

# 《市场营销》课程思政融合探究

王雪英

(平顶山工业职业技术学院 河南 平顶山 467021)

**[摘要]**市场经济活性和良性运转需要以人才参与为助力,人才储备和投放可加速经济健康稳定发展。《市场营销》教学中应德才并重,在提升学生市场敏锐度、经济分析能力、营销推广能力等专业素质同时夯实思想政治道德基础,保证人才输出符合德才兼备的基本要求,促进经济发展。本文分析了在市场营销教学中开展思政教育的必要性,分析对市场营销课有高度应用意义的思政元素,并探讨了融合思政的市场营销教学策略。

**[关键词]**市场营销;思想政治教育;教学策略;融合理念;综合素质;人才培养

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.04.1037

## 前言

我国经济环境是强调合法、公平公正的市场经济,评价人才的标准不仅在于专业素养,而且包括思想政治道德素养。思政教育是国内人才培养的重要环节,可引导学生建立正确的价值观,促使学生成为专业素质优秀、综合素质完善的优质人才。《市场营销》教学活动中应科学融合思政教育,发挥思政积极的思想影响作用,指导学生自觉自动地提高个人思想政治素质要求。

### 一、融合思政开展《市场营销》教学的必要性

市场营销的最终目的是培养和向市场输出人才,为经济建设输送新鲜血液。专业技能是课程基础,思政教育也不可或缺。市场营销教学中应策略式融合思政课程,根据国家战略发展要求培养技术和综合素质兼备的人才,明确立德树人的教育目标。在此过程中,应用融合知识与价值导向,以能力为本位培养目标,同时加强价值引领。育人先育德,思政教育应融合于市场营销课程,同时可以促进课程专业教学顺利开展,使学生建立形成更明确的学习目标,厘清自我发展思路,激发能动性,自觉性学习代替被动式受教。市场营销对实践能力有较高要求,该课程适用面较广,管理专业和经济专业等均需要学习此学科,也可作为选修课程。融合思政理念开展教学活动,有利于纠正学生思想偏差,培养正确三观<sup>[1]</sup>。

### 二、《市场营销》教学中可融合思政元素

市场营销课程是基于市场需求而开设的课程,时代特点鲜明,属于应用性学科,旨在培养以营销能力为核心的综合能力。在其教学中,进行创新教育、责任感教育和职业道德教育,这些内容并非专业性内容,但对专业素养有直接影响。思政教育中应制定科学目标,合理设计教案,有效利用课程思政资源,促进方法创新和形式创新,专业课与思政课协同,促进全方位育人,提升人才质量。

#### (一) 爱国情感教育

在教学中,应提升文化自信,培养爱国情怀。爱国教育是贯穿教育全周期的内容,爱国情感是对人才的基本要求,思政首要任务即为爱国教育。国家经济发展增强民族自信,对培养爱国情怀有积极意义。在科技方面,国内高铁技术居于世界前列,农业、工业等也成绩斐然,经济软实力持续提升。在相关案例剖析时,应了解具有参考意义的管理方法,也应促进学生增强民族荣誉感,促进文化自信。文化自信是促进爱国情感和价值观培养的积极影响因素。

许多实例可证明传统文化的营销能力,以文创为例,在众多博物院文创品牌中,故宫淘宝是较为优秀的经营案例,故

宫淘宝十亿销售额的“营销神话”充分证明传统文化的魅力和市场价值,显示将民族产品塑造为世界品牌的重要性。在课上讨论中,可组织学生分享国货品牌的经营成效,强化民族自信<sup>[2]</sup>。

