

高职院校市场营销专业课程思政教育探索 ——以《市场调查与分析》课程为例

何琳, 王娟

四川华新现代职业学院, 四川 成都

收稿日期: 2022年9月12日; 录用日期: 2022年10月11日; 发布日期: 2022年10月18日

摘要

目前高职院校市场营销专业课程思政教育仍比较薄弱, 尤其体现在专业技能课程上, 如何落实《指导纲要》, 作为市场营销专业教师, 我将在本文以《市场调查与预测》课程为实例, 探索市场营销专业课程思政教育的改革。

关键词

高职, 市场营销, 思政教育

Exploration on Ideological and Political Education of Marketing Courses in Higher Vocational Colleges

—Taking the Course of Market Research and Analysis as an Example

Lin He, Juan Wang

Sichuan Huaxin Modern Vocational College, Chengdu Sichuan

Received: Sep. 12th, 2022; accepted: Oct. 11th, 2022; published: Oct. 18th, 2022

Abstract

At present, the ideological and political education of marketing courses in higher vocational colleges is still relatively weak, especially in the professional skills courses. How to implement the guiding outline? As a marketing professional teacher, I will take the course of market research and prediction as an example to explore the reform of the ideological and political education of marketing courses.

Keywords

Higher Vocational Colleges, Marketing Management, Ideological Education

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2021年7月,是中国共产党百年华诞,这一百年,是中华民族艰苦奋斗的一百年,这一百年,是中华民族对外斗争的一百年,尤其是2020年新冠疫情爆发后,我们不仅要面临病毒的考验,还要面临国内外各种不利舆论,比如病毒污名化、病毒溯源政治化等等。作为一名高职院校的基层教师,我经常在思考一个问题,我们的学生在面对纷繁复杂的舆论时,能够分辨真伪么?传道、授业、解惑,是仅仅将职业技能传授给学生就够了吗?这个问题其实早就有了答案。2020年6月,教育部印发《高等学校课程思政建设指导纲要》,明确提出高校各专业课程必须承担起思政教育的重任,帮助学生“扣好人生第一粒扣子”,“必须抓好课程思政建设,解决好专业教育和思政教育‘两张皮’问题”、“所有课程都承担好育人责任,守好一段渠、种好责任田,使各类课程与思政课程同向同行”[1][2]。

2. 高职院校市场营销专业思政教育现状

高职院校市场营销专业思政教育比较薄弱,造成这一后果的原因主要有三点。

2.1. 专业目标上对思政要求重视程度不够

目前,市场营销专业以技能性人才为主要培养目标。以四川华新现代职业学院为例,市场营销专业的人才培养方案明确提出,市场营销专业的人才培养目标是面向批发和零售业以及各行业的批发零售岗位群,培养能够借助现代信息技术从事推销、营销活动组织、品牌推广、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的综合素质技能人才。

这个人才培养目标仅针对人才的专业技能方面,人才的个人素养、道德水平未见提及。当然,在整个人才培养方案中,是设置了培养人才的道德目标的,但是这一目标未体现在人才培养目标中,说明一般院校对于学生思政方面培养在认识上仍有所欠缺。

2.2. 重专业技能,轻公共思政

市场营销专业课程由公共基础课和专业技能课构成。从学分和学时构成上看,公共基础课一般开设课程少,学分学时少,多开在大一年级;专业技能课则开设课程多,学分学时多,贯穿于整个大学阶段。这符合教学规律,但在客观上,令师生形成了重专业、轻公共的思想。

公共基础课中思政课程较多,一般开设有《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》、《思想道德修养与法律基础》、《形势与政策》、《大学生思想政治教育社会实践》、《社交礼仪与行为规范》等课程。这些课往往采用大课形式,本身就比较枯燥,加上有的老师授课技巧较差,导致学生学习体验差,不少学生认为思政课是水课,重视程度不够,上课就打游戏、睡觉,甚至逃课。

相较而言,专业技能课中的各专业课程,如《市场营销学》、《消费者行为学》、《市场调查与分析》、《客户关系管理》等课程,由于跟学生日后的工作相关度高,受重视程度更高。这类课一般是小班教学,课程生动,互动性强,学生参与积极性高,课程氛围好。但在这类课程中,教师更重视营销理

