

# 课程思政视域下新媒体营销策划教学创新策略研究

贾雪倩

防灾科技学院

**摘要:** 在当今信息化时代,随着新媒体的迅速发展,传统教学模式面临前所未有的挑战。特别是在新媒体营销策划领域,如何将课程思政理念与专业内容有效结合,成为教育改革中的一项重要课题。本文探讨了新媒体营销策划与课程思政融合的必要性,并分析了这一过程中的诸多挑战,诸如教学内容和传统教育方式的冲突、学生接受度的差异以及教师在新媒体运用中的能力不足等问题。针对这些问题,文章提出了创新的教学策略,包括强化思政理念的渗透、提升教师的技术与专业素养、优化课堂互动设计等。这些策略不仅有助于提升学生的专业能力,同时也能使他们树立正确的价值观和社会责任感,为新时代的营销人才培养提供新的思路。

**关键词:** 新媒体营销; 课程思政; 教学创新; 教学策略; 教师素养

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6288.2025.11.247

## 引言

新媒体的迅猛发展让世界变得更加紧密,信息的传播速度和影响力在前所未有的程度上改变了社会结构、商业模式乃至人们的日常生活。在这一背景下,新媒体营销作为现代商业的重要组成部分,已经成为各大企业不可忽视的力量。然而,如何在营销中融入思政教育,尤其是培养学生的价值观和社会责任感,却依旧是许多教育工作者面临的难题。通过将课程思政与新媒体营销策划相融合,我们不仅能够更好地传递专业知识,还能够激发学生对社会、对国家、对未来的责任感。面对这一新挑战,教育者们需要探索创新的教学策略,使课程思政在新媒体营销领域得以顺利实施,从而培养出具有创新精神和社会担当的复合型人才。

## 一、新媒体营销策划与课程思政的融合背景

### (一) 新媒体营销的核心特点

新媒体营销的魅力在于互动性强、传播速度快。利用社交媒体、短视频、直播等形式,品牌与用户不再是单向的、消费关系,两者是彼此互动、共创价值。信息传播不依赖单一的渠道与介质,广告内容可以根据受众的行为与需求进行定向分发,极大提高营销效果与精度。但这种个性化的营销容易让用户面临信息过载、选择厌烦等困扰。如何在信息爆炸时代中杀出重围,才是品牌营销的关键。而这一切背后也少不了基于深入社会价值观与文化力,这就是课程思政。

### (二) 课程思政与新媒体营销的融合背景

课程思政是将思想政治教育融入专业课程教学而达到对学生引导其价值观、世界观和人生观建设作用的一种思想教育方法,而新媒体营销策划作为市场营销技能

课程,如何进行课程思政的有效整合?这就需要我们不仅教授技能策略,同时还兼顾传授思想道德品质,新媒体的即时性、超时空性、渗透性为课程思政提供了多维情景和方法。新媒介的思想政治教育可以精准滴灌到每一个毛孔之中,跨界的融合,让教学成为教技也教德。

## 二、课程思政视域下的新媒体营销策划面临的挑战

### (一) 新媒体营销中课程思政实施的困难

新媒体营销的高发展速度、短视频及社交媒体的被广泛应用于实践使得市场消费呈现高度即时化状态,这种文化氛围导致了传统课程思政实施的难度极大。如何应对市场即时化、娱乐化,既要确保新媒体营销的经济效益,同时又可以对学生的思想政治进行课程教育,如何解决这一问题成了教学上的难题。课程思政要求老师在价值观层面去引导学生,而新媒体营销中频繁出现的商业化产品在一定程度上对于长期效益、内心刺激等因素有所忽略,这种明显与深层次教育的意义相违背的营销模式让思想政治教育方面显得“掉线”。

### (二) 学生接受度与传统教育模式的冲突

面对新媒体营销持续的创新以及变化,受教育者接收方式与传统教学方式的冲突愈加突出。传统思想教育课多为理论性的灌输和教育性引导,在学生对于教学内容的接受与教学方法的态度上与当下学生的情感需求、思维倾向、信息消费需求以及习惯都不符合。而在新媒体时代环境下,学生的习惯往往是以视觉化、碎片化的信息为主导,对于深度化的、系统化的价值观的教育态度是抗拒的。而且学生对于商业化广告接受远远大于对于思政教育课程的关注以及认同。所以,当下如何改变传统教育模式,根据学生的心理和诉求创造激发学生

兴趣并传播社会价值的教学模式，是当前亟待解决的问题。教育工作者不仅需掌握新媒体营销的方式以及手段，更需了解和体察学生的心态需求，创造出顺应时代潮流的教育方式。

### （三）教师教学能力与新媒体运用水平的差距

新媒体营销策划能否顺利开展，除了学生的参与度外，离不开教师在课堂上的引导和授课。但现实中不少教师对于新媒体使用水平和教学设计能力相差甚大。很多老师有传统教学的优势，但是对于瞬息万变的社交媒体、数字化的营销工具却力不从心。新媒体工具的使用，缺少系统的教学，老师不知道怎么做，老师很少接触，不熟悉如何让新媒体优势发挥到思政教育的有效手段。能力短板让课程思政和新媒体营销实现无缝对接的难度加大<sup>[1]</sup>。新媒体营销的内容和策略在不断更新，教师如何第一时间掌握其最新情况，并将其运用到教学中去的挑战很大。

