

应用型本科院校《网络营销》课程 思政融入路径与实践研究

刘子源^{1,2}, 乔天禾², 李竹青³

1. 大学生发展与创新教育研究中心, 湖北 武汉 430074

2. 武汉工程大学管理学院, 湖北 武汉 430205

3. 合肥工业大学外国语学院, 安徽 合肥 230009

DOI:10.61369/ETI.2025120015

摘 要 : 本文聚焦应用型本科院校《网络营销》课程, 从项目式教学与校企协同视角, 深入探讨课程思政的融入路径与实践策略。通过分析应用型本科教育定位及课程思政需求, 揭示现有课程思政存在的问题, 从教学目标、内容、方法、实施保障及效果评估等方面设计融入路径, 并以某应用型本科院校为试点进行案例验证。研究显示, 结合项目式教学、校企协同与课程思政, 能有效提升学生的专业能力与思想政治素养, 为应用型本科院校课程思政建设提供参考。

关 键 词 : 应用型本科院校; 网络营销; 课程思政; 项目式教学; 校企协同

Research on the Integration Path and Practice of Ideological and Political Education in the "Online Marketing" Course at Application-Oriented Undergraduate Colleges

Liu Ziyuan^{1,2}, Qiao Tianhe², Li Zhuqing³

1. Research Center for Student Development and Innovative Education, Wuhan, Hubei 430074

2. School of Management, Wuhan Institute of Technology, Wuhan, Hubei 430205

3. School of Foreign Languages, Hefei University of Technology, Hefei, Anhui 230009

Abstract : This paper focuses on the "Online Marketing" course at application-oriented undergraduate colleges, exploring in-depth the integration path and practical strategies for ideological and political education from the perspectives of project-based teaching and school-enterprise collaboration. By analyzing the positioning of application-oriented undergraduate education and the demands for ideological and political education in courses, it reveals the existing issues in current ideological and political education within courses. The integration path is designed from aspects such as teaching objectives, content, methods, implementation guarantees, and effectiveness evaluation, and a case study is conducted at a certain application-oriented undergraduate college for validation. The research indicates that combining project-based teaching, school-enterprise collaboration, and ideological and political education in courses can effectively enhance students' professional capabilities and ideological and political qualities, providing a reference for the construction of ideological and political education in courses at application-oriented undergraduate colleges.

Keywords : application-oriented undergraduate colleges; online marketing; ideological and political education in courses; project-based teaching; school-enterprise collaboration

基金项目:

1. 湖北省普通高等学校人文社会科学重点研究基地——大学生发展与创新教育研究中心开放基金: 基于大学生创新思维地养的学生组织事务管理模式研究 (DXS2024019) 资助
2. 2024年武汉工程大学本科教学研究项目网络营销课程思政教学体系的建设与研究 (X2024041)

作者简介:

刘子源 (1991.04-) 男, 汉族, 河南人, 博士, 大学生发展与创新教育研究中心, 武汉工程大学管理学院, 校聘副教授, 研究方向: 创新创业教育, 创业管理, 应急安全管理, 绿色品牌管理等。

乔天禾 (2007.05-) , 女, 汉族, 湖北人, 武汉工程大学管理学院, 研究方向: 会计学、创新创业教育。

李竹青 (2003.08-) , 女, 汉族, 湖北人, 合肥工业大学外国语学院, 研究方向: 翻译、教育研究。

引言

随着数字经济的蓬勃发展，网络营销已成为推动社会经济增长的重要力量，对应用型人才的素质提出了更高要求。应用型本科教育作为高等教育体系的关键组成部分，肩负着培养适应产业需求、具备扎实专业技能与良好职业素养的高素质劳动者的使命。在此背景下，“课程思政”作为落实立德树人根本任务的重要举措，强调将价值塑造、知识传授和能力培养三者融为一体，其重要性日益凸显。^[1]

本研究旨在通过理论构建与案例验证，系统回答核心问题：一是如何构建融合思政目标、专业知识与职业能力的《网络营销》课程教学目标体系？二是如何通过项目式教学与校企协同，设计思政元素与教学内容、方法有机融合的可操作性路径？三是如何建立科学的评价与保障机制，确保课程思政融入效果可持续、可衡量？通过探讨这些问题，为同类院校课程思政改革提供可借鉴、可复制的实践方案，助力新时代高素质应用型营销人才培养。

