

# “市场营销”课程思政教学改革探讨

谢利

(哈尔滨广厦学院 黑龙江哈尔滨 150001)

**【摘要】** 市场营销在我们的生活中随处可见,某些企业和个人为了追求盈利不择手段,进行虚假营销、低俗营销等。其主要原因是企业相关人员缺乏社会主义核心价值观和职业道德。所以对市场营销课程进行课程思政教学改革显得尤为重要,在市场营销课程教学中需注意思政元素的挖掘和有效融入,并对教学实施模式和方法、实施路径等几个方面进行探讨。

**【关键词】** 思政元素;教学实施模式和方法;市场营销

**DOI:** 10.18686/jyyxx.v3i9.55399

## 1 市场营销课程思政教学内容实施

虽然企业为了生存和发展必须要考虑盈利,但我认为“君子爱财,取之有道”才是企业营销的正道。将课程思政融入市场营销教学过程中,首先需要重构市场营销课程教学目标,除了常规教学中的知识目标 and 能力目标外,还需注重德育目标的建立。其次围绕德育目标进行课程思政学习并挖掘课程思政元素,从而根据教学内容的需要精心挑选思政案例并建立思政案例集,本门课程一共有五个理

论模块,十二章具体章节内容,课程思政元素主要先从章到节,再到具体某个知识点进行深度挖掘并实施,详情见表1。关于市场营销课程的思政元素和案例相对较丰富,但也不可能在本门课程中完全体现,需要根据实际教学做到有效取舍,确定课程思政元素的融入时机、时间及融入方法,不能打破原有知识的逻辑体系。最后在课堂讲授过程中需做到理论内容和思政融入的有机平衡。

表1 市场营销课程思政具体实施

章节	思政元素	具体实施
第一章 市场营销概论	价值观念与社会责任——市场营销观念的演变	开篇引入疫情话题。拥有社会市场营销观念的企业,通过实际案例分析社会营销观念的运用。激发学生的爱国情怀,例如这次疫情也让学生们体会到身为中国人的骄傲与自豪。另外作为中国人和中国的企业,更应成为有社会责任感的个人和企业。
第二章 市场营销环境	1.尊老爱幼的传统美德 2.自然环境的保护与新能源技术的开发 3.增强法律意识 4.文化自信	通过次疫情让学生思考这将给哪些企业带来机会和威胁,启发学生辩证地思考问题。 1.分析我老龄化人口环境时引导学生应尊老爱幼,为之后学生选择就业或创业的方向提供帮助。 2.自然环境中自然资源短缺、新能源的开发会给企业的营销活动带来深远的影响。引导学生应养成保护自然环境、勤俭节约的良好习惯。 3.政治法律环境,提出企业需要了解国家相关法律和政策,不能为了盈利而触犯法律法规,同时也提醒学生注重法律法规的学习,提升自身的法律意识。 4.在讲授社会文化环境时可以融入具有我国文化特色的风俗习惯,增加学生的文化自信。
第三章 市场及购买行为分析	1.中华传统文化四个自信中的“文化自信” 2.职业道德	1.引入“筷箸文化”与杜嘉班纳案例。将中国传统文化对我国消费者行为的影响进行分析。通过对中国传统文化的学习和理解,激发学生们将中华优秀传统文化的优良传统继续发扬光大,建立文化自信。企业或个人在营销的过程中可以多加入一些中国传统文化元素,从而引起消费者意识和行为的共鸣及偏爱。 2.引入讨论话题——企业为什么会邀请明星进行代言,会有哪些利弊;网络直播的影响力与目前存在的主要问题。启发学生思考社会群体对消费者购买行为的影响。

