

思政元素融入 BOPPPS 教学模式在《国际市场营销学》课程的探索与实践

吴嘉玮 程 硕* 刘嘉棋 杨吉民

(仲恺农业工程学院管理学院, 广东 广州 510025)

摘要: 国际市场营销学是一门实践性和运用性很强的学科, 本项目拟通过将思政元素融入 BOPPPS 教学模式探索国际市场营销学教学改革, 通过建立以学生为中心的教学模式, 把价值塑造贯穿教育教学全过程, 打通“知识传授”“能力培养”与“理想信念、价值理念、道德观念教育”的结合, 在 BOPPPS 教学模式中融入思政元素引入课堂, 引导学生形成正确的社会主义核心价值观, 促使价值塑造、知识传授和能力培养三者融为一体。

关键词: 国际市场营销学; 思政元素; BOPPPS 模式; 课程改革

党的十八大以来, 全面推动了思政课建设、日常思想政治工作及课程思政。仲恺农业工程学院始终坚持以立德树人为根本, 深化课程思政建设, 落实全国高校思想政治工作会议强调的“守好一段渠、种好责任田, 使各类课程与思政课同向同行、形成协同效应”的重要举措。管理学院始终坚持“注重实践, 扶助农工”的校训, 积极推进课程思政建设、提升教师教学能力、强化课程群教学团队, 加强课程思政教学改革, 成效突出。

一、课程教学概述

《国际市场营销学》是一门建立在经济学、行为科学、现代管理理论基础之上的以国际视野研究满足市场需求为中心的企业营销活动过程及其规律的综合性应用学科, 国际市场营销学知识和理念不仅有助于中国企业“走出去”战略的策划与实施, 同时也有助于中国文化“走出去”。对培养学生的家国情怀、理想信念、科学精神均具有明显的优势, 易实现思政教育真正的有机融入、润物无声, 有着天然的思政属性。

二、课程思政融入存在的主要问题

(一) 思政教学模式缺乏主动性和创造性

课程思政所面临的教学情境千差万别, 对教师教学的主体性与创造性提出了更高要求, 要推进课程思政教学的生成, 就必须提高教师的教学艺术。在课程教学中, 课程思政并非单纯地把思想政治教育的内容塞入学科课程中, 而是把课程思政之“盐”溶入学科教学之“水”, 使其形成一种“道术相宜”的课堂生态需要掘课程思政元素, 运用恰当的教学方法, 从而探索出具有课程特点的课程思政教学模式。

(二) “照本宣科”“满堂灌”知识讲授的教学方式

课程内容及设计局限于教材, 不能跳出教材, 对课程内容进行重构。提升思政课教学的质量, 就必须解决好教科书与教学之间的关系, 促进教科书系统向教学体系转变。缺乏“两性一度”, 以教师讲授知识点为主的教学方式“抬头率”低, 课堂互动低, 学生参与部分少, 课堂知识接受度低, 缺乏主动探索及思考的过程无法充分激发学生的创造力和逻辑思维能力, 思政效果不佳。

(三) 思政目标与大学成才的需求内在融合不够

大学生应具备国家大局观并具备对国家未来发展战略及形式的基本判断, 基于此找到适合自己发展的成才之路。在具有国际意识世界观的同时, 怀有中国信念和情怀; 在塑造个人特征的同时, 赋予自己深厚的社会责任感; 既要守望星空有远见, 又要不忘脚踏实地走好每一步; 保持清醒的头脑, 具备判断社会是非,

社会弊端的能力; 树立信心, 不妄自菲薄, 不狂妄自大等, 都是大学生作为祖国的未来, 中国特色社会主义接班人必须拥有的思想政治素质。同时, 大学生对中国特色社会主义道路、理论和制度的政治认同还需要积极融合及表现在教师所阐述的理论中。

三、思政元素融入 BOPPPS 模式的教学探索

依据教育部印发的《全面推进“大思政课”建设的工作方案》的相关内容, 坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人, 教育引导大学生坚定“四个自信”, 成为堪当民族复兴重任的时代新人。着力通过本门课程让学生在经济全球化、营销环境国际化的背景下, 树立国际市场营销的基本分析框架及思维路径, 培养学生的独立个性和健全人格, 具备道德评价和自我教育的能力, 养成良好的职业道德行为和营销创新创业能力。引导学生拥有国际视野、互联网思维和创新思维, 形成健康的专业伦理和科学的信仰, 具有强烈的社会责任感和民族自豪感, 形成正确的社会主义核心价值观。

