

# 课程思政融入高校市场营销教学实践

王芸<sup>1</sup> 张创业<sup>2</sup> 赵博辰<sup>3</sup>

1. 西安海棠职业学院; 2. 西京学院; 3. 深圳航空西安分公司

**摘要:** 课程思政融入高校市场营销教学不仅有助于高校落实立德树人根本任务, 还可推动专业教育与思政教育协同发展。但当前课程思政融入高校市场营销教学还面临教师思政素养与教学能力不足、课程内容与思政元素融合深度有限、传统教学模式难以激发学生价值认同等困境。高校必须强化教师思政专题培训与跨学科协作, 构建市场营销案例与思政资源联动库, 同时采用情景模拟与混合式教学提升学生参与度。

**关键词:** 课程思政; 高校; 市场营销教学

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6288.2025.07.230

## 引言

在新时代高等教育深化改革向纵深推进的背景下, 课程思政作为落实立德树人根本任务的一大路径, 正日益成为高校专业教学改革战略聚焦点。市场营销作为与社会经济发展高度关联的应用学科, 其教学实践不仅承担着培养专业能力的任务, 还需回应“为谁培养人”这一教育根本命题。当前, 全球化与数字化的深度交织加剧了商业伦理的复杂程度, 但部分高校在专业教学中仍存在价值观引导碎片化、思政元素与知识体系融合不足等问题。如何在市场规律遵循与社会责任践行的双重维度下, 培养兼具专业素养和家国情怀的营销人才, 成为亟待破解的重要课题。本文立足课程思政与市场营销教学融合的理论逻辑和实践需求, 从重要意义、现实困境、实施策略三个方面展开系统探讨, 旨在探索一条既可强化社会主义核心价值观引领, 又能促进学生价值认同的专业教学创新路径, 为新时代商科教育的思政转型提供实践参照。

## 一、课程思政融入高校市场营销教学的重要意义

### (一) 落实立德树人根本任务

课程思政融入高校市场营销教学有助于落实立德树人根本任务, 重塑专业课程价值体系, 将社会主义核心价值观有机融入市场运行规律与商业伦理的教学内容之中。市场营销作为与市场经济实践紧密相连的学科, 其教学过程必然涉及利益权衡、消费者权益保障、社会资源分配等伦理层面的问题, 这就为思想政治教育提供了具体且生动的实践平台。以品牌定位教学为例, 教师在课程中可引导学生思考“流量优先”与“社会责任”之间的矛盾; 在分析价格策略时, 深入探讨“利益追求”与“民生关切”的平衡问题。这种融合将抽象的价值观教育转化为可感知、可参与的决策场景, 通过不断引导学生进行价值层面的思考, 帮助他们构建“商业道德”

的认知体系。从本质上讲, 市场营销活动是对社会需求的价值反馈, 而课程思政的融入能够让学生突破工具理性的束缚, 在掌握市场营销专业知识的同时, 深刻理解“以人民为中心”的发展理念, 形成对中国特色社会主义市场经济的内在价值认同。这种教育模式不仅回答了高校“培养什么样的人”这一根本性问题, 也为商科教育赋予了契合时代发展要求的重要使命。

### (二) 推动专业教育与思政教育协同发展

市场营销专业教育与思政教育的深度融合, 实则是知识体系和价值体系的结构结合, 其改变了传统商科教育中“技能传授”和“价值观培养”相互分离的状况。从学科特点来看, 市场营销理论中的消费者行为分析、市场细分策略、传播模式构建等内容, 与诚信经营、公平竞争、社会责任等思政元素有着天然的共生联系。如消费者的心理研究能够延伸到对“需求异化”的批判性思考, 数字营销技术的应用可以关联到数据伦理与隐私保护的价值观引导。这种协同发展, 不仅加深了专业课程的育人深度, 还通过注入价值逻辑, 重新构建了学科认知范式<sup>[1]</sup>。当学生认识到市场调研不只是数据收集的工具, 更是洞察社会需求的窗口; 广告策划不只是创意的竞争, 更是文化价值观的传播载体时, 专业知识就升华为对社会运行规律的立体认知。这种教育转型, 既摆脱了“贴标签式”思政灌输的窘境, 也促使专业教育从“技术理性主导”转变为“价值理性引领”, 有助于实现教育目标从“培养市场工具”到“塑造时代新人”的根本性转变。

## 二、课程思政融入高校市场营销教学的当前困境

### (一) 教师思政素养与教学能力不足

市场营销专业教师在思政理论储备与教学转化能力上存在双重短板, 这是制约课程思政实效性的一大瓶颈。多数教师长期聚焦市场分析、消费者行为等专业领域,

对马克思主义理论、社会主义核心价值观的认知较为浅显,难以精准挖掘思政元素与营销知识的内在契合逻辑。在讲解市场竞争策略时,教师往往着重于波特五力模型等专业工具的运用,却较少引导学生思考垄断行为对社会福利的负面影响,或是企业规模扩张与共同富裕目标之间的辩证联系。这种专业教学与思政教育的割裂,源于教师对“课程承载思政”内涵的理解不够深入,误将价值观教育等同于案例的简单附加或口号的生硬植入,致使思政融入呈现出碎片化、形式化的倾向。更深层的问题在于,市场营销学科的实证主义传统与思政教育的价值导向存在冲突,部分教师缺乏将二者辩证统一的哲学思辨能力,既无法在全球化的宏观视野中清晰阐释中国特色社会主义市场经济的制度优势,也难以在数字化营销技术的教学过程中有效融入网络安全、数据伦理等新兴思政议题。这种能力上的不足,使得课程思政常常沦为“专业内容”与“思政标签”的机械叠加,大大削弱了价值观教育应有的影响力。