## 三、课程思政视域下新媒体营销策划教学创新策略

### （一）强化课程思政理念在新媒体营销中的融合

新媒体营销不仅仅是一种技术、方法、策略的教育，其承载着对学生三观的引领。新媒体营销策划课中要加强融入课程思政理念就必须从内容深度和高度等方面保障思政教育与专业知识的融合而非支离破碎，穿插其内容之中。案例教学能够指导学生从实际营销策划方案中看到其承担的社会责任底线和道德的边界，在分析经典新媒体营销失败案例时，不在于失败在营销方案技术上的短板而应当从案例中社会危害角度去看比如信息的不均衡、过于商业化对消费者心理的危害等。学生在对案件的讨论中会更加意识到新媒体营销需要担负的责任也会从结果中看到问题对社会的损害进一步反思在自己的工作中哪些东西应该避免<sup>[2]</sup>。在教学过程中应当鼓励学生做营销方案对社会文化是否有危害性的产生和存在甚至在前期新产品的开发设计上要考虑该产品对于文化、社会、市场最终的反馈不仅仅是想如何谋取暴利以最大化利润为衡量的标准而应当考虑到前期与后期在创作过程中的社会责任感。“三观教育需要落到每个环节”在专业教学中社会性作为思政内容注入能够引导学生在最终的任务制定中通过前人和自身的努力甚至是一小步反哺社会，并不是为了纯粹商业。互动式的教学可以以思政元素引导学生提出有针对性的课程内容来进行营销策划方案小组的讨论活动，实现课程内容的融合。

### （二）提升教师专业素养与新媒体技术应用

教师是教学创新的强大源动力，加强教师专业素质和新媒体技术运用能力的提升，是实现课程思政与新媒体营销策划教学有效融合的关键因素。教师是整个过程的关键，教师知识构建方面必须加强学科专业知识体系的搭建，也需要一定技术嗅觉、前瞻意识。随着新媒体平台的多样性和不同营销玩法、营销工具的不断更新换代，教师如果脱离时代，则很难去满足学生的课程需求，还可能导致与当前社会形势脱节的问题。为此，教师的学习，既不能仅仅考虑专业知识的更新，更重要的是对于新媒体、新媒体技术、新媒体运营平台、运营机制等的足够了解。教师面对新媒体，需要拥有一定的现代信息技术应用技能，如社交媒体平台的营销工具、大数据应用、人工智能的营销应用等，利用这些技术开展的内容与课程设置等，使课程更有趣味性、互动化，引导学生在真实的接触、实践过程中感受和学习新媒体营销的丰富多彩、复杂性<sup>[3]</sup>。只有学生在教师课堂中的体验才能体会到真正的、丰富多彩的新媒体营销。

### （三）优化教学内容与课堂互动模式的设计

丰富教学内容并优化课堂互动形式是新媒体营销策划课堂课程思政有效实行的重要手段。在新媒体营销策划课堂中，必须结合内容的新颖性和实用性才能调动学生的兴趣和课堂参与度<sup>[4]</sup>。新媒体营销策划课程内容的选择应当与当下发展趋势结合，一方面要保证所选择的内容是传统营销的理论和技术的，另一方面又要选择热点新闻所反映的新趋势热点如数字化营销、大数据分析等，这样学生对学习就会有一种迫切的需要。课堂互动形式的优化是提升课内教学效率的重要方式。在新媒体营销策划课堂中，老师应充分利用网络工具，使教学环境多元化，如设计在线课堂、开展微信营销、通过小组合作、项目式学习等课堂互动形式，使学生能摆脱时间和空间的限制，能在课堂中互动的真实体验营销活动，在互动中进行深入思考。比如，教师可以组织学生在小组内完成市场调查、分析用户画像、制定营销方案等活动，借助角色扮演、小组讨论等形式，使学生能从整体上具备进行新媒体营销策划的能力，从而获得一些团队合作能力、问题解决能力的提升。课堂互动形式的优化还必须对学生的主动参与和自我反思进行引导，使学生能在课堂互动中经历一种情境模拟，即通过对真实的营销环节进行模拟，又反思营销决策背后的社会伦理问题，学生能从实践中理解到课程思政。课堂互动只有局限在课堂上是远远不够的，可以从其他媒体上，例如网站、

