

《市场营销》课程思政教学改革探讨

——以河南林业职业学院为例

孙长平 牛永超

(河南林业职业学院, 河南 洛阳 471002)

摘要:《市场营销》是财经商贸类专业的一门必修课,在人才培养过程中不仅要求学生具备较强的营销技能,还要提升其职业素养。文章阐述了高校《市场营销》课程思政的必要性,找出本校《市场营销》课程思政建设中存在的问题,建议从设计科学的《市场营销》课程思政教学目标、提升授课教师课程思政的意识和能力、梳理《市场营销》课程各知识点的思政元素、将课程思政融入《市场营销》教学的全过程、完善《市场营销》课程思政的考核评价体系等五个方面进行改革,并给予全方位的课程思政教学改革支持,旨在提高人才培养质量。

关键词: 市场营销; 课程思政; 教学改革

在2016年全国高等学校思想政治工作会议中,特别强调要把“立德树人”作为思政教育的中心环节,同时明确思想政治教育工作的重要性。

2020年4月,教育部等八部门共同发布1号文件,要求:深入贯彻落实新时代中国特色社会主义思想,加快构建高校思想政治工作体系;同年5月,教育部又印发3号文件,要求:把思政教育工作贯穿于人才培养全过程,全面推进高校各专业、各门课程的思政建设,保证让每门课程都能充分发挥好育人作用,提高高校人才培养质量;2021年11月,教育部印发了《高等学校思想政治理论课建设标准(2021年)》的通知,其目的是进一步加强对高职院校思政理论的宏观指导,主要体现在规范组织管理、教学管理、队伍管理和学科建设等四个方面。因此,高职院校的思想政治工作与教育教学活动的结合成为一种必然,不能把对学生的思政教育仅依赖于几门思想政治课程,必须纳入每一门课程的教育教学之中。

一、高校《市场营销》课程思政的必要性

(一) 课程思政建设是各高校执行立德树人根本任务的重要举措

教育部3号文件指出,培养什么人、怎样培养人、为谁培养人是教育的根本问题,立德树人的成效是检验高校一切工作的根本标准。高职院校在执行立德树人根本任务时,必须把价值塑造、知识传授和能力培养三者融为一体、不可割裂。

全面推进高职院校的课程思政建设,就要把价值观的塑造贯穿于传授知识和培养能力的全程,以助于学生形成正确的价值观、人生观和世界观。而《市场营销》课程思政的教学改革,就是要将我国优秀的传统文化及社会主义核心价值观中为人处世的基本道理,引入到专业课程教学中,促使每一位专业课教师及其教授的专业课程共同承担好育人大任,守好自己的渠,种好自己的田,让各专业中的各门课程均与思政课程同步同向而行,形成协同效应,共同建构国家对于育人的“全员全程全方位”大格局。

(二) 课程思政建设是高职院校提高人才培养质量的重要任务

教高〔2020〕3号文件指出,高等学校人才培养是育人和育才相统一的过程。作为高职院校,要想建设高水平、高质量的人才培养体系,就必须全程融入思想政治教育,务必解决好各门、

各类的课程思政建设之间的关系,从根本上解决各专业的课程教育与思想政治教育“两张皮”的问题。同时人才培养的中心地位要牢固不变,紧密围绕建设高水平、高质量的人培体系,持续丰富课程思政的建设内容。充分挖掘各门、各类课程中所蕴含的思政元素,使学生通过专业课程的学习,就可以丰富学识、增长见识,还可以塑造品格,德智体美劳全面发展,快速成为合格的社会主义建设者和接班人。

当前,由于产品同质化严重,市场竞争日益激烈,导致不少企业的管理人员的价值观和职业道德观缺失,虚假广告、恶性竞争、低俗营销等各种不道德甚至违法的营销手段层出不穷,这不仅有害消费者利益,更是对社会造成很多负面影响。同时,当前社会思想的多样化以及网络信息化,让不少学生的价值观出现扭曲,在就业选择上也会面临诸多困惑。所以,任课教师在《市场营销》课程的讲授中,急需将传统文化及社会主义核心价值观等优秀的思政元素融入课堂教学,于无形中教育和引导学生,帮助其树立正确的三观,为社会培养出德才兼备的优秀营销人才。

(三) 高职院校提升课程思政建设水平是满足社会对人才选用的客观要求

在党的十八届六中全会中,就提出选拔任用干部的要求,即德才兼备、以德为先。这也为机关事业单位选拔人才确定了明确的德育方面的标准,充分体现出“德”在社会用人中的作用和地位。