#### (二) 课程内容与思政元素融合深度有限

当前高校市场营销教学中课程内容与思政元素的融合存在深度不足的问题,多停留在浅层关联阶段,未能实现价值逻辑和知识体系的结构互嵌。部分教师在教学设计时,将思政内容简单处理为“案例库扩充”,如在品牌管理章节引入鸿星尔克“野性消费”事件,于促销策略单元讨论“雪糕刺客”现象,然而这种嫁接式的融入仅局限于现象描述,缺乏对资本逻辑、消费异化等深层矛盾的批判性引导。更深层的问题是课程思政资源开发出现“供需错配”:一方面,现有的思政案例库大多聚焦宏观政策解读或者道德模范宣传,和市场营销的微观决策场景关联度较低;另一方面,具有思政潜能的专业知识点,例如大数据杀熟背后的算法伦理、直播带货中的虚假宣传治理等,未能得到系统挖掘。这种浅表化的融合使得学生难以建立专业知识与社会责任的内在联系,甚至错误地将思政教育看作脱离市场实践的道德说教。

#### (三) 传统教学模式难以激发学生价值认同

以知识传授为主导的传统教学范式,与课程思政所强调的价值内化目标存在着结构性矛盾。在讲授式课堂情境下,教师往往只是单向输出营销理论以及思政观点,学生处于被动接收信息的状态,缺少进行价值思辨的实践场域,这种“填鸭式”的思政教育方式很容易引发学生的认知倦怠,甚至导致隐性抵触情绪的产生<sup>[2]</sup>。特别是在 Z 世代学生群体当中,其碎片化阅读习惯以及交互式的学习偏好,使得他们对于“理论灌输+结论告知”

的教学模式接受程度较低。如在讨论广告伦理时,部分教师仅仅通过 PPT 展示《中华人民共和国广告法》的条文以及违规案例,却未能创设“虚假宣传危机处理模拟”“消费者权益保护辩论”等沉浸式学习情境,导致学生难以真正理解“诚信经营”从法律约束转变为价值自觉的转化逻辑。此外,现有的课程评价体系偏重案例分析报告、营销方案设计等技能方面的考核,很少设置价值观反思日志、社会责任评估等质性评价维度,这种“重术轻道”的导向进一步削弱了学生对思政内涵的重视。当课程思政不能融入学生的意义建构过程时,价值观教育就会退化为获取学分的附加条件,无法成为影响学生职业选择与商业决策的深层认知框架。

### 三、课程思政融入高校市场营销教学的实践策略

#### (一) 强化教师思政专题培训与跨学科协作

高校构建“理论研修—教学转化—实践反思”三位一体的教师发展体系以系统提升教师课程思政设计与实施能力,需依托马克思主义学院与商学院联合开设“市场营销课程思政能力提升工作坊”,围绕“中国特色社会主义市场经济理论”“数字化时代的商业伦理重构”“社会主义核心价值观与营销决策融合路径”三大模块展开深度研修,并通过经典文献共读、融合式教学设计案例拆解、思政元素萃取工具实操等环节,帮助教师建立思政理论与专业知识的逻辑连接框架。同时建立“思政导师+专业教师”跨学科协作机制,由思政专家指导专业教师挖掘《消费者行为学》《品牌管理》等核心课程中的隐性思政资源,如在市场分析中嵌入共同富裕目标下的消费升级观察,在全球化营销策略中融入“双循环”新发展格局的国情教育,还要搭建校企协同平台,邀请有社会责任感的企业管理者参与教师实践研修,通过剖析真实商业场景中的伦理困境,如大数据杀熟的技术伦理争议、直播带货的虚假宣传治理等,增强教师对思政元素的应用转化能力<sup>[3]</sup>。另外,设立“课程思政教学创新实验室”,鼓励教师以小组形式开展融合式课程开发,定期举办跨校教学观摩与反思沙龙,通过“教学设计—课堂实施—学生反馈—迭代优化”的闭环,持续提高教师的思政教育胜任力。

#### (二) 构建市场营销案例与思政资源联动库

高校应构建“主题分类—动态更新—多维应用”一体化课程思政资源库,实现专业知识点与思政元素的结构化匹配。高校可依据市场营销知识体系与思政教育目标的双重逻辑,将案例库划分为“商业伦理与社会主义核心价值观”“数字经济与社会责任”“中国特色社会主义实践”三大主题板块,各板块下设若干子模块,如“商