论的讲授和营销实践的操作, 思政内容涉猎较少。

2.3. 用人单位更重视学生专业技能

在以结果为导向的人才培养过程中, 用人单位需要什么样的人, 学校就培养什么样的人, 专业技能是显性特质, 容易量化, 标准稳定。优异的成绩、竞赛的获奖、各类证书, 会加重自己在就业市场的筹码, 用人单位也乐于向这类学生抛出橄榄枝。个人素养、道德水平, 是非显性特质, 不容易量化, 而且在短期内很难辨别, 在就业时的重要程度大幅降低。这种情况加剧了教学过程中对专业技能的培养, 而忽视了思想政治教育。

思想政治教育的不足, 轻者学生缺乏吃苦耐劳的精神, 工作责任心不足, 给学生的职业生涯产生不良影响, 重者产生三观缺陷, 给学生的整个人生蒙上阴影。

我们对学生就业跟踪中发现, 市场营销专业学生就业一年内跳槽比率较高, 大多数学生有一次跳槽经历, 有少部分学生有多次跳槽经历。跳槽的主要原因有: 想赚快钱, 不愿意从基层干起; 工作责任心不强, 对待工作比较随意; 嫌工作辛苦, 想躺着挣钱。这其实都是思想政治教育不足造成的。这种现象实际上也给企业带来了损失。有的学生一切朝“钱”看, 做任何事都先想收益再想付出, 有的学生受到社会上不良思想的影响, 把营销中的错误方法(行贿、回扣)当作营销的普遍手段, 会让自己的职业生涯、甚至整个人生都走向歧途。

3. 高职市场营销专业思政教育目标

凡事预则立, 不预则废。确立合格的目标是成功的必要手段。依据《高等学校课程思政建设指导纲要》, 我们认为, 高职市场营销专业的思政教育目标应该是: 以爱党、爱国、爱社会主义、爱人民、爱集体为思政教育主线, 引导学生了解世情国情党情民情, 建立学生对党的政治认同、思想认同、情感认同; 培育和践行社会主义核心价值观, 深入开展法治教育, 深化对法治理念、法治原则、重要法律概念的认知, 提高运用法治思维和法治方式维护自身权利、参与社会公共事务、化解矛盾纠纷的意识和能力; 深化职业理想和职业道德教育, 增强职业责任感, 培养遵纪守法、诚实守信、开拓创新的职业品格和行为习惯。

4. 高职市场营销专业思政教育改革探索

4.1. 完善教学计划, 构建科学思政教学体系

修改、完善市场营销专业人才培养方案和教学计划, 合理构建思政教育体系, 合理分配思政教育在公共基础课、专业技能课和实践类课程的比重, 切实落实思政教育在各模块所起的作用。

公共基础课作为思政教育的主阵地, 应打造一批具有高质量的思政金课, 摒弃过去那种照本宣科、千人一面的教授方式(这种教授方式是吸引不了学生兴趣的), 采用贴近现实、贴近学生生活的方式, 吸引学生的兴趣点。有意识的引导学生了解世情、国情, 注重在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀、加强品德修养、增长知识见识、培养奋斗精神, 提升学生综合素质。

相对于公共基础课, 学生更重视专业技能课, 在这个领域, 思政教育更不能缺席。市场营销专业一方面可酌情加重思政课在专业技能课方面的比重, 一方面应在各门专业技能课上加重思政教学内容, 科学合理拓展专业课程的广度、深度和温度, 增加课程的知识性、人文性, 提升引领性、时代性和开放性。

市场营销专业的实践课程更多集中在营销实践课程和创新创业课程上, 应深化职业理想和职业道德教育, 增强学生的职业责任感, 弘扬劳动精神, 培养遵纪守法、诚实守信、开拓创新的职业品格。

4.2. 大力加强教师的思政素养

工欲善其事, 必先利其器。所有的思政教育都是由教师向学生传递的, 教师的思想有了缺陷, 那学

生的思想必定也是有缺陷的。高校教师队伍应该经常加强思想政治教育, 涤汰缺陷, 定期或不定期地开展学习, 使思想政治教育成为高校教师, 尤其是青年教师的必修课。

近年来, 屡有高校教师的不当言论推上热搜, 给自身、也给高校的社会形象造成了不良影响。这其中, 有的教师思想政治比较松懈, 容易受到社会上不良思潮的影响; 有的教师是不公平现象的受益者, 不以为耻反以为荣; 有的教师干脆就是“两面人”。高校教师的管理者应有意识的区分不同群体的教师, 不要一刀切。

