

高校市场营销专业课程思政教学改革与实践 ——以“新媒体营销”课程为例

谢晋

重庆城市管理职业学院 401331

【摘要】在市场环境不断变化的背景下，高校市场营销专业面临新的教学挑战。本文以“新媒体营销”课程为例，探讨课程思政教学改革必要性，重点提出技术媒介、植入文化底蕴、整合实训项目、活用典型案例及借助价值辨析五个方面的策略，旨在为高校市场营销专业课程的思政教学提供具体路径，实现专业课程与育人目标协调发展，助力学生成为德才兼备的复合型人才。

【关键词】市场营销；课程思政；新媒体营销

Reform and Practice of Ideological and Political Teaching in Marketing Courses in Colleges and Universities

——Taking "New Media Marketing" course as an example

Xie Jin

Chongqing Urban Management Vocational College 401331

【Abstract】Amidst the ever-changing market landscape, university marketing programs face new pedagogical challenges. Taking the "New Media Marketing" course as a case study, this paper explores the necessity of integrating ideological and political education into curriculum reform. Five key strategies are proposed: leveraging technological media, embedding cultural depth, consolidating practical training modules, applying real-world case studies, and facilitating value analysis. These approaches aim to establish concrete pathways for implementing ideological education in marketing courses, achieving coordinated development between academic disciplines and educational objectives, and cultivating students into well-rounded professionals with both moral integrity and professional competence.

【Key words】Marketing; Curriculum Ideology; New Media Marketing

引言：

随着高校教育不断深化改革，专业课程与育人目标的融合愈加紧密。市场营销专业是实践性强、贴近社会经济发展的应用类学科，注重培养学生对市场需求的把握能力。而课程思政理念的提出，为专业课程注入新的育人内涵，要求教师在教学知识的过程中帮助学生树立正确的价值观。在此背景下，把课程思政理念融入市场营销课堂，有助于知识教育与思想教育协同发展，是教学改革的现实需求。

一、课程思政教学改革的必要性

1. 顺应市场需求，培育德才兼备人才

高校市场营销专业课程思政教学改革契合市场对复合型人才的需求，有助于培育德才兼备的人才。课程思政把思想政治教育融入专业课程，让学生在掌握营销理论和新媒体技术的同时形成正确的价值观。同时，这种融合促进学生全

面发展，增强学生解决实际问题的能力，也提高其面对职业挑战时的判断力。因此，课程思政能够丰富教学内容，还可帮助学生建立科学的世界观、人生观。由此可见，这种改革能够提高市场营销专业人才的素质，让学生在将来职业生涯中更好地担当社会责任，从而帮助其适应复杂多变的市场环境。

2. 优化人才结构，提高综合育人质量

高校市场营销专业课程思政教学改革能够优化人才结构，提高综合育人的质量。课程思政融合思想政治教育，能够帮助学生在专业知识的学习中逐步形成正确的价值观。因此，在这样的人才结构下，学生能够拥有扎实的专业基础，具备良好的思想品质和道德素养，从而更好地应对复杂多变的市场环境。同时，教学内容和方法的改革使得育人目标更加明确，从而提高高校教育的育人质量。

二、高校市场营销专业课程思政教学的实践对策

1. 融通技术媒介，拓展思政空间

教师推进课程思政教学，要融入媒介技术，以拓展教学的思想空间。面对新媒体环境下多样化的信息传播方式，教师需要主动掌握多种数字工具，熟悉短视频、社交平台的主流传播形式，并将其应用于教学设计中。课前，教师可依据市场营销专业的特点，选择贴近真实营销场景的媒介内容。课堂上，教师在讲授媒介策略时，要借助媒介技术让学生思考信息传播对社会舆论的影响，帮助学生认识到技术背后的社会责任。同时，教师还要把握传播节奏，在讲授营销技术的同时，引出诚信、公平、公共利益的价值主题，把思想教育融入课程内容，从而拓展课程思政的实施路径，使课堂有专业深度，也有思想温度。

例如，教师在“新媒体营销”课程中推进课程思政教学，可借助直播、电商平台等技术媒介，组织学生参与“红色营销”典型案例的学习。在教学中，教师可围绕具有代表性的红色品牌展开设计，把直播平台当作互动的主要媒介，让学生模拟真实的营销传播活动。课前，教师要提前准备相关品牌的历史背景、发展路径，让学生从品牌传播策略入手，帮助学生结合用户心理、内容表达分析其背后的责任意识。教师在讲解品牌故事时，要讲述其在不同历史阶段所承载的社会情感，帮助学生理解品牌如何借助新媒体技术完成价值传递。在学生复盘实践内容时，教师可组织讨论，鼓励学生从国家认同、消费认知的角度思考品牌塑造的底层逻辑，帮助学生逐步形成将家国情怀融入专业表达的意识。另外，教师在教学要发挥媒介技术的作用，让学生在掌握传播技能的同时理解内容创作中的价值立场。这种教学设计把课程内容与国家发展紧密联系，让学生在模拟实践中深化理解营销专业的知识，使课程成为知识传授与思想引领协同发力的教学载体。