业伦理”板块细分为“诚信经营与消费者权益保护”“反垄断与公平竞争”“绿色营销与可持续发展”等。每个子模块采用“理论导图+典型案例+教学指南”的结构化设计。理论导图阐明该领域的思政要点与专业知识的联结逻辑；典型案例选取具有时代性、争议性的真实商业事件并配套开发包含“事件背景—思政对应点—教学问题链—价值观辨析工具”的标准化教学包；教学指南提供案例植入课程的策略建议，如在讲授市场细分时调用相关案例引导学生思考区域发展不平衡问题。同时建立“校企政研”协同的资源更新机制，联合行业协会获取企业社会责任报告、商业伦理争议事件等一手资料，对接发改委、市场监管总局等机构获取政策解读素材，通过自然语言处理技术构建案例关键词云与智能检索系统，保障资源库的动态迭代<sup>[4]</sup>。高校还可开发“思政—专业双编码系统”，为每个案例标注“4C营销理论”“STP战略”等专业标签及“家国情怀”“法治意识”等思政标签，支持教师按教学场景快速匹配资源，如在“定价策略”章节中通过双编码交叉检索精准调用相关案例，实现思政融入的精准化与场景化。

### （三）采用情景模拟与混合式教学提升参与度

高校应构建“沉浸体验—多元互动—意义建构”相贯通的教学模式，推动价值观教育向行为层面转化。在情景模拟方面，高校可基于市场营销核心业务流程开发系列思政导向仿真项目：“市场调研”环节设计“老龄化社会银发消费需求调查”任务，要求学生结合人口结构变化分析企业适老化产品开发的社会责任；“广告策划”方面可创设“传统文化IP的年轻化传播”实战项目，引导学生思考文化自信与商业创意的融合路径；“危机公关”方面可利用虚拟仿真技术构建“网红产品质量舆情事件”处置模拟情景，通过角色扮演训练学生平衡商业利益与社会影响的决策能力。混合式教学则搭建“线上资源学习—线下研讨深化—社会实践验证”的三阶育人链条：线上平台开设“数字经济伦理”“中国特色品牌之路”等微课专题，配套辩论话题与交互式思维导图工具<sup>[5]</sup>；线下课堂采用“世界咖啡屋”研讨模式，围绕“拼多多砍价链接的社交裂变伦理”“盲盒经济对青少年消费观的冲击”等议题展开多轮对话，促进学生价值立场的碰撞与重构；社会实践环节联动乡村振兴基地、非遗文化企业等思政教育实践点，开展“地理标志农产品品牌赋能”“老字号数字化转型中的文化遗产”等主题调研，使学生在真实社会场域中验证课堂所学的价值判断框架。此外，高校可引入区块链技术建立学习行为存证系统，

记录学生在情境任务中的伦理决策过程、研讨发言的价值取向、社会实践中的责任感表现，形成“知识掌握—技能应用—价值观内化”的多维评价体系，为教学优化提供支撑。

### 结语

课程思政与高校市场营销教学的深度融合，是响应国家“三全育人”战略的必然路径，亦是推动商科教育生态重塑的重要突破口。本研究剖析了融合进程中的多元困境，构建起以教师能力提升、资源整合创新、教学模式重构为核心的实践框架，为解决思政教育与专业教学“两张皮”的问题提供了切实可行的方案。当数字经济与人工智能技术不断渗透，营销伦理、数据隐私、社会责任等议题的复杂程度持续提升，课程思政的融入必须更加聚焦动态变化的社会需求以及技术伦理的边界界定，打造更具开放性和前瞻性的教学体系。只有在理论探索与实践应用的双向互动中不断更新完善，才能切实达成知识传授、能力培养、价值塑造的有机结合，为中国特色社会主义市场经济培养出兼具道德素养和专业能力的创新型营销人才。

### 参考文献

- [1] 魏琼. 课程思政融入高职市场营销课程教学实践研究——以辽宁金融职业学院为例[J]. 辽宁经济职业技术学院学报, 2024, (04): 166-168.
  - [2] 周琴, 房琳. 高校课程思政教学效果及影响因素调查分析——以“市场营销学”课程为例[J]. 改革与开放, 2023, (13): 46-53.
  - [3] 黄荣娟, 韦福巍. 地方本科高校课程思政融入旅游市场营销课程的教学设计研究——以河池学院为例[J]. 大学教育, 2024, (09): 91-95.
  - [4] 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(02): 115-120.
  - [5] 刘翠. 民办高校《市场营销学》课程思政教学设计探索[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2022, 19(12): 157-160.
- 作者简介：王芸(1990.11-)女，汉族，陕西西安人，西安海棠职业学院，本科，讲师，研究方向：营销与策划；张创业，(1989.3-)男，汉族，河南鹿邑人，西京学院，硕士，讲师，研究方向：工商管理，行政管理，思想政治；赵博辰，(1990.6-)男，汉族，陕西西安人，深圳航空西安分公司，本科，研究方向：通信工程。