#### (二) 职业道德教育

职业道德是市场对人才的道德层面要求。企业在发展中,不仅应关注自身利益,而且应承担社会责任。授课时,通过案例分析说明企业和客户以及企业和社会之间的关系,以及企业和合作方关系,上述关系影响企业发展,也影响市场环境。在课程中,应学习绿色营销理念,明确责任意识,强化积极的社会发展理念。应将责任教育贯穿于市场营销课程始终,通过日常教育提升思政素质。受经济发展影响,物质资料日益丰富,在营销教学中,学生须学习在市场环境下增强企业竞争力的营销手段,还应引导学生正确认知市场竞争,明确虽然有些恶性竞争可短期盈利,但是从长期角度而言必然损伤企业信誉,影响企业长效健康运营。在市场竞争中,应采用合法营销手段,坚持绿色营销原则,纠正不良价值观,强化职业道德感,使学生从专业能力到思想素质均符合企业需要,培养具有综合实力的储备人才。

#### (三) 营销理念教育

市场营销应综合短期成效与长期经营影响,在规划营销方案时,应立足长远,客观评价其与企业发展战略的一致性,避免因短期利益牺牲损害长期利益。应坚持绿色营销理念,即与法律和道德一致的营销模式,保证营销方案对长期发展有利。此外,在营销实践中,市场趋势还要求学生体现个人价值,增强服务精神,积极创新实践,营销理念应具有大局观。

### 三、思政融合模式的《市场营销》教学策略

#### (一) 转变教学思维

传统市场营销教学对技能教育重视度较高,但未有效融合思想政治教育,人才培养中对人才素质的评价维度较为单一和片面。根据新型人才培养要求,应转变思维模式,明确新时期人才培养目标,制定符合时代客观需求的优质人才。在市场营销教学中,应以成果为导向构建教学计划,以大数据分析为依据,分析岗位要求,完善培养计划。相关调查显示,营销岗位对德育和技能培养有较高要求。在设计教案时,应融合思政教育预期和课程培养目标,明确和引领学生坚持积极的思想追求,自觉遵守职业道德,增强责任感,强化使命感,提升人才思政素质<sup>[3]</sup>。

#### (二) 优化教案设计

创建融合思政的市场营销课程,应全面学习思政课程,了

解思政教育精髓和核心,将经典元素融合于营销课程中,在知识技能培养同时强化思政教育引导,理想信念教育与专业知识融合,提升技能与思想品质,达成高层次育人目的。应全面分析市场营销课程,定位思政相关因素,在课程教学中发挥思政教育作用。在设计教案时,应以课程教学为基础,同时关注学科前沿技术,同步强化科学思想教育,培养学生人文精神,综合思政要素,加强价值观引导。通过思政融合模式市场营销教育,培养具有健康价值观念和完善人格的人才,促使人才在就业后不仅专业素质过硬,营销道德端正,有坚定的责任感与使命感。

### (三) 明确培养目标

市场营销课程对人才培养目标有明确要求,课程设计实践应围绕教学大纲开展。教学大纲中应明确价值引导目标,在教育学生掌握营销理论与符合国情的营销理念下,引导学生立足宏观,客观分析企业社会责任。应培养正确的战略发展观念,积极推行品牌强国战略发展理念。指导学生客观认知营销风险,提升学生思政素质,了解和正确认知市场与政治环境的相关性,明确市场机遇与营销风险并存,学习品牌建设中的重点难点。此外,应引导学生分析消费需求和宏观科技环境发展的密切联系,促进学生客观认知竞争影响和竞争行为规范,宣传工匠精神。应强化守法经营理念,明确恶性竞争的长远危害性,对虚假营销零容忍。

### (四) 加强思想引导

思政引导下的营销课,应以成果为导向,将专业能力为基础培养目标,围绕此目标设计教学框架,细化教学章节。在教学中,应融合社会责任感、民族复兴信念,引导健康价值观,深化知识和技能传授,整合学科资源,完善育人资源。基于教学目标创新教学设计,思政元素和营销知识充分融合。通过此种设计,明确学习目标,引导学生从社会和国家角度审视自身价值,提高自我要求。

以市场营销观念为例,在学习该课程时,可结合时事分析企业社会责任体现,对比社会责任意识不同的企业在市场影响力、市场接受度和生存周期方面的区别,分析责任感与营销短期和长期成效的影响,说明重视责任感与社会效益的企业在长效发展方面更具优势,在开展市场营销时,应有长期发展观念,坚信集体利益与个体利益在长远发展中具有统一性,轻易牺牲社会效益的企业终将被消费者所抵制,最终丧失市场竞争力。

