国际教育论坛
Journal of International Education Forum
第 5 卷◆第 3 期◆版本 1.0◆2023 年
文章类型：论文| 刊号（ISSN）：2705-1196（P）/ 2705-120X (O)

新时代教改背景下课程思政教学探索与实践

——以《市场营销学》课程为例

戢芳
湖北经济学院 工商管理学院
DOI:10.12238/jief.v5i3.6290

[摘　要] 在“三全育人”工作机制成为各级各类高校思想政治改革常态化工作的新时代教育改革大背景下,本文通过对课程思政相关研究文献进行了梳理,以经管类专业主干课程《市场营销学》作为教学切入口,其中具体地结合了《市场营销学》课程思政的教学目标、教学设计以及思政教学实践三大方面来开展对课程思政教学的探索和建设实践,文章对经管类课程思政的建设具有一定的指导意义和作用。
[关键词] 课程思政；市场营销；探索
中图分类号：G622.3　文献标识码：A

Exploration and Practice of Ideological and Political Teaching in Curriculum under the Background of Education Reform in the New Era

--Taking the Course of Marketing as an Example

Fang Ji
Business School of Hubei University of Economics

[Abstract] Under the background of education reform in the new era when the "three-wide education" working mechanism has become the normalization of ideological and political reform in various levels and types of colleges and universities, this article has sorted out relevant research literature on curriculum ideological and political education, taking the main course of economics and management Marketing as the teaching entry point, which specifically combines the teaching objectives, teaching design, and ideological and political teaching practice of the Marketing course to explore and construct ideological and political teaching in the course. The article has certain guiding significance and role in the construction of ideological and political education in economic and management courses.
[Key words] curriculum ideological and political education; marketing; explore

2016年12月,国家领导人在高校思想政治工作会议上强调:“要坚持把立德树人作为中心环节,把思想政治工作贯穿教育教学全过程,实现全程育人、全方位育人,努力开创我国高等教育事业发展新局面”,自此“三全育人”理念成为新时代高校思想政治课程改革的鲜明导向。2018年5月,教育部办公厅又发布了《关于开展“三全育人”综合改革试点工作的通知》,标志着“三全育人”工作机制已成为各级各类高校思想政治教育改革的常态化工作。2020年6月,教育部颁布的《高等学校课程思政建设指导纲要》明确指出:要紧抓教师队伍“主力军”、课程建设“主战场”、课堂教学“主渠道”,让所有高校、所有教师、所有课程都承担好育人责任,使各类课程与思政课程同向同行,将显性教育和隐性教育相统一,形成协同效应,构建全员全程全方位育人大格局。

课程思政作为新时期教育教学改革的重点工作,是直接关系到高校的人才培养质量以及国家发展的人才战略规划。但如何针对不同学科门类形成切实可行的课程思政教学实践、管理考核及育人体系的创新,仍是高校教、管、学多方的现实难题。研究如何准确把握课程思政教学工作大方向,并结合具体专业特点和教学的全过程来进行课程思政建设具有极强的现实意义。

1 文献研究

为积极响应教育部《关于开展“三全育人”综合改革试点

Copyright © This work is licensed under a Commons Attibution-Non Commercial 4.0 International License.

工作的通知》和教育部《高等学校课程思政建设指导纲要》中对“三全育人”“全面推进课程思政建设”等主旨精神，并结合纲要中所指出的：“经济学、管理学专业课程要在课程教学中坚持以马克思主义为指导，加快构建中国特色哲学社会科学学科体系、学术体系、话语体系。要帮助学生了解相关专业和行业领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养”的具体要求，深入分析当前课程思政在开展过程中面临的现实困境，通过对已有文献进行分门别类地梳理，总结出现有研究对课程思政问题关注点主要表现在以下方面：