4.3. 结合专业课程特点, 找准思政教学切入点

在具体的专业课程设计中, 应遵循专业课程的教学规律, 结合专业课程自身特点。《市场调查与预测》是一门专业技能课, 一般开设在第一学期或第二学期, 是《消费者行为学》、《客户关系管理》、《营销策划》等课程的前导课程, 是市场营销专业学生最早接触的专业课之一。《市场调查与预测》实践教学比重大, 可操作性强, 学生学习兴趣比较高, 对以后课程的学习, 有很强的正面意义。《市场调查与预测》课程中思政内容和课程内容[3]的结合详见表 1。

Table 1. Combination of ideological and political content and course content of market research and forecast
表 1. 《市场调查与预测》思政内容与课程内容结合表

项目	知识及能力目标	具体内容	思政内容
认识市场调查	知识目标: 1) 掌握市场调查的基本概念、原则和程序; 2) 掌握市场调查的范围; 3) 了解市场调查行业发展现状; 4) 了解市场调查机构和人员构成。 能力目标: 1) 能准备市场调查程序中所需要文档; 2) 具备信息处理能力, 明确了解市场调查的方向与内容; 3) 清楚了解市场调查行业的历史与现状; 4) 熟悉市场调查人员岗位设置及具体工作内容。	1) 市场调查的概念; 2) 市场调查的具体流程; 3) 市场调查的基本内容; 4) 国内外市场调查行业的发展历史及现状; 5) 市场调查人员的基本素质要求。	1) 帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观; 2) 帮助学生树立爱国意识, 树立民族自豪感和自尊心; 3) 帮助学生建立团队精神, 建立团队合作机制; 4) 帮助学生建立开放包容、合作共赢的意识; 5) 帮助学生建立法律意识。
制订市场调查方案	知识目标: 1) 掌握确定市场调查性质的方法; 2) 掌握确定市场调查目标的方法; 3) 掌握市场调查方案的基本内容。 能力目标: 1) 能够识别不同调查背景下市场调查的要求及性质; 2) 能够在不同调查背景下确定市场调查的目标; 3) 具备基本的写作能力, 能对给出的市场调查设计的可行性分析; 能够根据已有材料, 完成市场调查方案的撰写。	1) 市场调查背景的分析; 2) 市场调查性质的确定; 3) 市场调查目标的确定; 4) 市场调查方案的撰写。	1) 帮助学生树立实事求是的意识; 2) 帮助学生树立承担责任的意识; 3) 帮助学生建立法律意识; 4) 强化学生的创新意识。

Continued

选择市场调查方法	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none">1) 掌握文案调查法的概念、运用方法及优缺点;2) 掌握观察法的概念、运用方法及优缺点;3) 掌握访谈法的概念、运用方法及优缺点;4) 掌握抽样的概念及方法; <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none">5) 了解目前新型的调查方法。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none">1) 能够运用文案调查法进行简单的市场调查;2) 能够运用观察法进行市场调查;3) 能够运用访谈法进行市场调查;4) 能够运用抽样法完成调查对象的选择。	<ol style="list-style-type: none">1) 文案调查法的概念及具体运用;2) 观察法的概念及具体运用;3) 访谈法的概念及具体运用;4) 抽样的概念、特点及适用范围;5) 随机抽样方法: 简单随机抽样、等距抽样、分层抽样、分群抽样的运用及计算;6) 非随机抽样方法: 任意抽样、判断抽样、配额抽样、滚雪球抽样;7) 新型调查方法的具体运用。	<ol style="list-style-type: none">1) 强化学生的法律观念, 增强法律意识;2) 帮助学生树立服务意识;3) 建立正确的价值观, 能够客观对待、处理不同国家的不同文化及不同的影响因素;4) 帮助学生树立开放、包容, 求同存异的理念;5) 帮助学生树立独立思考、辩证分析的意识, 对各类市场信息进行客观分析。
设计市场调查问卷	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none">1) 掌握调查问卷中问题的设计方法;2) 掌握调查问卷中问卷的编排;3) 掌握调查问卷的制作;4) 掌握调查问卷的访问技巧。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none">1) 具备一定的逻辑思维、判断、分析能力, 能够根据目标企业的背景材料及相关问题分析, 设计符合企业要求的调查问卷;2) 运用已学知识, 完成对问卷问题的编排设计;3) 具备良好的沟通、表达能力, 能够完成现实的问卷调查;4) 掌握调查人员的选择因素, 调查人员的培训方法及培训内容。	<ol style="list-style-type: none">1) 调查问卷中问题的设计;2) 调查问卷中问卷的编排;3) 调查访谈中的各类技巧;4) 市场调查人员的培训方法及培训内容。	<ol style="list-style-type: none">1) 培养学生沟通、谈判意识;2) 帮助学生建立爱岗敬业的思想, 热爱营销工作, 热爱调查工作;3) 帮助学生树立吃苦耐劳、肯挑重担的思想。
整理市场调查资料	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none">1) 了解市场调查资料整理的基本内容;2) 了解市场调查资料整理的程序;3) 理解二手资料加工的程序;4) 理解统计图和统计表。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none">1) 能运用具体方法对原始资料加工整理;2) 能够对二手资料进行加工整理;3) 能够制作统计图和统计表。	<ol style="list-style-type: none">1) 原始市场调查资料整理程序;2) 二手市场调查资料整理程序;3) 统计图和统计表的制作。	<ol style="list-style-type: none">1) 帮助学生树立细致、审慎的工作态度;2) 帮助学生树立诚实正直、实事求是的思想理念;3) 帮助学生树立吃苦耐劳、肯挑重担的思想。

