

# “五育”视角下的职业院校课程思政教学设计与实践研究

## ——以网络营销与策划课程为例

黄燕

(江西旅游商贸职业学院经济管理学院, 江西南昌 330000)

摘要: 在乡村振兴战略与数字经济深度融合的时代背景下, 职业教育肩负着培养高素质技术技能人才的重要使命。本文以《网络营销与策划》课程为载体, 探索“五育”并举视域下的课程思政建设路径。通过构建“五维一体”育人目标体系, 打造“四阶九环”项目内容, 创新“三导六环一实施”教学模式, 完善多元评价考核体系, 旨在解决当前课程思政建设中存在的问题, 实现专业教育与思政教育的深度耦合。

关键词: 五育融合; 课程思政; 乡村振兴; 产教融合; 网络营销与策划

### 引言

职业教育承载着培养高素质技术技能人才的重要使命, 习近平总书记对此高度重视, 并强调要构建德智体美劳“五育”并举的全面培养教育体系。在数字经济蓬勃发展的当下, 互联网行业作为新兴领域, 既展现出虚拟性、跨时空性等独特优势, 也伴随着诸多问题的滋生。电子商务作为互联网行业的重要组成部分, 其专业人才在德、智、体、美、劳各方面的素养显得尤为关键。然而, 当前“五育”育人目标在电子商务专业中的应用尚显不足, 特别是对于核心课程的教学设计与实践研究尚待加强。网络营销与策划课程, 作为电子商务专业的核心课程, 不仅承担着培养数字营销技术应用能力的重任, 更肩负着厚植“懂技术、有情怀、能扎根”的高素质电商人才素养的使命。因此, 从“五育”视角出发, 深入研究网络营销与策划课程的课程思政教学设计与实践显得尤为重要。

### 一、“五育”视角下《网络营销与策划》课程思政教学设计

#### 1. 课程目标设定: 构建“五维一体”育人体系

基于江西旅游商贸职业学院供销办学特色及江西省产业布局, 结合“互联网+”时代网络营销与新媒体营销岗位的核心能力需求, 充分考虑行业快速迭代、工具虚拟化、用户年轻化等特征, 本课程以职业教育“五育”融合为导向, 构建“五维一体”育人目标体系, 培养适应数字经济发展、服务地方产业升级的高素质技术型网络营销人才。

①以“知识扎实”夯实智育根基。系统掌握网络营销基础理论、主流平台运营规则(微信、抖音、拼多多等)及行业前沿动态(AI内容生成技术等), 结合江西省电商发展现状及政策文件, 强化学生对区域经济与行业趋势的认知。引入赣南脐橙“品牌升级”、浮梁茶“文化IP打造”等本土典型案例, 解析大数据选品、社交裂变传播等知识应用场景, 培养学生“用理论解难题”的思维能力。

②以“技术过硬”强化职育核心。通过“学—练—创”三阶训练, 掌握SEO优化(如百度站长工具)、内容创作(Canva、剪映)、数据分析(蝉妈妈)等工具链, 重点突破直播话术设计、社群裂变活动策划等特色技能。依托江西供销电商“产地直供”模式, 开展“从田间到云端”全链条实践, 要求学生完成供应链对接、多平台协同推广等任务, 培养资源统筹与跨界协作能力。

③以“心中有爱”筑牢德育底色。通过“供销精神”专题模块、分享助农直播背后的故事等活动, 引导学生树立“营销为农、流量助农”的职业价值观, 强化爱岗敬业与社会责任感。

④以“审美独到”提升美育境界。将江西红色文化(井冈山

精神)、非遗元素(景德镇青花瓷纹样)融入网络营销工具应用实践, 要求学生为“庐山云雾茶”等江西茶设计直播物料、创作融入本地文化的短视频, 在文化传承中激发创新思维。

⑤以“实干兴农”深化劳育内涵。推行“标准化+个性化”双轨考核, 例如在特色产品第三方平台搭建任务中要求对照《电子商务法》标注产品资质, 在“直播脚本撰写”实训任务中严格遵循《网络直播营销行为规范》, 培养学生严谨细致的职业习惯。联合企业开展“春茶助销”“橙意满满”等实战项目, 以实际销售额、客户好评率、助农增收数据为量化指标, 让学生体验“劳动创造价值”的成就感。