很多企事业单位在校招时,也对品德方面提出明确的要求,如诚信、团队协作、吃苦耐劳、勇于承担责任、有担当等。因此,高校在人才培养的过程中,必须把育人放在首位,在传授专业技能的同时,更要引导学生学会立身处世,这也是市场营销课程思政的初衷和社会对人才选用的客观要求。

二、我院《市场营销》课程思政建设存在的问题

(一) 存在“贴标签、两张皮”的现象

目前,大多数高校的思政教学都是单一的教师讲授型,方法较为单一,我院亦是如此。《市场营销》课程每学期基本都是一位教师授课,对于思政元素虽有挖掘,但不充分、不深入,也很难恰当地将挖掘出来的思政元素融入相应的知识点中。教师授课过程中,想到哪就说到哪,没有规划,没有目标,效果自然就不明显。有些甚至为了应付工作,授课计划和教案都有思政元素的体现,但真正授课时依然按照固有的思路、原有的方法授课,存在“贴标签、两张皮”的现象。学生看待思政课程,也是“可有可无、无所谓”,不能充分认识到思政课程和课程思政的紧密联系。

课程思政不仅要改变教师的教,还要纠正学生的学,不能把课程思政简单当作思想政治课程的简单延续,否则既容易适得其反,又有可能达不到理想的教学效果,浪费人力、物力和财力。

(二) 课程思政目标不明确

高校课程思政处于起步期,尚未形成较为成熟的模式。我院《市场营销》课程思政于2020年6月启动,许多根本性问题尚未研究透彻。比如,实施课程思政的最终目标怎样,如何实行,有哪些困难,考核标准如何评价,在教学中如何定位,市场营销专业的其他各门课程的思政教育目标如何统筹安排等一系列问题,均缺乏相对统一、

权威的解释。更为重要的是,思政目标模糊,导致教师在实施教学时随意性很强,必将使教学效果和人才培养质量大打折扣。

(三) 课程思政内容欠缺

首先,思政教学内容太少甚至没有。尽管教师在讲授市场营销环境时会融入相关的时政内容,但内容相对较少、不系统且分析不深入,而课程思政教育需要润物细无声的长久熏陶,系统化的训练,这种碎片化的思政元素太过零散、欠缺。

其次,教师日常选用的教学案例过于西化和老化。目前,各大高校的市场营销理论体系大部分是沿用西方的理论体系,教师在知识讲授时不可避免地采用西方国家的案例来对知识点进行分析和说明,而西方企业的成功经验并不完全适应具有中国特色的社会主义市场经济特点,甚至有的老师一个案例用多年,脱离时代的发展步伐,不能抓取多样化的、富有时代特色的新型案例,这都违背了课程思政的教学目标和专业人才培养目标的要求。

(四) 课程思政教学定位不好把控

很多教师对《市场营销》课程思政中的教学定位把控不准,在教学过程中容易出现极端现象。如:认为课程思政就是一个形式而已,不充分研究思政内容,课时又少,根本达不到人陪方案中的预期效果;或者部分教师过于强调课程思政而忽视专业课程的知识讲解,顾此失彼的做法也不利于人才的培养。

三、《市场营销》课程思政的教学改革思路

(一) 设计科学的《市场营销》课程思政教学目标

我院《市场营销》课程主要在市场营销电子商务和跨境电商等商科类专业开设,是一门实践性较强的专业课程。通过本课程的学习,使学生理解市场营销基本理论、基本知识和基本方法,认识市场营销工作的特点、职能要求和方法,掌握市场分析、目标市场选择等方法,培养学生制定营销组合策略的基本技能以及诚实守信、遵纪守法、勇于探索、勇于创新的职业素养,提高学生的合作精神和协调管理能力,为以后从事市场营销工作奠定基础。

《市场营销》课程思政教学目标的设计,要根据不同的专业、不同的育人目标,深度挖掘、认真提炼各专业知识体系中所蕴含的思政元素,从《市场营销》课程的广度和深度上进行拓展。其目标主要体现为:培养法治意识,做到遵纪守法,不搞虚假营销;培养爱岗敬业、立德力行的职业品德;培养诚信经营、公平竞争的职业道德;培养绿色发展和社会责任担当意识;培养吃苦耐劳、勇于创新的科学精神;培养团结协作和管理协调能力;培养爱国主义情怀;增强文化自信意识;养成良好的心理素质 and 人文素养等。