2. 植入文化底蕴，提高传播深度

教师在推进课程思政改革时，要把文化底蕴融入营销内容，提高传播的深度。面对传播内容日益同质化的趋势，教师要鼓励学生从中华优秀传统文化、红色文化或地域文化中挖掘具有历史厚度的内容资源，用真实的文化素材丰富营销表达。教师在讲授内容设计时，要让学生理解文化价值在品牌传播中的作用。教学中，教师可借助热点传播案例，指出其中文化叙事的深度影响，让学生理解情感认同的建立离不开文化内核的支撑。同时，教师要让学生思考如何统一文化表达与品牌理念，使新媒体营销在吸引受众的同时传递价值信念，从而让课程思政的内涵更加深厚具体。

例如，教师可围绕传统节日文化的传播设计“新媒体营销”教学任务，让学生把文化底蕴融入营销内容，从而增强品牌传播的感染力。课前，教师可选取春节为主题，让学生围绕年俗、家风元素策划短视频内容，把中国传统文化与品

牌理念融合，形成具有情感温度的传播表达。教学中，教师要带领学生分析春节期间各类品牌内容的创意手法，让学生辨析文化符号的使用方式，帮助学生理解文化表达在建立用户情感联系中的作用。学生在制作视频脚本时，教师要不断提醒其把握节奏、镜头语言，使文化元素既真实可信，贴合品牌调性。在项目展示中，教师可组织讨论，让学生反思文化选材传播效果的影响，帮助学生意识到品牌内容的生命力来自对文化精神的精准把握。这种教学方式能够提高学生的内容策划能力，让学生在创作中体会文化表达的分量，从而使课程内容和思想引领有效融合。

3. 整合实训项目，深化情境育人

在课程思政的改革中，教师要整合实训项目，让学生在真实的情境中体验专业知识与思想价值的融合。教师在项目设计时，要把营销任务与社会主题相结合，让学生围绕公益推广、绿色消费、乡村振兴的内容进行策划，帮助学生在实践中理解企业社会责任的内涵。同时，教师可组织学生结合受众特点分析传播策略，让学生关注语言使用、视觉呈现与文化适配，提高其面向真实受众的沟通能力。教学中，教师可借助点评与指导，帮助学生树立诚实守信、尊重他人、关注社会的态度，从而使课程成为价值引领的有效场域。这种教学方式帮助学生在真实任务中强化责任意识，让课程内容更具育人力量。

例如，教师在“新媒体营销”课程教学中推进课程思政改革，可开展“家乡特产品牌孵化计划”设计实训项目。在任务布置阶段，教师要明确提出项目需突出地域特色，要求学生依据本地农产品进行品牌定位、内容策划。然后，教师要组织学生开展市场调研，要求学生从当地资源出发，梳理产品优势、文化符号，帮助学生理解品牌塑造需要价值理念的支撑。教学中，教师可要求学生在策划书中设立“社会价值指标”，包含环保理念、助农愿景，让学生在构思内容时主动思考传播行为对社会的正向推动。同时，教师可带领学生分析受众在消费中的情感需求，保证传播语言的真实可信，让学生在表达中融合诚信意识。在项目实施阶段，教师可组织直播带货模拟活动，指导学生在内容呈现中融入家国情怀，帮助其建立起专业能力与社会担当间的联系。项目结束后，教师可组织成果展示与反思交流，鼓励学生从传播效果、受众反馈与价值实现三个层面总结经验，让学生认识到营销工作承担着传递温度的职责。整个教学流程中，教师要借助实训项目设计真实情境，让课程内容在操作中融入情感、责任与价值，助力学生在完成任务的过程中获得专业成长，也实现其思想升华。

4. 活用案例导入，强化典型引领

在市场营销专业课程思政教学中，教师可导入案例，让学生在真实故事中体会价值引领的力量。教师在授课前要精

细筛选案例,优先选择那些把社会关怀融入品牌传播的企业实践,使案例本身具备鲜明的价值导向。教学中,教师可鼓励学生分析企业在内容策划、平台运营、形象塑造中的关键决策,让学生意识到品牌行为会对社会产生长远影响。同时,教师可借助案例讲解的节奏,组织学生讨论企业所传递的价值观是否与公众期待相符,让学生在比较与思辨中清晰认识市场与社会的双重关系。这种教学路径能够帮助学生提高专业判断力,让学生理解道德信念在营销实践中的现实意义,使课程思政教学更具思想深度。

