应用不够充分,不能有效依托融媒体优势,有效增加教学案例与教学实践结合,专业课的课程思政实施方式较单一,学生学习兴趣不能有效提升。

这些问题如何解决,广告管理课程思政如何有机相融合,提升学生学习主动性,提高理实一体化教学效果,实现三全育人是我们待解决的问题。

二、广告管理课程思政教学实践的方法

站在“新时代”赛道上的大学生,不但要了解市场营销新环境带来的挑战,更要掌握专业知识,熟悉行业的发展,还要培养自己的“双创”意识和能力。作为教师,不但要引导学生进行更加专业的前沿知识的学习,更要调动起青年人的内在动力,丰富其精神需求。我们可以从以下几方面来实施。

1. 树立三全育人的理念,提升专业课教师的思政教学意识

有针对性地修订人才培养方案,将课程标准转换为“育人大纲”,要坚持突出以学生为中心,强化思政教育有机融入教学全过程的方式方法,明确课程能力目标、教学目标、育人目标最终对学生价值观的塑造,人才培养目标达成对学生社会责任感的培养,塑造学生成为合格的符合社会主义核心价值观^[2]的营销专业人才。教师教学方式中坚持知识传授和价值引领相统一,专业课程的知识体系建立在思政内容的理论之上,以专业课程之体裁思政育人之魂。教学内容将课

**基金项目:本文系陕西教育科学“十四五”规划2021年度研究项目(项目编号:SGH21Y0495,职业院校创新创业教育与财经商贸类专业人才培养模式研究)研究成果之一。本文系陕西开放大学2021年度教育教学改革研究项目(项目编号:sxkd2021yb06,融媒体视域下《广告管理》跨界协同开放教育课程思政教学实践与探索)研究成果之一。

程的专业知识贯穿在时事热点,国家经济方针政策;专业课程知识体现市场营销专业特色,紧跟市场潮流,把握广告业动向,关注媒体热度;教师应关注学生兴趣点,引发学生共鸣,将“家国情怀、文化自信”融入教学内容和教学活动中,进而提升对学生综合素质的培养和实际工作能力的锻炼。

2. 系统化教学设计,注重专业知识的前沿和思政要素的与时俱进。

融媒体时代,互联网自媒体极大丰富,包括公众号、订阅号、小程序,新浪微博、手机客户端、搜索引擎付费和EMAIL等多种媒体形式。互联网成为了大部分为广告主宣传产品、企业,发布各类营销信息的主要渠道。自媒体的快速发展,不但使信息传播渠道多样化,同时大幅度提升了信息传播效率,随之而来的就是,网络信息和网络广告的安全性问题。针对这个问题,我们一定要引导学生明晰电商平台和手机客户端软件发布信息的真实性和有效性,提醒发布者对违法的广告有删除、下架、屏蔽等责任和义务。在教学中教师一定要让学生树立诚信经营意识,遵纪守法、严格自律。例如,火爆全网的李子柒,将中华文化通过网络传播到世界各地,不但传播了中华优秀传统文化,而且给新媒体带来了正能量影响。抖音、VLOG、小红书等自媒体应用在年轻人中越来越广,广告管理课程教师应紧紧抓住这些时事热点、营销传播爆点,帮助学生分析其理论依据,发挥理实一体化课程优势,学习媒体工具,实践广告策划,制作创意广告。利用新媒体平台,发挥长处,合理利用互联网优势开发法治教育新途径。支持学生以微电影、微动漫、微信、微博等方式主动宣传行业安全知识,在广告营销岗位中不损害他人权益,并合理保护公司权益不受侵害,积极传播正能量,阐释法治在职业发展、人生成长中的重要作用。

广告管理课程教师要引导学生在专业知识学习中了解世情、国情、民情,对新时代的中国经济做出正确认识,并能够进行分析,让学生了解市场,了解区域经济,进行正确的营销策略和广告策略分析。广告传播作为一种社会现象,是社会整体的一部分,必然要综合体现出社会的精神状态、价值观、行为模式和生活情趣与理想。现代营销哲学已经从传统的以产品为主的4P营销理论、以顾客为主的4C营销理论转化为顺应时代发展的整合营销理论,兼顾企业、顾客和社会利益。“营销提升品牌,品牌促进营销”。营销的核心价值观是通过广告和各类营销活动提升品牌形象,以市场为主,品牌为辅,在诚信的基础上,实现双赢。教师要引导学生把家国情怀树心间,个人价值要与祖国和整个社会的价值融为

一体。广告管理课程思政教学设计,利用中央电视台纪录片《品牌的故事》,讲授世界范围的广告传播、营销理念,在知识传授和能力培养之中,引导学生形成顺应时代潮流的价值观;在广告营销中倡导正确的消费理念鼓励学生参加“大学生创新创业大赛”,把自己创新创业梦融入伟大中国梦,为人民奉献自己的信念和志向;将全媒体广告营销手段、广告策略、媒体投放方式方法融入到创业学习。学生通过该专题学习,能够获得相应的创业技能。本课程在工学结合教学中强调职业道德、劳动纪律、劳动法等内容,组织学生学习“青年网络公开课”,引导大学生自觉劳动,学会科学劳动和创造性劳动;借助校企合作企业陕西境商地产集团、京东物流、陕西永辉超市等企业平台,发挥本课程的校企合作优势,通过学校开展的勤工俭学等课外活动,多种课堂形式深入产教融合;组织学生参与校园公益劳动和社会公益活动,让学生在体验劳动技能,增强团队意识、培养社会责任感;使大学生形成正确的劳动价值观。