### (五) 提升思政素养

通过思政教育可使学生建立成熟的历史观,了解国家发展历史和党史,激发爱国情感,坚定政治信念,明确国家发展战略的可行性和必要性,加强民族自信,强化文化和制度自信,提升学生思政素质。既往市场营销教学理论多借鉴营销理论,但因制度和国情不同,西方营销理论在国内经济环境中适用性有限。融合思政教育,培养思政素质,提高经济管理人才政治环境分析能力和敏感度,可促进学生将理论学习融合实际市场环境,科学规划营销策略,构建稳定的客户关系,提升营销逻辑和市场环境的适配度,使相关人才所学真正学以致用。市场营销课程应与时俱进,想要帮助企业在现代市场环境中盈利和发展,必须融合中国智慧,构建与现代市场适用的营销逻辑,自

信且务实,借鉴历史经验并科学创新。在授课时,应重视国内营销经典案例的剖析,紧密联系国内市场实情,促使学生对本土企业增强信心,同时深入了解消费群体心理,学习实用性营销经验,总结营销行为风险点等。通过此种教育,可有效锻炼学生以理论为指导进行营销实践,促进理实结合。分析市场环境缺陷和反面营销案例,也可提高学生市场敏感度,拓展思维宽度,强化能动性思维<sup>[4]</sup>。

### (六) 完善协同体系

思政融合市场营销在教学实践中应保证理论学习与实践融合,应构建协同培养体系,拓展人才培养依托平台,实践课与素质教育、专业培训同步进行,增强联动效益。专业课学习中,应夯实基础知识,加强技能学习和拓展训练,应在专业课程中融合思政元素,进行隐性育人。素质培养教学中侧重显性思政教育,应联合思政教育开展文化素质教育等,践行“立德树人”方针,促进健康三观形成。理论实践课中,可通过顶岗实习提升实践能力。高效应促进校企协同培养模式,联合企业资源锻炼学生营销实践能力。企业带教人员应向学生传授实践经验,践行工匠精神,学生也应在实践中坚持知行合一。

### (七) 科学评价考核

在营销教学中,科学考核对教学活动产生引导和推动作用。通过评价考核,教师可获得教学实践反馈,总结教学缺陷,从而对症完善教学模式。此外,在评价考核过程中学生是重要参与者,可对课程提出个人意见,促进学生能动性评价教学活动,思考更合理的教学方法,促进师生互动。在针对学生进行考核与评价时,应从专业层面和思政道德层面做出综合评价,课上表现和实践积极性以及生活表现等都应作为考核维度,重点进行理实融合训练,全面监督思政学习效果。

## 结论

综上所述,《市场营销》课程的开课目的为培养适应现代社会发展需要的优秀营销人才,为市场运转和经济发展提供更专业、更具正向影响力的人才。为提升人才价值,提高培养成效,应基于国情调整和完善培养战略。策略式融合思政教育,可增强人才职业道德、职业信念,强化爱国情感,提升民族自信,使其更适应新时期市场营销人才需要。

## 参考文献

- [1] 黄诗媛. “课程思政”教育与市场营销专业课程教学融合的思考[J]. 老字号品牌营销, 2020(11): 98-99.
- [2] 冯弋江, 武丹, 易娇艳等. 融合江西省情的思政元素嵌入专业课程的研究与实践——以江西财经职业学院市场营销专业课为例[J]. 九江职业技术学院学报, 2020(03): 46-49.
- [3] 辛莹莹. 浅谈市场营销课程思政元素的挖掘、梳理与融合探索[J]. 营销界, 2020(37): 180-181.
- [4] 张蕊. 国际市场营销课程与思政元素融合问题探索分析[J]. 老字号品牌营销, 2020(03): 15-16.

## 作者简介:

王雪英; 性别: 女; 出生年月: 1982.05.13; 籍贯(具体到市): 河南省永城市民族; 汉族最高学历: 本科; 研究方向: 市场营销。