

高职院校课程思政教育创新路径研究*

胡文晓

(湖南化工职业技术学院 湖南株洲 412000)

摘要: 高职教育阶段中,将专业课教学、思政教育充分融合已然成为教育改革和人才培养的主要方向,通过将思政元素与不同类型的专业课程相结合可在高职院校内构建协同育人的教育格局,同时也可将课堂导向功能充分发挥,以此培养高素质、高涵养的专业化人才。基于此,本文主要以市场营销专业为例,对高职院校课程思政教育创新路径进行深入研究。

关键词: 高职院校 课程思政 市场营销专业

中图分类号: G711 **文献标识码:** A

DOI: 10.12218/j.issn.2095-4743.2022.36.052

从根本上分析,现代教育的最终目标是立德树人,尤其对于高职阶段的学生来讲,后续成长要面对的是步入社会、参加工作。鉴于此,在校阶段除培养学生群体专业能力外,更应将提高其思想素质、政治信仰作为重要的教育工作内容,这样一来既可确保学生在获取技能与知识的同时能够形成较好的道德观和人生价值观,并为其后续工作与生活奠定基础。而课程思政是实现该教学目标的有效方式之一,在市场营销专业中选择合适的思政元素加以融合,可使教学内容更为丰富、教学模式更加新颖,而这对强化学生群体综合素养,提高育人成效有极大帮助。

一、高职院校课程思政教育创新必要性

高职市场营销专业实施课程思政的必要性主要可从两方面进行分析:首先,社会角度。纵观当前消费局势,不仅消费结构有明显变化,消费需求也逐渐向个性化、品质化和服务化转变,由此即可看出在当前市场中消费者占据主要地位,并且该类群体一度成为企业扩大市场的主要影响因素。但现阶段仍有诸多事件表明企业并未对消费者重要性给予关注,每年的“3·15”消费者权益日系列活动中都会曝光诸多问题企业。所以如何能够在“公正、平等、法治”社会中帮助销售人员坚守自身责任底线,并在追求经济利益的同时勇于承担社会职责是高职院校所要追求的主要教育目标,即让市场营销专业内的全体学生在思政教育引领下树立正确价值观念,坚决不做任何违法乱纪之事。^[1]其次,立足人才培养角度分析。高职院校在培养专业营销人才时,人才培养方案具有

较强的指向性作用,在该类人才培养方案中明确指出,学校应围绕社会发展需求选择有针对性的教学内容和授课方法,同时也应以职业素质和思想道德品质养成为前提不断优化课程教学模式,以保证该专业学生皆能具备较强的营销理论水平和现代网络营销技能,与传统营销创作技能。详细分析市场营销人才培养方案可发现,该教育计划中所涉及的课程内容众多,如专业基础课程、基本素质课程以及实训课程、核心课程等诸多内容,该系列课程构建皆是为培养更多诚信、敬业、爱国的专业营销人才。

二、高职院校课程思政教育创新现存问题

(一) 思政元素渗透不足

在市场营销专业中有机融合思政教育,教师应对该专业教学中课程思政实施的现存问题集中梳理和分析,只有做到结合具体问题,全面分析其形成原因才能为后续设计课程融合教学方案提供较强辅助性作用。现阶段,思政元素渗透不足是课程思政落实的一项重要问题,营销专业的根本教学目标是帮助高职学生群体掌握最新的专业知识,不断提高自身实操技能,但部分专业课教师因过度注重理论知识灌输,反而对思政元素挖掘和应用多有忽视,以至于在授课过程中仍在沿用传统教学方法,并未对思政教育实施加以关注,这一问题会严重影响高职学生群体素养发展成效。^[2]

(二) 教育体系不够全面

在专业学科教学中将思政教育全面性渗透已然成为高职院校发展和教学工作实施的重点内容,但从当前市场营销教

*基金项目:株洲市社科职教专项课题“高职院校课程思政教育创新路径研究”(课题编号:ZZZJ2022041)成果。

学现状分析,课程思政教育体系未能全面建立实施是导致学生能力发展受限的主要构成因素。该问题体现在部分教师无法做到在教学全过程中渗透思政教育,详细来讲则是大部分教师仅是在课堂教学中将思政教育内容融合,而在其他方面仍未突出思政教育重要性,这种课程思政实施方法会有较强局限性,且无法将思政教育引导作用充分发挥。