#### 2. 课程内容重构: 打造“四阶九环”项目体系

课程依据网络营销系统化工作流程, 以江西特色产品营销为实践载体, 精心构建了“确定项目—制定方案—执行方案—成果展示”四大工作模块, 并进一步细化为九大典型项目。项目内容涵盖网络环境调研、营销平台搭建、搜索引擎营销、短视频营销、直播营销、社交媒体营销、整体策划等多个方面, 旨在通过全程参与项目实施, 全面提升学生的网络营销综合能力。课程内容重构注重“三个结合”: 理论与实践紧密结合, 本土案例与前沿技术相融合, 规范操作与创新思维并重。在理论教学中, 及时引入最新网络营销理论和技术成果, 确保学生紧跟行业发展步伐; 在实践教学中, 紧密结合江西本土特色产品营销实际需求, 让学生在实战中锤炼实践能力。

### 二、“五育”视角下《网络营销与策划》课程思政教学实践

#### 1. 教学实施流程: “三导六环一实施”全周期育人

课程采用“三导六环一实施”教学流程, 将思政元素融入每个环节, 实现全周期育人。课前导学: 发布微课视频, 分析相关案例, 进行知识检测。微课视频内容紧密结合课程知识点和思政元素, 让学生在预习阶段就能对课程内容有初步的了解和思考。案例分析则注重引导学生从多个角度审视问题, 培养其批判性思维和解决问题的能力。知识检测则通过在线测试等方式进行, 及时了解学生的预习情况, 为后续教学提供有针对性的指导。课中六环: 课中按照“导、析、学、做、评、定”六步开展知识传授和能力培养, 以直播实战任务为例, 通过“直播法则引规范、交流汇报谈心得、赛教融合学技巧、掌握技巧秀直播、对比分析评得失、优化改进长才干”六个环节帮助学生掌握直播规范, 培养诚信守法的意识; 引导学生直播中关注顾客粉丝需求, 培养顾客至上的营销服务意识。课后实施: 课后通过真项目(如农产品调研、农产品平台搭建与优化、农产品推广图文制作、带货短视频制作推广、

带货直播开展、农产品微信营销实践等)进行拓展,实现江西特色产品营销推广的实训目标。

## 2. 考核评价体系:多元评价体系全过程育人

考核指标体系涵盖知识素养、职业能力、思政表现、团队协作、创新意识、美育成果、劳育成效和学习态度八个维度,旨在全面评价学生的综合素质。为实现这一目标,采用了案例分析、技能认证、赛事获奖等多种评价方式,确保评价的多元性和准确性。考核方式则设定为“课堂(30%)+过程(40%)+期末(30%)”的模式。其中,课堂考核主要关注学生的知识掌握程度和学习态度,通过课堂表现、作业完成情况等进行评价;过程考核则重点考察学生的专业能力和小组协作能力,通过项目任务、实践操作等环节进行动态评估;期末考核则通过整体项目的完成程度及学生的自我总结评价、知识掌握情况,来综合评判课程思政目标的达成情况。在考核过程中,对学生的学习过程进行持续监控和评估,及时发现并解决学习中的问题;同时,通过动态追踪学生的学习数据,了解其学习进展和成长轨迹;最终,强调成果导向,以学生的学习成果为评价的核心,鼓励学生不断追求更高的学习目标和更好的学习成果。

## 三、教学效果评估与反思

### 1. 现存问题

尽管课程在“五育”视角下进行了精心的设计和实施,但在实际教学过程中仍存在一些问题和不足。

思政融入不均衡:网络营销与策划课程内容广泛,涵盖了多个专业领域,这对教师的教学提出了全面要求。然而,在实际授课过程中,部分教师过于侧重专业知识的传授和技能的培养,而忽视了思政元素的有机融入,导致课程思政的融入不均衡。这种偏向不仅影响了学生思想道德素养的全面提升,也使得课程在培养学生综合素质方面存在不足。特别地,在尝试结合区域经济发展设置课程思政元素时,如通过江西特色农产品营销推广案例来增强学生的实践能力和地域认同感,却遇到了新的挑战。部分学生由于不熟悉农产品市场,或认为农产品营销难度较大,对此类实践内容产生抵触情绪,不愿意积极参与或表现出较低的积极性。这不仅影响了课程思政元素的有效渗透,也限制了学生在实践中锻炼和提升自身能力的机会。因此,如何更好地将思政元素融入网络营销与策划课程,并结合区域特色设计符合学生实际的教学案例,成为亟待解决的问题。