根据《国际市场营销学》课程的性质, 提高授课教师的教学水平及能力, 设计与课程内容对应的思政元素的目标和重点, 打造以马克思主义立场、观点、方法为统领的“专业+思政”“课堂+实践”的完整课程体系。结合本校特色、学科特色、课程特点和教师特点, 在新文科建设中探寻将课程思政与多元方法类课程有机结合的最佳路径, 构建起内容丰富、范围广阔、具有跨学科, 多融合特征的课程体系。注重兴趣驱动, 结合当代学生关注的热点问题, 使课程思政更有质量、教学育人更有深度。例如, 在绿色营销章节中, 可提问引导学生思考“中国哲学智慧如何应对全球碳中和?”, “天人合一”及“道法自然”的中国传统哲学思想, 可让学生意识到人与自然是和谐共生, 可持续发展的重要性。人类文明迅速发展的同时还应遵守自然规律, 重视碳排放、生态破坏、资源匮乏等难题。

BOPPPS 教学模式, 既导言 (Bridge-in)、学习目标 (Objective)、前测 (Pre-assessment)、参与式学习 (Participatory Learning)、后测 (Post-assessment)、及总结 (Summary), 注重参与式学习, 有助于思政教学模式更具主动性和创造性, 达到“润物细无声”的效果。BOPPPS 教学模式有 3 个关键要素: 一是以学生为中心的教学 (有助于让学生参与到思政课堂); 二是明确可行的学习目标 (有助于思政目标的实现); 三是对教学过程的反思 (有助于思政过程反思和评价)。本课程探索采用 BOPPPS 方法将思政元素融入到国际市场营销学课程中, 实施方法如下图 1 所示, 具体的实施步骤如下:

1. 智慧教学课前讨论法: 课前在线上“学习通”“雨课堂”等教学平台布置预习任务, 导入思政案例, 先思政后授课, 优化教学关系。学生采用自主探索学习、思维碰撞合作讨论的方法, 促进学生独立思考和合作探究的能力, 以及辩证分析的逻辑思维能力; 应充分利用现代智慧教学模式, 运用灵活的教学资源, 丰富以学生为中心的参与感提升的线上教学和混合式教学。如“学习通”“雨课堂”等通过线上互动、积分统计、问题汇总等功能极大地加强了学生学习进程中的定量评价。

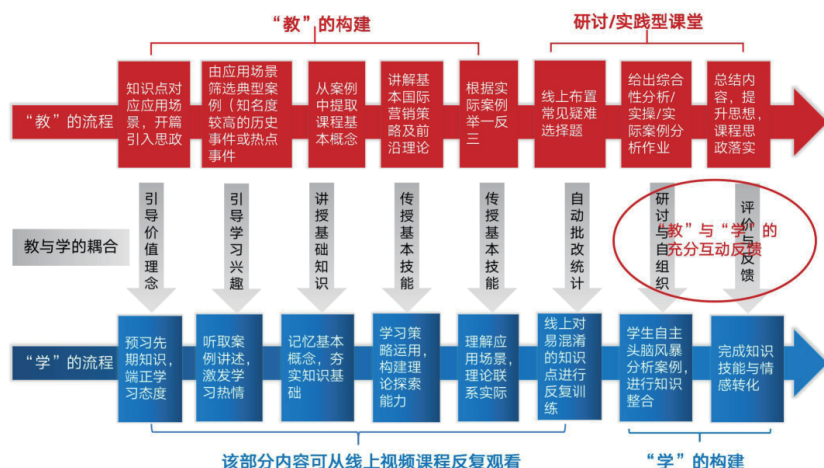


图1 思政元素融入BOPPPS教学模式的实施方法

2. 现代多媒体演示法：将提问式讲授法与案例法结合，通过数据、思政视频、图片等丰富教学信息，帮助学生理解概念的同时潜移默化地接受思政教育。在“理想信念、价值理念、道德观念教育”方面，把思政融入专业课程中，以此培养学生的独立个性和健全人格，具备道德评价和自我教育的能力，养成良好的职业道德行为和营销创新创业能力。引导学生拥有国际视野、互联网思维和创新思维，形成健康的专业伦理和科学的信仰，具有强烈的社会责任感和民族自豪感，形成正确的社会主义核心价值观。

3. PTL法：将学生放在主体，通过设计问题或“活动”的形式，调动学生课堂参与的积极性和创造性。通过课堂头脑风暴的方式，指导学生进行独立探究，激发学生的创造力和逻辑思维能力，培养学生发现问题，解决问题，并将理论与实际相结合的能力。通过小组合作讨论或展示，培养学生具备团队交流与合作的能力，未来能够很好地融入企业的营销团队，并具有很强的执行力和很好的沟通能力。培养学生的独立个性和健全人格，具备道德评价和自我教育的能力，养成良好的职业道德行为和营销创新创业能力。