第四章 市场营销调研与预测	1.实事求是 2.工匠精神 3.职业道德	1.引入毛主席的经典话语“没有调查,就没有发言权”。市场调研与预测工作需要实事求是,不能为了利益而随意造假,需要用科学的态度和方法,客观反映市场规律。 2.讨论案例及视频《中国制造 2025》。市场预测需根据实事求是的市场调查做出正确的企业决策,同时企业制定战略还需结合国家发展的大目标,正确认识国家发展进步对消费者需求带来的变化。 3.大数据精准营销。大数据时代公众隐私保护,营销从业人员应具有职业道德。
第五章 市场竞争战略	1.正确处理竞争关系 2.民族精神 3.实现中国伟大复兴梦	引入竞争与合作讨论话题——课前指导学生提前收集有关竞争合作的案例资料或身边的故事,初步形成对竞争与合作的认知,课上分享视频——马化腾和马云谈竞争与合作;一带一路倡导下的合作共赢战略。使学生认识到需要在竞争中求合作,积极宣扬我国的传统文化——合作精神。使学生认识到在生活、学习和工作中需发挥各自的优势资源,正确处理好人生中的竞争关系将会获得最大的成功。
第六章 目标市场营销战略	1.精准扶贫、爱心扶贫 2.精准的市场定位	市场细分、目标市场选择、市场定位讲解时可结合国家进行精准扶贫、爱心扶贫、发展新农村建设,以及一些红色、绿色创业项目等等。给与学生创新创业思维的引导以及增加学生参与国家发展的融入感、参与感和责任感。
第七、八、九、十章 4P(产品、价格、渠道、促销)策略	1.创新精神、工匠精神 2.传统美德 3.人文精神 4.法律与责任意识 5.传统节日文化的传承	产品策略讲解时在产品的整体概念中,企业进行产品设计与生产需充分考虑消费者的需求,发挥创新精神和工匠精神。对于品牌的内涵,品牌文化的传播,品牌的作用讲解,需强调品牌对提升国家竞争方面的作用。包装讲解时引入“买椟还珠”的故事对学生进行启发思考,产品包装尽量避免过度包装,坚决抵制浪费和奢侈包装等对资源和环境的破坏。 价格策略讲解时引入《我不是药神》看(药品)产品定价问题。企业需遵纪守法,选择合适的定价方法和定价标准,制定适当的价格以获取合理的利润。 渠道讲解时引入讨论话题——直销与传销,网络营销与网络诈骗并参与讨论,从而增强学生的法律意识和辨别能力。同时作为营销人员在营销时应杜绝恶性窜货的行为,不能以追求私利而损坏他人及企业的利益,应具备良好的从业道德。 促销方案设计中可让学生结合我国传统节日(端午节、中秋节、国庆节等)为背景来设计相关促销方案或海报。
第十一章 国际市场营销	1.国际化视野 2.实现中国的伟大复兴	引入讨论话题:国际市场营销与国内营销有什么区别?我国著名的跨国企业都有哪些?同时引出海尔、华为、福耀集团走向国际化实施案例培养学生国际化视野,培养热爱祖国,有责任担当的精神。加强企业家精神的培养与实现“中国梦”的理想信念和承担起实现中国的伟大复兴使命。
第十二章 服务营销	注重学生营销服务意识培养。	以顾客需求为营销的出发点,引导学生树立良好的职业道德修养,具备诚实守信、良好的平等沟通、爱岗敬业、吃苦耐劳等良好的个人品质。

## 2 课程思政教学模式与方法改革

采用任务驱动法。让每个班的同学自行组成多个小组,组建团队,选取合适的具有中国特色的公司进行营销案例分析。根据教学进度,要求每个小组对选取的研究对象公司从研究背景、营销环境、市场状况、STP 战略和 4P 策略为主线进行分析,每组成员共同讨论和研究,收集各种不同的资料,最后形成一个集思广益的研究结果,并制作 PPT 在班级进行案例分享。这样有利于培养学生的团队精神和提升学生的创新能力。

利用网络辅助教学。我们身处“互联网+”、大数据的这一背景下,这给我们的教学带来了很大便利,我们可以运

用学习通网课的形式,与学生随时进行话题互动讨论。学习通网课可以记录每位同学对教学视频、案例资料、课件等在线教学资源的观看和下载,讨论话题和抢答活动的参与,章节测试的完成情况进行痕迹记录,同时当学生在学习中遇到问题可随时通过学习通平台或微信发送信息给老师,老师就能突破时间和空间的限制更方便地实现对每个学生学习状态的把握,另外对于部分学生懒学、怠学、不学的状态可以通过通知与学生重点交流,从而实现师生之间的实时互动。在这次疫情下,虽然打破了传统的教与学的教学模式,但也给教学课堂带来前所未有的畅快沟通,打破了传统教与学的时空边界。

### 3 市场营销课程思政建设实施路径与成效

#### 3.1 第一课堂与第二课堂

在市场营销课程教学中,除了正常设置的第一课堂外,还积极开展第二课堂,例如,学生通过学习市场营销课程,需要选择一家公司进行深入分析,并在授课班级内举行市场营销案例分析大赛,以工商管理专业成立的企业模拟经营竞技协会为依托,积极鼓励学生参加各类比赛,如海峡两岸大学生营销模拟决策大赛、创新创业大赛、第四届黑龙江省大学生企业运营虚拟仿真大赛等。每次比赛都展示了指导教师的教学水平与专业技能,参赛学生在比赛环节也锻炼了团队协作和创新精神。同时也开阔了专业教师和学生的营销视野,进一步激发教师和学生共同学习、共同进步的热情,同时也能更好地实现“以赛促教、以赛促学、以赛促改、以赛促建”的教学目标。