第一，对某门课程思政具体元素的挖掘与探索。立足于社会科学类课程其中讨论较多的是外语教育和经济管理类课程（李志英，2020；赵志伟，2020）。微观上来说，涉及某门课程思政元素挖掘的如经济学、当代世界经济与政治、国际贸易学、经济学原理、广告学、财务管理等较多。第二，对课程思政的内涵的细化解读和体现。主要观点有：课程思政并非应挖掘专业知识蕴涵的思政教育资源，依据专业课程特点采取恰当方式自然融入（刘清田，2020）；思政在课程学意义上具有潜隐性、融合性和系统性特点（沈贵鹏，2018）；只有通过知识传授与价值引领的紧密关联，在显性教育和隐性教育互动交错中才能形成双焦点格局（罗德明，2019）；课程思政实施要把知识传授、能力培养与价值引领有机结合起来，回归课程之本、注重价值引领（邱伟光，2018）等。第三，高校课程思政建设与改革研究。具体研究方向为：高校课程思政建设的路径、推进课程思政教学改革、践行课程思政与思政课程同向而行、通识教育改革的课程思政路径等（杨祥等，2020）。

综上所述，尽管目前课程思政问题已经引起了学界引起广泛关注，然而从目前相关研究来看，对该问题的关注呈现出各自为政、对问题分析不够系统化、未关注全过程等问题。本文将围绕《市场营销学》课程思政的教学目标、课程思政教学设计以及课程思政教学实践等方面开展研究，力求较为全面地对《市场营销学》课程思政的建设探索提出建设性意见。

2 《市场营销学》课程思政教学目标

《市场营销学》是国家一流专业市场营销专业的主干核心课程，也是我校较早获批的“金课”湖北省线下一流本科课程。围绕课程思政要立德树人的根本任务，《市场营销学》课程应以建设好课程思政的基本价值意蕴为基点，在建设过程中还要同中华民族的传统文化与美德、社会主义核心价值观等思政目标进行同步，进而做到进一步深化课程的价值内涵。作为经管类专业的核心课程，市场营销学教学中还围绕着大量企业管理的现实问题。因此在设置课程思政目标时，在教学大纲中主要以以下两大目标为主：(1)将基本理论知识点与社会主义核心价值观相结合，使学生树立社会主义核心价值观和正确的营销价值观、职业道德，实现知识、能力与素质的协调发展，达成全方位课程育人目标。(2)通过将中华优秀传统文化与美德渗透进课堂教学中，将我国本土企业营销的成功案例融入进来，能很好地培养学生的制度自信和文化自信，对增强学生民族自豪感有较好的辅助作用。

3 《市场营销学》课程思政教学设计

通过思路、过程以及内容三个层次来设计《市场营销学》的课程思政对教学内容的融入。首先，在总体思路上，按照“目标——实施——支撑”对课程思政建设进行总体设计。在目标层，结合《市场营销学》教学实际，基于教学实际需求导向做到对目标的分解，在对教学大纲中培养目标进行细分时，尽量从国家总体战略、企业世纪营销工作以及本专业的基本定位等各个方面来设计，做到深入细分学生培养方案。在实施层，将课程模块与思政模块并行考虑。课程模块主要是围绕常规理论内容讲授市场营销学的基本概念、理论和方法，思政模块将本专业基础知识与中华传统文化与美德、社会主义核心价值观进行深度融合。在支撑层要依靠制度制订、学科平台、教学团队、因地制宜编撰教材实现各方面的多维助力。尽量做到制度、平台、团队、教材实施内容的一致性和连续性。

在教学过程中，将课程思政教学过程按流程划分为课前环节、课中环节、课后环节。在准备课程的过程中，每堂课所讲授的内容和知识点要有明确的目的性和充分的针对性，还要与预先设计的教学大纲和教学日历充分对应，每上一堂课要达到一堂课的目的。在授课过程中，授课教师要通过多样化的教学手段，抓牢教学过程，在每个预设的知识点上，实实在在的传递课程思政思想，实现最新的小组研讨、实操演练等线下教学方式与翻转课堂等线上教学方式真正交互融合。通过制订和引进完善的课程思政评价体系，使教师在上完课后反思课程思证内容的设计所存在的问题点，通过不断完善和调整，将最适合最新的课程思政内容细化融入到下一次的课堂教学中。并针对具体的教学实际，下一步将通过《市场营销学》思政教学实践，分章节和知识点把思政内容具体地渗透到每个知识内容模块，以使得内容和大纲之间的能更为完善地融合。