技术赋能待深化:随着信息技术的飞速进步,虚拟仿真实训平台在网络营销与策划课程中的应用潜力日益凸显。然而,当前部分高校在这一方面的建设仍显不足,虚拟仿真系统尚未完全建成或达到理想状态。这一现状在一定程度上制约了课程的教学效果和学生的学习体验。具体而言,虚拟仿真系统的缺失导致教师在日常授课时面临诸多局限。他们不得不选择真实的实训平台,如抖音、拼多多、微信等,作为教学和实践的工具。然而,这些真实平台在实际教学中存在诸多不便。一方面,它们无法在短期内呈现出明显的教学效果,使得实训过程显得漫长且反馈不及时;另一方面,由于平台本身的商业属性和不断更新迭代的特点,最新的营销技术往往无法直接融入教学之中,导致教学内容与实际应用存在脱节。

考核弹性不足:在当前的网络营销与策划课程考核体系中,部分指标设置过于固定和僵化,难以全面、准确地反映学生的真实能力和水平。这一现状不仅限制了学生多元才能的展现,还在考核过程中引发了学生对公平性的质疑。尤为突出的是,当前的考核体系过于注重过程考核,要求学生长时间运营具体账号并持续输出内容。这一要求给学生带来了不小的日常压力,而且账号

运营的成功与否往往存在较大运气成分。例如,在运营短视频账号时,颜值类账号更容易获得关注和出圈,这与教学中强调的文化输出、创意内容输出的要求存在偏差。一些学生虽然数据表现理想,但并未真正激发出对内容创造的积极性和创造性;相反,另一些学生虽然输出了富有创意内容,但由于市场反馈较差,数据不理想,导致他们受到挫折,学习积极性受挫。这种考核体系无法均衡学生努力与成果之间的关系,既无法全面评价学生的真实能力,也无法有效激励学生的创新精神和实践能力。

### 2. 改进建议

针对上述问题,提出以下改进建议:

构建动态更新机制:建立“乡村振兴政策库”与“行业热点事件库”,由课程团队负责收集、整理和更新与乡村振兴和网络营销相关的政策法规、行业动态、热点事件等信息,定期发布给任课教师和学生。例如,针对农产品电商直播这一热点领域,及时收集相关的政策扶持措施、行业成功案例、直播平台规则等内容,将其融入课程教学中,让学生了解行业前沿动态,掌握最新的营销技巧和方法。每学期邀请企业的营销专家、行业精英等来校开展调研活动,了解企业对网络营销人才的需求标准和能力要求。

共建虚实融通平台:学校和企业应加大对虚拟仿真实训平台的投入,合作开发具有针对性和实用性的虚拟仿真项目。例如,开发农产品助农直播的虚拟场景,模拟不同的直播环境、观众群体、网络状况等情况,让学生在虚拟环境中进行直播练习,提高应对各种突发情况的能力和直播技巧。融合真实与虚拟实训,在日常教学中,结合真实实训平台和虚拟仿真实训平台的优势,设计多样化的实训任务。利用虚拟仿真实训平台进行初步的技能训练和模拟实战,然后在真实平台上进行实践验证和深度学习。

优化考核体系:设置“基础目标+挑战目标”双轨制考核体系,引入“公益价值系数”等多元化评价指标。设计更加灵活多样的考核指标,既考虑过程考核,也注重结果评价,确保考核体系的全面性和准确性,同时引入同行评价、自我评价等多元评价方式,增加考核的客观性和公正性。调整过程考核要求,对于账号运营等过程考核任务,设定合理的目标和期望,避免给学生过大的压力,并提供必要的指导和支持,帮助学生克服运营过程中的困难和挑战。引入“公益价值系数”,鼓励创新与实践。在考核中加大对创意内容输出的奖励力度,激励学生积极参与内容创造和创新实践,对于市场反馈较差但具有创新价值的内容,应给予适当的认可和鼓励,保护学生的积极性和创造性。

## 四、结论与展望

“五育”视角下《网络营销与策划》课程思政教学设计与实践研究旨在通过构建“五维一体”育人目标体系,打造“四阶九环”项目内容实现全周期育人目标。通过实施“三导六环一实施”教学流程和多元动态评估考核体系等措施提升课程的教学效果和学生的学习体验。然而,在实际教学过程中仍存在一些问题和不足需要不断改进和完善。

### 参考文献:

[1] 鲍月. 高职网络营销课程思政改革路径研究[J]. 辽宁师专学报(社会科学版),2024,(02):64-66.

[2] 田玲. 基于OBE理念的专业核心课程体系构建——以《网络营销》课程为例[J]. 科技风,2021,(04):33-34.

[基金项目] 2023 年校级教学改革研究专项课题:“五育”视角下的职业院校《网络营销与策划》课程思政教学设计与实践研究(编号:LSJG-23-06)