(二) 提升授课教师对于课程思政的认识和能力

提升《市场营销》课程思政建设水平,授课教师最为关键。教师需从自身出发,进一步强化育人意识,结合本专业知识要求确定育人角度,确保《市场营销》课程思政的建设能够顺利有效实施,提升育人能力。另外,还需要进一步加强授课教师的课程思政能力建设,充分利用各种平台的慕课、微课资源,与其他课程教师共同学习、研讨,不同课程、不同专业之间经常性地组织经验交流、教学观摩与培训等活动,尽量利用现代信息科技手段,如泛雅平台、超星学习通资源的利用等,可以促进优质资源的共享。

此外,依托学院思政课教师深入开展马克思主义政治经济学、中国特色社会主义理论、商务法律法规等与本专业相关的专题培训。充分发挥市营电商教研室“市场营销专业”教学团队及《市场营销》课程组的作用,建立课程思政集体研讨制度,邀请基础部思政课教师加入,共同商讨《市场营销》课程思政的建设内容,提升专业教师课程思政建设的认识水平和建设水平。

(三) 梳理《市场营销》课程各知识点的思政元素

认真学习相关文件,对接《市场营销》课程思政目标,梳理

课程教学中的知识点,挖掘思政元素,并根据课程知识制定相关的思政元素表。

比如在“市场营销认知”项目中,融入“爱国主义、诚信经营、团队协作、理性消费”等思政元素,旨在帮助学生树立通过营销满足人们正当需求、促进国民经济发展的理念。

在“理解市场营销道德和企业社会责任”项目中,融入“诚信意识、责任意识、法治意识”等元素,使学生正确认识营销道德和企业社会责任,建立全面营销观,拒绝低俗营销。

在“市场营销环境分析”项目中,融入“爱国主义、辩证思维、应变思维、系统观念、绿色发展意识”等元素,使学生正确认识环境因素之间关联,正确利用和保护资源;在“消费者分析及竞争者分析”项目中,融入“社会主义核心价值观、诚信、平等、友善、共赢”等元素,旨在引导学生理性消费,帮助学生树立正当竞争意识,在竞争中还要关注对方利益及社会利益,避免损人利己;在“产品策略”项目中,融入“工匠精神、爱国主义、民族自豪感、创新精神”等元素,旨在帮助学生树立不断创新、追求精益求精、敬业奉献的工匠精神;在“定价策略”项目中,融入“社会主义核心价值观、诚信、法治”等元素,引导学生合理定价,利用价格工具正当竞争;在“分销策略”中,融入“团队协作意识、共赢理念”元素,帮助学生树立团队协作意识,做好与分销商的通力合作,实现共赢;在“促销策略”中,融入“社会主义核心价值观,即爱国、敬业、诚信、友善以及团队协作精神”元素,引导学生在产品广告宣传时要讲诚信,实事求是;在营业推广、公共关系与人员推销中要做到同心协力,与人为善。

(四) 将《市场营销》课程思政融入教学的全过程

教育部3号文件指出,高校课程思政要进课堂,进课程设置、进教学大纲、进教案评价。这就要求教师在设计课程目标、修订教学大纲、选用教材和编写课件等方面都要挖掘思政资源,并将思政元素融入课堂教学的各个环节。

《市场营销》课程思政要充分利用好重点教材,使思政内容进教材、进各专业人才培养方案、进日常授课的教案课件、进过程性考试,充分调动学生学习热情,创新授课方法,在课程思政教学中利用现代信息技术引导学生主动深入思考。同时,《市场营销》课程作为一门实践性较强的课程,建议使用第一课堂和第二课堂相结合的方式,促使学生把第一课堂学习的思政理论在第二课堂中得以内化,如开展“商贸周”活动、“娃哈哈校园营销大赛”“小零售校内促销”活动等,通过第二课堂的实践练习,培养诚实守信、吃苦耐劳、团结合作、挑战自我等职业素养,不断拓展《市场营销》课程思政的建设内容。

(五) 完善《市场营销》课程思政的考核评价体系

2021年11月教育部的2号文件,主要针对本科院校的思想政治理论课程建设制定了相应的标准,但课程思政的建设评价标准尚未出台。鉴于此,《市场营销》课程思政的评价标准主要参考《河南省本科高校课程思政样板课程评价标准(参考标准)》进行拟定。该标准主要从教学目标、课程教学、课程评价和课程教师四个方面进行评价,其中教学目标主要从育人目标、教学设计两方面考量;课程教学主要从教学资源、教学内容、教学过程、方法手段和教学考核等方面进行考量;课程评价主要是评价评教;课程教师主要从任课教师的素质能力和主体责任来进行考量。