(三) 校园文化与思政教育未有效联结

作为体现学校环境和教育精神的一项重要因素,校园文化营造极为重要。于高职学生来讲,校园文化对其学习效果有直接影响,除课堂学习外,外部环境和学习氛围的影响作用也十分深远。但实际部分高职院校在落实课程思政任务时并未对校园文化渗透重要性有充分了解,其仅是遵循传统教育理念和模式在课堂教学中融合思政教育内容。要知道将校园文化与思政教育相联结对立德树人目标和专业课教学目标实现皆有较强的促进作用,因此部分学校中所体现的校园文化、思政教育缺乏有效性联结这一问题对于课程思政实施有重要影响。

(四) 专业教学中思政考核内容缺乏

高职专业课教学中融合思政元素应在多个教学环节中体现,其中专业课程考评环节尤为关键,但部分学校却并未在该环节渗透思政教育元素,课程考核过程中仍是以专业知识和实践操作为主,反而是职业教育、道德教育等内容很少出现。与此同时,部分院校所使用的考核方式过于单一,以至于学生群体对思政学习重要性了解十分有限。

三、高职院校课程思政教育创新具体路径

(一) 加强思政元素渗透深度

为促使市场营销课程中思政元素能深度结合,授课效果能大幅提升,教师一定要立足思政教学问题进行全面性分析,针对性选择问题解决方法,以此优化高职学生对该专业知识和思政内容学习水平。为此,应注意提高专业课教学中思政元素的渗透效果,不断挖掘市场营销专业和思政元素融合点,以确保思政教育能够在课程教学中全面贯穿。首先,要对专业思政和公共思政课的教学内容精准划分和掌握,明确面向全体学生所开设的思政课程有“形势与政策和职业素养”以及“道德修养与法律基础”等普适性课程,该类课程教育针对性不够突出,要知道随着制造业转型升级加快,中国经济也有一定改善,因此高职院校也应正确认识到职业教育中应将造就大国工匠重要性、培养学生工匠精神教学目标充分突

出。^[3]其次,教师应立足人才培养方案的具体要求和目标,结合学生群体的个性化需求在市场营销知识中挖掘思政元素,除要在日常教学中精准嵌入“工匠精神”外,更要针对该专业课程特点选择与之相符的各种热点事件作为教学案例,加强课程思政融合精准性。例如,抗击疫情、抗洪抢险等诸多正能量的社会事件都可视为思政教育内容,尤其是在后疫情时期,专业课教师在实施思政教育时可以将抗疫精神作为教学切入点,如“各大餐饮企业为医护人员无偿提供饮食”“爱国车企转型生产抗‘疫’物资”和“援助国际疫情,强化国家影响力”等皆能与市场营销课程相融合,通过将热点新闻元素与专业技能教学加以结合可进一步推动高职学校共建协同育人局势。

(二) 应用多元思政教育方法

在市场营销专业中有效渗透思政元素应通过多元化授课方式实现,只有教师能够做到结合不同营销课程选择不同教学方法,才能最大限度保证高职学生群体保持学习积极性,并彻底实现增强其学习体验的同时进一步强化思政教育的促进作用。以促进管理教学为例,该课程是市场营销专业中的重点教学内容,这一课程教学目标是让高职学生对促销知识熟练掌握,并能够根据相关知识内容制订促销计划、完成管理任务,以此让其对各种促销工具灵活应用,提高自身促进水平和实践能力。具体教学环节,教师可通过理论与实践两个不同环节将思政元素渗透,通过科学设计教学内容、教育环节与教育方法,着重强调个性教学模式的实际应用效果,从而保证市场营销专业中思政教育的融合作用。^[4]或者,教师在讲解《市场营销学》内容时,可要求学生利用访谈法和文献资料法更为深入对中国市场环境变化加以了解,让其充分认识到自改革开放后,群众生产力及消费水平都有明显提升,人们生活也正因此变得更加多彩。通过这种自主学习方式,高职学生对国家实力了解得会更加全面,而这对培养其民族自豪感极为有利。与此同时,教师也可以社会发展角度为出发点,让学生能够立足商业视角对现下市场环境中的创新与不变进行理性分析,紧抓发展机遇,正面挑战。

(三) 创设思政主题校园文化

在校园文化中有机融合思政元素是扩大思政教育影响力的重要途径之一,通过该方式可让高职学生在无意识状态下形成正确价值观。基于此,市场营销专业中课程思政落实,除要对理论教学融合加以关注外,也要对校园文化营造给予