例如,教师在“新媒体营销”课程中,教师可应用典型案例进行教学,帮助学生理解市场营销中的价值引领作用。课前,教师要选择华为、娃哈哈的民族品牌为案例切入点,重点分析这些品牌如何在新媒体环境下塑造社会形象,详细讲解品牌传播策略,探讨诚信经营与家国情怀在品牌构建中的核心地位。课堂上,教师可让学生探讨品牌在内容策划与平台运营中的关键决策,帮助学生认识到这些决策背后的社会责任。同时,教师要组织学生分析新媒体传播手段如何辅助品牌传递正面价值观,让学生理解品牌要满足市场需求,还要承担起引领公众价值观的责任。然后,教师要鼓励学生围绕品牌形象维护展开讨论,让学生从多角度审视营销行为的社会效果。借助案例分析,教师要让学生看到品牌文化与国家发展间的深刻联系,组织学生对比不同品牌在新媒体上的表现,鼓励学生思考诚信与创新如何共同促进品牌的持续发展,从而增强学生的民族自豪感。在教学中,教师要借助丰富的案例素材,帮助学生深入理解市场营销的专业知识,把思想教育融入专业学习,进而实现课程思政的目标。

5. 借助价值辨析, 强化责任意识

在市场营销专业课程思政教学中,教师要注重价值辨析,帮助学生深化责任意识。教师在教学设计中可安排具有争议性的营销案例,让学生思考其中的问题。在课堂中,教师要分析营销策略可能带来的社会影响,帮助学生认识到营销关乎商业利益,还涉及道德责任。同时,教师可鼓励学生讨论案例中涉及的诚信、公平的问题,让学生在对比不同观

点时提高独立判断能力。教学中,教师要让学生理解营销人员应承担社会责任,避免误导消费者、损害公共利益。整个教学流程中,教师要借助价值辨析强化学生对职业道德的认识,鼓励学生在未来实践中自觉维护行业规范,从而使责任意识在知识学习中自然生成。

例如,教师在“新媒体营销”课程教学中可设计虚拟营销决策案例,专注于虚假宣传与利益冲突的伦理问题,借此强化学生的责任意识。课堂中,教师可借助模拟企业面临的具体决策情境,让学生扮演营销人员,权衡短期利益与长期利益间的关系。然后,教师可组织学生分析虚假宣传可能带来的法律风险,让学生理解诚信是营销的基石。课堂讨论中,教师要围绕企业如何在激烈竞争中保持道德底线展开,鼓励学生表达不同观点,提高其价值辨析能力。同时,教师可进一步引入公益营销、企业捐赠的案例,讲解企业社会责任的重要性,让学生认识到营销行为对社会的积极影响。另外,教师可要求学生设计符合伦理规范的营销方案,体现社会价值与品牌形象的统一。在点评中,教师要指出责任意识的关键作用,让学生把职业伦理视为自身专业发展的重要组成部分。在教学中,教师要借助虚拟案例,让教学内容紧密结合市场营销专业特点,使思政教育与专业知识深度融合,帮助学生养成良好的职业操守。

结束语:

随着新媒体技术的迅速发展,市场营销专业的教学环境发生深刻变化。把课程思政融入市场营销专业教学,能够提高专业教学的思想深度,加强学生责任意识的培养。教学改革能让学生在掌握营销技能的同时,更加注重自身职业道德和社会担当的培养,助力其成长为德才兼备的人才。未来,课程思政将在市场营销专业中继续深化,其内容与方法将不断创新,以适应社会发展的需求,进而增强高等教育的育人功能。

参考文献

- [1]穆阿娟.市场营销专业实践课程思政教学改革研究[J].陕西教育(高教),2025,(02):40-42.
 - [2]吴丽文.高职院校市场营销专业课程思政教学改革与实践——以“新媒体营销”课程为例[J].广东职业技术教育与研究,2024,(09):174-177.
 - [3]朱嘉莉,肖永平.市场营销课程思政教学改革的探索与实践——以江西经管院市场营销专业为例[J].现代商贸工业,2022,43(04):159-161.
 - [4]高培培.高职市场营销专业课程思政教学改革实践探索[J].辽宁师专学报(社会科学版),2021,(06):51-52.
- 作者简介:谢晋(1981-5)女,汉族,四川成都人,硕士,讲师,研究方向:公共关系、市场营销(新媒体)。