提倡挖掘自身学校办学传统、学校精神以及特色校园文化,紧跟市场变化、紧抓行业前沿,深入解读职教政策顺应社会发展的需要,组织各种宣传教育活动,开展“少一份外卖,多一天蓝天”校园主题公益广告比赛、“美丽开放校园-就等你来!”“我的美丽家乡H5广告策划比赛”等,营造校园育人环境。可以运用到市场营销专业其他专业课,广泛开展专业课思政改革,推广经验,形成范式、形成体系,才能提升三全育人的氛围,才能提高人才培养质量。

3. 采取贯通式教学模式,提高教学效果

广告管理课程采用混合式教学法,主要选用项目教学法、专题教学法、讨论教学法、案例教学法以及翻转课堂教学法,先将章节内容化解为各项任务,以校企合作单位陕西境商地产集团为依托,以市场营销相关专业和广告相关行业的就业状况和供求情况设计各项实际工作任务,秉承适度性原则,积极提炼广告管理课程中蕴含的中国文化和社会主义核心价值观内涵,紧抓营销产业和广告行业的国家战略、法律法规和相关政策,展开专题讨论和案例讲解,使学生在专业技能的学习和实践中,自觉提升个人魅力和思想觉悟,做正能量的新时代大学生,避免因过多的思政要点融入而矮化主体专业教学地位。

广告管理课程,着眼于学生综合素质的提高,将广告学基本理论与职业素养、职业能力、职业需求相结合为理念指导课程的改革和建设,运用实现知识传授、能力培养、价值观念养成的一体化,逐步构建并完善集教学理念、教学设

表1 基于《广告管理》“课程思政”的贯通教学模式一览表

教学转变	学习方式转变		教学方式转变	
	从“课堂听课”向“做中学”转变		从“课堂说教”向“做中教”转变	
教学原则	贴近生活原则		贯穿始终原则	
	贴近学生+贴近生活+贴近社会		中高本教育衔接+思想政治教育贯穿始终	
教学思路	思政教育与学生身心成长发展规律相结合；专业课程教学与价值塑造相结合；多种教学方法与时代性相结合。			
教学策略	做到三个维度：突出实践操作→扩展信息广度→展示学习效果 1. 做到理论与实践相结合，加大项目实践的力度；（依托校企合作单位陕西境商业地产集团） 2. 在此基础上，围绕教学重点、社会热点、思想疑点问题进行攻关； 3. 在教学内容体系转化上下功夫，贴近生活、紧跟社会热点、专注时事要闻，贴合政策法规，广告学教学内容紧抓思政要点，融入课堂，让学生感到实在而贴切，生动而实用； 4. 运用各种载体提供资料信息，创建学习环境（视频资料、案例、网络课程、微课资源、慕课平台等）； 5. 坚持正确的思想导向，训练科学的研究问题，解决问题的思维方法。			
实践教学	实践教学项目类型		实践教学特点（任务驱动）	
	主题讨论型	专题调研型	1. 课内实践与课外实践相结合； 2. 课堂互动实践（第一课堂）、新闻实务大讲堂（第二课堂）、校企合作基地实践（第三课堂）相结合； 3. 突出实践能力的培养。培养学生分析问题和解决问题的能力； 4. 突出价值塑造，引导学生互相尊重能够正确客观的评价他人。	
	分组协作型	比较展示型		
	观点演讲型	工学结合型		
考核方法		比重		
课程考核	过程性考核+结果性考核+思政素养考核		4: 2: 4	
	过程性考核：到课率、项目任务完成度、职业素养、职业道德；			
	结果性考核：采用笔试形式，期末检测；			
思政素养考核：实践项目中的价值取向、团队合作意识、思辨能力。				

计、教学方法、教学考核为一体的“基于广告管理课程思政的贯通教学模式”，详见表1所列。

三、教学效果与评价

新媒体和信息技术的运用为广告管理课程思政，开辟了新的传播空间，围绕“互联网+”行动、《中国制造2025》等要求，适应新技术、新模式、新业态发展实际，设计契合市场营销行业和广告类相关岗位的课程教学内容和案例，深化职业理想和职业道德教育。探索互联网时代基于融媒体的“互联网+”课程实践，利用蓝墨云班课、中国大学MOOC等平台实现混合式教学和多元学习，将案例、视频等知识多元化呈现在学生面前。该课程对帮助学生解营销学学科的前沿思维和提高广告策略的新媒体营销素养具有重要作用；将专业知识与专业课技能传授与价值观导向融合，因材施教以学生为主体，引导学生了解中国经济环境，了解国情；设置情景模拟和小组协作工作任务，改善无趣、教条的授课方式，与时俱进、紧跟互联网时代，紧随学生关注点，借助短视频、弹幕、讨论、头脑风暴、小组任务、投票问卷等手段升

华互动，并以大学生喜闻乐见的网络话语及柔性方法，深入贯彻党的十八届六中全会提出的“弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神”，促进学生正确价值观的形成，在润物细无声中完成三全育人的目标。2021年广告实务课程在智慧树平台上线，至今累计运行3学期，在2021年底学期结束后，经平台数据统计，选课学校累计9所，选课人数累计587人，得到较好的线上评价。可见，本课程的教学实践能够得到众多学校老师和学生的认可。我们要一直秉承立德树人理念，优化教学体系，提高专业课课程思政育人质量，真正做到将德育教育贯穿教学始终。

参考文献

- [1]何丽丽.目标贯通与融合:高职专业群“课程思政”改革路径[J].中国职业技术教育,2019(29):39-43.中
- [2]章燕刘中华《生命科学前沿》课程思政的教学改革与实践[J].中国生物化学与分子生物学报,2022.5:26-28