课程思政建设评价的首要标准就是人才培养的效果。因此课程思政在建设过程中,必须建立多维度的考核评价体系以及监督管理机制,使考核评价工作能在高校教学改革中顺利实施。

《市场营销》课程思政的评价目标主要从教师和学生双向评价《市场营销》课程思政的教学效果,具体思路:从思政融入的角度,

结合教学目标,设计并实施教学过程,进而提升学生的思政水平,其目的主要是引导学生树立正确的三观,使学生达到德技双修的培养要求。

具体评价方法分为教师自评和学生评价两个模块,按照加权平均法进行计算,其中教师评价占40%,学生评价占60%,体现教师主导,学生主体。教师评价部分包括思政融入的程度、教学

目标及教学过程的设计、实施、学生的思政水平的提升等方面;学生评价部分,采用问卷的方式,设计12各问题,前10个封闭式问题,按照平均分计分,最后两个开放性问题,学生每回答一个问题,额外加2分,学生评价部分最高不超过100分。具体计算公式为:市场营销课程思政教学评价=教师评*40%+学生评*60%。具体评价标准如表1和表2所示。

表1 市场营销课程思政教学评价(教师评)

评价指标	评价标准及内涵	分值	备注
思政融入	结合人才培养目标,有课程思政的目标及思政的教学内容,能挖掘课程教学内容和教学方式中所蕴含的思政元素,并把思政元素巧妙的融入教学过程,提高教书与育人融合度。	25	
教学目标	以能力培养为中心,融专业能力、方法能力和社会能力于能力目标中,目标描述明确、具体、可检测。	10	
教学设计	根据高职特点和职业岗位要求精选教学内容,教学内容选择重在培养学生解决实际问题的能力;有学习任务设计,注重任务(项目)驱动,科学设计学习型工作任务,任务编排合理。	15	
教学实施	体现以学生为主体,精讲多练,注重课堂教学互动;理论与实际相结合,认知过程符合认知规律,知识围绕应用展开;教学方法灵活多样,善于启发;善于运用现代教育技术优化教学过程;教书育人,为人师表;备课充分,管教关导;重点难点有板书,普通话标准	30	
教学效果	课堂气氛活跃,学生能积极思考,教学目标达成度高,育人效果好。	20	
合计:		100	

表2 市场营销课程思政教学评价(学生评)

评价指标	学生答案			
1. 课程相关内容的传授（ ）	A. 非常好 （100分）	B. 好 （80分）	C. 一般 （60分）	D. 差 （40分）
2. 课程讲授的技巧（ ）				
3. 本人的掌握程度（ ）				
4. 运用的教学方法（ ）				
5. 课程兴趣（ ）				
6. 达到课程目标（ ）				
7. 授课内容体现时代特色（ ）				
8. 这门课蕴含的思政元素（ ）				
9. 这门课对我有启发性（ ）				
10. 你对这门课的印象是（ ）				
11. 请您谈谈对学校开展“课程思政”的认识理解、实施效果、困惑和建议：				
12. 请给出老师讲课的宝贵意见及改进措施：				

四、结语

课程思政建设是一项系统工程,需要结合专业特色和课程特色进行顶层设计,系统规划,循序渐进,以点带面进行教学改革,提升教学效果,这就要求学校各级领导的重视和支持,从上至下推动课程思政教学改革。同时,还需要各种规章制度的制定、执行及人力物力财力的支持,促使《市场营销》课程思政成为学校的标杆,进而总结推广先进的教改经验和做法,促进其他专业课程的思政建设和发展,全面形成广泛开展课程思政建设的良好氛围,提高人才培养质量。

参考文献:

[1] 耿萍. 高校思政课建设过程中的价值引领与思考[J]. 辽宁省社会主义学院学报, 2016(04).

[2] 职教桥. 教育部关于印发《高等学校课程思政建设指导纲要》的通知[EB/OL]. 2020-07-14/2022-02-22.

[3] 韩丽. 写作课程中思政教学设计的探索[J]. 人文之友,

2020(07): 191.

[4] 杨莉. 高职院校构建“立德树人”服务体系探究[J]. 现代职业教育, 2016(06): 147.

通讯作者: 孙长平, 河南林业职业学院, 河南省洛阳市人。

作者简介:

孙长平(1982—), 女, 汉族, 河南省南阳市人, 河南林业职业学院, 硕士, 市场营销教研室主任, 讲师, 研究方向: 市场营销。

牛永超(1973—), 女, 汉族, 河南省新郑市人, 河南林业职业学院, 硕士, 市场营销专业负责人, 副教授, 研究方向: 营销管理。

(本文为2021年首批河南省职业教育和继续教育课程思政示范项目——《市场营销》, 2021年河南林业职业学院教育教学改革项目——《市场营销》)