充分重视,以确保学生能够通过多元校园文化更为深刻地体会思政教育作用。实践环节,各高职院校可对校园实践活动和校园展示墙充分利用,以此将融合教育目标全面体现。再者,学校也可以学生实际需求和兴趣为前提,拓展校园文化广度与深度,例如,高职院校可定期组织与营销法律相关的知识问题竞赛;可要求学生以市场营销案例为依据自行编创小品内容;也可由专业课教师带领让学生群体进入社区一同参与营销反诈宣传活动,或是邀请该类宣传人员入校面向市场营销专业学生进行演讲,通过多种形式的校园实践活动可让高职学生从以往被动学习状态逐渐转向主动学习,另外这种润物无声的教育引导模式也使学生在提高道德认同感和学习兴趣的同时,进一步强化主体专业技能。

(四)完善专业课思政考核元素

为保证营销专业教学中课程思政的深度融合,在优化传统教学模式弊端的同时,也应对专业课考核测评环节不断创新,通过放大营销专业考核中的思政内容,突出思政教育重要性,可让高职学生对思政学习意义全面了解。与此同时,这种考核测评方式也可使学生群体对思政内容理解得更加深入。以往市场营销专业考核方式主要分为实践和理论两种,而为进一步提高课程思政影响范围,教师可以将这两个方面作为融合点体现思政元素,该方式不仅能够纠正高职学生对思政教育重视不足这一问题,同时也可改善以往的专业课考核弊端。具体的考核体系创新过程中,教师可根据三种课堂形式设计三种不同考核体系,以此将实践创新、知识获取和价值养成在专业课教学过程全面贯穿。^[5]首先,第一、二课堂可利用营销活动小组和理论测评两种方式在校内实现考核;其次,第三课堂指向的是通过校企合作的方式将专业知识与价值体系相联结,让学生深入企业参与并完成真实的市场营销任务。这几种课堂模式环环相扣、层层递进。再者通过这三种考核方式高职学生群体对于职业道德与知识的理解会逐步由书本过渡至现实层面,实践考核中,第一课堂应将平时测试、课后作业和课堂表现作为主要考核内容,其考核实情以教师评价为主;第二课堂要对学生所参与的各类实践营销活动和商品现场演示情况加以关注,该评价环节主要以学生互评和教师评价为主;第三课堂应对学生在企业内的任务参与情况给予高度重视,并将企业导师、社会评价和企业实践报告作为重要的考核测评依据。其中三项考核内容各占毕业成绩的三分之一,考核内容设计时要将职业素养和道德加以

突出,对于在企业评价中获取较高分数的学生可适当给予表扬和加分鼓励。除此之外,各评价体系考核环节,皆应采取“过程+结果”的考试方式,即除要注重最终的考核结果外,也应对学生群体的日常学习和实践活动参与状态等作为衡量最终成绩的重要标准。以分销渠道策略运用知识中的商品现场演示为例,针对该内容进行考核时应分为三部分,其中每部分也应划分出过程和结果考核两个基础内容。第一课堂的过程考核应以学生日常表现、学习态度、实际出勤情况和日常测试为主要,结果性评价则依托于期末卷面测试即可;第二课堂的过程考核应关注学生在参与实践活动时是否能够制订完善的实施计划和流程,并且要观察是否所有学生皆能在实践活动中发挥个人力量,结果评价时则可利用成果展示的方法进行最终测评;第三课堂的过程考核需将学生在企业内的真实实践情况和平时营销实践作为考核依据,而结果性评价则以相关实践报告和企业导师评价为主。

结语

高职院校所开设的市场营销专业是为社会培养专业化营销人才的主要渠道之一,而在当前社会局面下对于营销人才的标准已不仅是要求其要具备较强业务能力,同时也需要兼具良好的道德水平与职业素养。因此,该专业教学环节高职院校应对思政元素融合特别关注,并通过多样化的教学方案,促使专业课教学中思政教育能够真正“嵌入”,以此将“传道授业”作用充分发挥。

参考文献

- [1]白华艳,彭石普.“市场营销”教学践行课程思政的探索与实践[J].工业和信息化教育,2022(05):89-94.
- [2]朱嘉莉,肖永平.市场营销课程思政教学改革探索与实践——以江西经管院市场营销专业为例[J].现代商贸工业,2022,43(04):159-161.
- [3]徐雪繁.“三全育人”理念下高职市场营销专业课程思政的探索[J].扬州教育学院学报,2021,39(04):97-99.
- [4]高培培.高职市场营销专业课程思政教学改革实践探索[J].辽宁师专学报(社会科学版),2021(06):51-52.
- [5]刘仲吉.“市场营销”课程思政教学改革研究与设计[J].老字号品牌营销,2021(13):152-154.

作者简介

胡文晓(1982.8—),女,汉族,籍贯:河南信阳,硕士,讲师,从事应用经济学、创新创业等方面研究。