校园外的实际操作上实现课堂外的互动,即在一种互动中形成立体、多元的学习平台,思政课在不同环境的互动中落实下去,实现专业和思想的双重教育。

#### (四) 完善评估体系与反馈机制的建设

为了使课程思政的新媒体营销更有实效,除了做好“课上”与“课下”结合的工作外,构建完善的评价体系与反馈机制是必不可少的。评价不能只是评价理论知识与技术操作,而是要着重考查学生对于价值观、社会责任感等核心理念的领悟程度。评价的标准可以根据价值观等进行设定,如学生在实际运营中的道德选择、对社会文化价值的认识与在数字营销案中的社会责任感体现。通过一种能够贯穿技术与道德评价的综合评价,使学生能够真正实现技术与道德的平衡,而不仅仅是一味地刷流量、赚快钱的成果<sup>[5]</sup>。为了更好落实评价体系,教师可以通过建立多样化的评价体系促进学生对课程的投入,例如除了考试、作业外增加案例解析、团队合作项目等一些实际操作起来比重较高的评价体系,这样不仅可以检验学生对知识的把握程度,还能够在操作实践中观察学生价值观的体现。并且与之配套的反馈体系也要与评价体系同步运行,定期有效的反馈,可以让学生意识到自己在操作实践中的优点与缺点,指引其进一步完善。

#### (五) 增强学生参与感与实践经验的积累

新媒体营销授课不只应让学生接受知识,更要注重学生实践能力及创新能力的培养。教师应在培养学生参与感与积累更多实践性的实践中应用富有挑战性和探索性的教学活动,并将学生由课程的被动接收者改变为课程实践者的主动实践参与者。具体而言,可以引入PBL(Project-Based Learning)策略培养学生的实战能力,让学生参与其中的营销项目,甚至是企业真实合作项目中的案例研究或策划案例,将学生在课程中所学的理论性知识应用于实践性工作,并锻炼学生处理新媒体营销实践时所应用的实操能力<sup>[6]</sup>。在使学生产生参与感的方式上,除了前文提到的精心设计的挑战性和探索性的课程实践类活动外,也可通过创新式学生交流学习平台,例如,学生可借助社交媒体、在线营销模拟平台等方式在虚拟实践中进行产品推广、社群构建、舆情监测等实践,通过真正的实践,体验现实的反馈,以及在虚拟模拟条件下,进行多次尝试,对不断出现的新问题、新情况加以反馈。而在这一系列营销实践与调研的过程中,同样也应当融入课程思政理念,在团队项目协作的

过程中让学生意识到需要扮演的营销实践的角色,即如何在营销活动的过程中履行更多的社会责任,如何在营销过程中传播更多正面价值理念等。经过反复训练,学生越来越体会到被接纳,不仅对新媒体营销相关技能学习上能充分掌握,思维层面对社会责任也有了更高的领会,进而促进其知识的转化和价值认同。

#### 结语

新时代要求“将课程思政与新媒体营销策划有机地结合在一起是时势所需,更是教育工作者的历史使命”。要在实践探索中推进教学创新,通过提升教职工的专业能力、丰富教学内容、强化互动方式,拓展学时内容、增长学生实际操作经验,不仅能培养学生的社会使命感、家国情怀,同时也让学生有能力面对之后面临的一系列挑战。时代在变迁,教育工作者必须拥有足够的敏锐度及创造力,在教育初心不变的情况下,适应新形式。真正的教育不仅向学生传授知识,它也在培育学生的精神世界,并构建他们的世界观、价值观,期待在未来的新媒体营销策划课程中,课程思政会带给我们更多的可能性,一代接一代地带领广大青年学生走向更开阔、更具责任感的明天。

#### 参考文献

- [1] 黄黎燕. 行动导向教学模式下新媒体营销课程思政探索与实践——以“直播营销”教学活动为例[J]. 科学咨询, 2024(18): 181-184.
  - [2] 李秀苑.“互联网+”背景下基于工作过程的“新媒体营销文案策划”课程思政融合研究与实践[J]. 科教文汇, 2024(7): 124-127.
  - [3] 刘冰婷. 课程思政元素融入新媒体营销教学中的策略研究[J]. 电脑迷, 2023(24): 109-111.
  - [4] 刘庆玲. 新媒体时代思政混合教学策略研究[J]. 新闻研究导刊, 2023, 14(23): 206-208.
  - [5] 王林山. 新媒体视域下助力高校思政课教学的路径探赜[J]. 创新教育研究, 2024, 12(5): 251-256.
  - [6] 吴丽文. 基于课程思政的“新媒体营销”教学设计及实践[J]. 南方职业教育学刊, 2024, 14(3): 56-62.
- 作者简介: 贾雪倩, 女, 1982年11月, 汉, 河北唐山, 防灾科技学院, 副教授, 硕士, 研究方向: 策划、创意、媒体策略。
- 基金项目: 本文为防灾科技学院校级教研项目《基于文化自信的“新媒体营销策划”课程思政实践研究》JY2023A06。