4. 教学用具：现代智慧教学平台、多媒体课件、实物、板书、雨课堂、学习通等通过现代教学用具，调动学生课堂参与积极性，增强思政元素融入课程“润物细无声”的现实效果。使用现代教学手段和方法为学生提供综合性的跨学科学习，实现知识扩展，塑造创新思维。在现代智慧教学平台、多媒体课件中增加体现多学科思维融合，产业技术与学科理论融合，跨专业能力融合、多学科项目实践融合内容，培养学生知识认知能力与实践能力相结合。比如在新一轮科技革命和产业变革大潮中出现了人工智能、区块链、基因工程、虚拟技术等大量新兴技术，人文社会科学与科技强国战略相匹配，与理学、工学新兴领域进行交叉融合。同时，利用雨课堂、学习通等现代教学平台将科学素养（基础概念、创新思维、辩证思维）、人文素养（人文知识、人文情怀）、团队素养（个人工作与表达能力、团队协作能力）等纳入创新型人才的学业考核方式、标准及替代方案以构建多元化的创新型人才学业考核体系。除了学生的学业成绩，在评价体系中还应激发学生综合能力多方面的潜能，教育引导坚定“四个自信”，勇于承担民族复兴重任。

通过思政元素融入BOPPPS教学模式在《国际市场营销学》课程的探索与实践，着力让学生在经济全球化、营销环境国际化的背景下，树立国际市场营销的基本分析框架及思维路径，培养学生的独立个性和健全人格，具备道德评价和自我教育的能力，养成良好的职业道德行为和营销创新创业能力。引导学生拥有国

际视野、互联网思维和创新思维，形成健康的专业伦理和科学的信仰，具有强烈的社会责任感和民族自豪感，形成正确的社会主义核心价值观。为提高学生实践能力，创造能力，以及增强民族自信等，在课堂讲授的同时，还应鼓励学生积极参加中国“互联网+”“挑战杯”中国大学生创业计划竞赛、全国高校市场营销大赛等竞赛活动，指导学生如何参赛，与学生一起探讨项目，整理设计思路，提供专业建议，鼓励学生将所学运用到实践中，激发学生创新创造力，为中国品牌，中国智造贡献力量。

参考文献：

- [1] 卢迪颖. “课程思政”视域下《国际市场营销学》教学改革与创新[J]. 内蒙古财经大学学报, 2021, 19(2): 81-84.
- [2] 李凌. 国际市场营销课程思政教学改革探索——基于中华优秀传统文化视角[J]. 对外经贸, 2020(4): 134-137.
- [3] 刘冰欣, 章天金, 李其峰. 地方高校智慧教学服务体系的探索与实践[J]. 高教论坛, 2020(10): 60-63.
- [4] 张蕾, 陈玉香, 于海业, 隋媛媛, 李大伟, 韩丽曼, 张成春. 智慧教学与BOPPPS模型结合的环境类通识课程混合式教学设计[J]. 长春师范大学学报, 2023, 42(2): 138-142.
- [5] 刘志伟, 张坤. 思政元素融入“国际市场营销学”课程的教学探索[J]. 枣庄学院学报, 2023, 40(2): 115-120.
- [6] 戴屹, 杨杰. 课程思政: 知识传授与价值引领相融合——以国际市场营销学课程为例[J]. 高教学刊, 2022, 8(8): 172-175.
- [7] 张宇伟. 基于产教融合的国际市场营销学课程实践教学改革[J]. 科学咨询(科技·管理), 2022(09): 234-236.
- [8] 贾斌斌. 释意理论下信息重组策略问题的中英交传模拟实践报告[D]. 辽宁师范大学, 2022.
- [9] 王丹, 王剑程. 信息化教学视角下CDIO教学模式的应用研究——以“国际市场营销学”课程为例[J]. 池州学院学报, 2021, 35(04): 130-133.
- [10] 赵锴, 袁晓玲, 姚芳. “国际市场营销学”课程PBL与翻转课堂的整合及实践[J]. 黑龙江教育(高教研究与评估), 2020(08): 42-44.

基金项目：本文系广东省教育教学改革研究与实践项目、广东省本科高校在线开放课程项目（2022ZXK230）和仲恺农业工程学院校级课程教育教学研究改革项目及课程思政专项教学改革项目研究成果

* 通信作者：程硕（1988-），男，湖北荆州人，副教授，研究方向：渠道运营与供应链管理。