#### 3.2 理论课与实践课

市场营销是一门理论与实践并重的课程,共60学时,其中理论教学40学时,实践教学20学时,另外同学期还开出16学时的市场营销实务实训课程。学生在学习各理论章节时都会有对应的实训任务,这种理论与实践并重的教学安排,可有效提升学生的学习效果和实践能力。同时在实训环节也需加入课程思政元素,例如,在实训环节对促销方案的设计中,就可以以我国传统节日如端午节、中秋节、国庆节等为背景,让学生结合所研究企业设计的新产品绘制促销海报(POP海报)。

#### 3.3 课堂教学与网络教学

注重课堂教学与网络教学的有效融合,首先充分利用学习通中已建好的市场营销网课资源,使在学习通上的网课资源为学生提供较好的教学辅导,便于学生课前和课后的自主学习;同时采用多媒体教学,使教学效果更直观形象。学习资源提供了各类丰富的教学资料,加强学生知识的深度扩展与学习;在学习通和微信群进行教学互动在线答疑、学习讨论,加强与学生的互动和情感链接。

### 4 市场营销课程思政改革特色与创新

#### 4.1 加强中国特色在营销理论中的体现

目前市场营销课程的主要理论体系还是主要沿用市场营销学之父——科特勒的《营销管理》的体系,其营销理论和案例大都来自于西方市场环境,并不完全适合目前中国

市场经济的发展和营销教学的需要。因此,结合目前中国经济发展的实际情况,市场营销课程思政建设中必须讲好中国故事,需将更多具有中国特色的市场营销案例引入市场营销教学中,从而形成具有中国特色的营销理论。

#### 4.2 建立多元化课程资源分享

本课程目前已在学习通平台建立起较为丰富的多元化课程资源,并实时开放。其中主要资源包括教学大纲、教学日历、电子教材文本、课件PPT、知识点讲解视频、案例资料(视频、文本、资源链接等)、讨论话题、每章知识点总结思维导图和章节习题测试等等,可以为学生提供课前预习和课后复习的学习拓展资料,这可以较好提升学生自主学习的积极性和学习效果。例如,在所授课堂上,有的同学在上课前已经将本次课堂讲解内容进行梳理,并已记好相关笔记,上课期间可以有效缩短学生课上做笔记的时间,从而提高课堂的互动性和学生的听课效果,更有利于学生对所讲知识点的内化理解,特别是对于重点和难点的知识点,学生还可以结合多元化课程资源进行课后的深入细化学习并进行知识的完善和巩固。

#### 4.3 做好“三类课堂”的混合式教学

做好第一课堂与第二课堂、理论课与实践课、课堂教学与网络教学这三类课堂的混合式教学,这种教学可以将传统的教学时间和空间进行扩展,同时能更好地实现教师和学生“学”和“习”的混合,通过“习”将学到的营销知识内容具体应用到实践中。最后做好每类课堂在本门课程中考核的标准和考核比例。

#### 4.4 利用现代化技术使教学手段与方法多样化

新文科背景下合理应用现代信息新技术,实现教学手段与方法多样化。例如,在教学的过程中利用Mind Master思维导图软件绘制本门课程的知识点思维导图,网络学习资源的预习与复习,网上互动交流,同时课上充分采用互动式、体验式教学方法,通过提问、案例讨论、情景模拟演练等形式使原来学生被动的学习变为主动学习,使学生能够更好地理解掌握和应用营销的相关知识,最后在学习和实践中引导学生思维高度和思维能力的提升,进而起到提升核心价值观的引领作用。

**作者简介:** 谢利(1987.6—),女,重庆人,硕士研究生,讲师,研究方向:企业管理,市场营销。

### 【参考文献】

- [1] 刘承功.高校深入推进“课程思政”的若干思考[J].思想理论教育,2018(6):62-67.
- [2] 李峰,马靖忠,张嘉威,等.市场营销学课程思政教学改革[J].中国市场,2019(33):78-79.
- [3] 马智萍.“课程思政”理念下市场营销教学改革探讨[J].国际关系,2019(11):86-87.
- [4] 白云华.高职院校市场营销专业课程思政建设路径探索[J].才智,2019(9):26-167.