Continued

定性市场调查 预测	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 掌握对比分析法的含义和特点; 2) 掌握专家会议法的组织与实施过程; 3) 掌握德尔菲法的组织与实施过程; 4) 掌握头脑风暴法的由来以及头脑风暴法的组织与实施过程。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 能运用专家会议法进行简单的市场预测; 2) 能运用德尔菲法进行简单的市场预测; 3) 能运用头脑风暴法进行简单的市场预测。 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 对比分析法的含义和特点及运用; 2) 专家会议法的组织与实施, 以及专家会议法的优缺点; 3) 德尔菲法的由来、组织与实施, 以及德尔菲法的优缺点; 4) 头脑风暴法的由来、组织与实施。 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 帮助学生树立开放、包容, 求同存异的理念; 2) 帮助学生建立团队精神, 建立团队合作机制; 3) 培养学生沟通、谈判意识; 4) 培养学生自己解决问题的意识; 5) 帮助学生建立绿色发展的理念。
定量市场调查 预测	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 掌握时间序列预测法(移动平均法、加权平均数法、移动加权平均数法); 2) 掌握指数平滑法(一次指数平滑、二次指数平滑); 3) 掌握回归分析预测方法。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 能够使用时间序列预测法进行市场预测; 2) 能够使用指数平滑法进行市场预测; 3) 能够使用回归分析法进行市场预测。 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 时间序列预测法(移动平均法、加权平均数法、移动加权平均数法); 2) 指数平滑法(一次指数平滑、二次指数平滑); 3) 回归分析预测方法。 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 增强学生自己解决问题的信心和能力; 2) 帮助学生树立细致、审慎的工作态度。
撰写市场调查 报告	<p>知识目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 理解市场调查报告的作用及重要性; 2) 理解市场调查报告的种类及特点; 3) 掌握调查报告的基本结构和写作技巧。 <p>能力目标:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 能够掌握市场调查报告的基本原则与写作要求; 2) 能够掌握市场调查报告的格式和基本结构; 3) 能够撰写市场调查报告。 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 市场调查报告的作用及重要性; 2) 市场调查报告的特点; 3) 市场调查报告的撰写。 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 帮助学生树立细致、审慎的工作态度; 2) 帮助学生树立诚实正直、实事求是的思想理念。

基金项目

四川华新现代职业学院教改课题: 高职院校课程思政建设研究——以市场调查与预测课程为例(JG2022002Y)。

参考文献

- [1] 卢友东, 汪义军. 市场营销专业《客户关系管理》课程思政教学建设探索[J]. 农村经济与科技, 2020, 31(22): 263-265.
- [2] 王丹丹. 职业教育“课程思政”研究现状与展望[J]. 中国职业技术教育, 2020(5): 46-51.
- [3] 王娟. 高职“市场营销”课程思政的探索与改革[J]. 教育教学论坛, 2020(50): 33-34.