4 市场营销学》课程思政教学实践

市场营销学课程一般包含十一章，分别是市场营销概述、市场营销观念、市场营销环境、消费者市场购买行为分析、组织市场购买行为分析、市场营销调研与预测、STP营销战略、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略。在对《市场营销学》的课程教学设计上，力图让使课程思政元素覆盖、渗透到每一个教学章节，见表1。

5 《市场营销学》课程思政建设的思考

在教材编写中更恰如其分地融入思政案例。目前《市场营销学》所使用的教材中，较多案例都来自美国、欧洲等国家或地区，我们希望能尽可能地结合中国实际，将中国企业及相关文化、营销等案例更多地融入教材，结合中国传统文化与美德和社会主义核心价值观，将思想政治教育融入《市场营销学》教学当中。

Copyright © This work is licensed under a Commons Attibution-Non Commercial 4.0 International License.

表1　课程思政元素在市场营销学课程里的渗透点及实施方式示例

章节	思政元素	渗透点	案例
第一章市场营销概述	社会主义核心价值观	富强、敬业等	国潮文化与咪咕动漫的案例
第二章市场营销观念	社会主义核心价值观	友善、和谐等	社会营销观念（王老吉爱心捐赠的案例）
第三章市场营销环境	中华传统文化与美德	孝、礼等	社会文化环境（中国人的家庭、孝文化 、银发市场）
第四章消费者市场购买行为分析	中华传统文化与美德	和、礼、勤等	消费者行为影响因素 文化因素、心理因素
第五章组织市场购买行为分析	社会主义核心价值观	平等、公正等	中国企业的组织文化（阿里巴巴的花名文化）
第六章市场营销调研与预测	社会主义核心价值观	诚信、敬业等	大数据时代的市场营销
第七章 STP 营销战略	中华传统文化与美德	孝、和等	对顾客多样化需求的洞察：农夫山泉的成功
第八章产品策略	社会主义核心价值观	敬业、富强等	华为公司的产品；茅台品牌瘦身计划
第九章价格策略	社会主义核心价值观	敬业、富强等	手机厂商的定价模式：小米模式
第十章分销渠道策略	社会主义核心价值观	和、勤等	渠道系统的融合：信阳毛尖牵手安溪铁观音
第十一章促销策略	中华传统文化与美德	和、勤等	促销手段的创新：萌物升级——五菱宏光年轻化营销

通过教研课题探索深挖思政内容。在完成教研课题过程中，结合本学科领域的最新科研成果和理论成果的运用，将课程思政与学科成果进行深度融合。把最新研究成果带入到中国的科研和教学环境中来深度探讨课程思政。

争取形成更完善的课程思政知识库。分门别类的梳理课程思政与各教学知识点之间的关系，更为系统地将每一章节知识点进行细化、深化，并在现有教学案例基础上，再将《市场营销学》课程完善成为有重点、有体系的课程思政知识库。

[基金项目]

湖北经济学院教研课题《多方价值共创：课程思政建设融入教学全过程的探索与实践——以市场营销学为例》(编号SZ202201)。

[参考文献]

[1]郑奕.大学数学“课程思政”的思考与实践[J].宁波教育学院学报,2019,21(01):59-61.

[2]高德毅,宗爱东.从思政课程到课程思政:从战略高度构建高校思想政治教育课程体系[J].中国高等教育,2017,(01):43-46.

[3]于腾云.“学生评价”与“评价学生”:课程思政改革的效果评价和优化对策研究[J].教育现代化,2020,7(25):42-45.

[4]邱伟光.课程思政的价值意蕴与生成路径[J].思想理论教育,2017,(07):10-14.

[5]胡术恒,李有增.以课程思政拓展高校班主任的育人空间[J].中国高等教育,2020,(11):29-30.

[6]方黎.“课程思政”为什么受青年学生喜爱——基于青年文化选择的学理分析[J].广西社会科学,2019,(4):179-183.

[7]鄢显俊.论高校“课程思政”的“思政元素”、实践误区及教育评估[J].思想教育研究,2020,(2):88-92.

作者简介：

戢芳(1983--),女,汉族,湖北十堰人,博士,副教授,研究方向：服务营销、零售管理。

Copyright © This work is licensed under a Commons Attibution-Non Commercial 4.0 International License.