一、《网络营销》课程思政的现存问题剖析

尽管课程思政在应用型本科院校教学中得到一定重视，但《网络营销》课程的思政融入仍面临诸多挑战，存在一系列亟待解决的问题。

在目标层面，思政目标与专业教学目标割裂。当前，课程思政目标常被简单等同于“爱国教育”“诚信教育”等抽象概念，未能与网络营销具体职业岗位能力要求相结合（鲍月、毛展展，2022）。这种模糊与脱节导致思政要求悬浮于专业教学之上，难以引导学生将价值规范转化为具体职业行为准则。例如，课程未针对电商运营“刷单”、数据分析“隐私滥用”等真实伦理困境，制定培养学生“合规决策能力”的具体思政目标，致使学生实践中更关注营销效果，缺乏对伦理规范的深入思考。^[2]

在内容层面，思政元素与专业知识融合“表层化”。鲍月、毛展展（2022）明确指出，当前普遍存在思政元素与专业知识“两张皮”问题，典型表现为“机械植入式融合”，讲解专业技术时生硬插入关联性不强的思政内容，未能深入挖掘专业知识蕴含的思政内涵。

在教学方法与实践环节，价值引领作用未充分发挥。《网络营销》是实践性极强的课程，但教学方法往往单一，多以教师讲授为主，缺乏激发学生价值思辨的互动与探究环节（沈金波，2020）。更突出的是，实践教学与校企协同环节中普遍存在“重技能、轻价值”倾向，实训项目评价标准“唯流量、唯销量”，忽视学生的诚信意识、社会责任等价值观念。甚至在校企合作中，企业导师可能过度强调商业效果，传授“刷单”等与课程思政目标相悖的“行业潜规则”，导致学生在校接受的价值观教育与企业实践要求产生认知混淆与冲突，严重削弱思政育人效果。^[3]

在评价体系层面，科学评价体系缺失是关键瓶颈。目前，课程思政教学效果评价体系不完善，存在评价指标模糊、评价方式单一的问题。对学生思政素养的评价多依赖教师主观印象，缺乏可观察、可量化的具体行为指标，如“在营销方案中主动标注数据来源合法性”等（张春华，2021）。^[4]同时，评价主体单一，缺乏学生自评、互评及企业导师从职业素养角度的反馈。这种“无评价”或“软评价”状态，使课程思政失去有效的反馈与改进机制，容易流于形式，无法对学生思想政治素养提升产生实质性驱动作用。

二、教学目标的重构：知识、能力与价值的统一

针对思政目标与专业教学目标割裂的问题，需对课程教学目标体系进行系统性重构，将价值塑造有机嵌入知识传授与能力培养全过程，实现三者内在统一。^[5]

在知识目标层面，突破“技术至上”传统局限，构建从工具掌握到策略谋划，再到伦理判断的递进式知识体系。学生需熟练掌握搜索引擎优化（SEO）、直播运营、社交媒体营销（SMM）等核心工具操作，培养市场洞察、用户需求挖掘及全链路营销策略制定的系统思维能力。关键是将法律规范与伦理认知深度融入技术学习，引导学生熟知《电子商务法》等相关法规，理解算法伦理及其社会影响，树立“营销向善”理念，审慎权衡商业价值与社会价值。^[6]

在思政目标层面，构建与网络营销职业特性紧密相连、层次清晰的素养框架。以“职业伦理”为基础，聚焦网络营销领域高频伦理风险，培养学生的诚信意识、契约精神与数据伦理。在此基础上，塑造学生的“社会担当”，通过“助农直播”“绿色产品推广”“公益带货”等实践项目，引导学生将专业技能服务于乡村振兴、绿色发展等国家战略与社会需求，培育社会责任感与主动服务社会的意识。通过“国潮品牌营销”项目激发民族文化自信与自豪，通过“跨境电商推广”项目培养国际视野下的文化传播使命感，使其成为全球商业环境中讲好中国故事、传播中华优秀传统文化的使者。

三、教学方法的改革：PBL项目式教学与实践

为解决教学方法单一、实践环节价值引领不足的问题，采用项目式教学（PBL）作为核心教学方法，深化校企协同机制，将思政教育融入学生解决真实问题的全过程。

（一）项目式教学（PBL）的思政融入路径

借鉴沈金波（2020）提出的PBL模式，设计以思政目标为导向的PBL四阶段实施流程。以“红色旅游景点网络营销策略”项目为例：任务设计阶段，明确方案需同时实现提升景点知名度与准确传播红色文化的双重目标，绑定专业任务与价值目标；方案制定与执行阶段，组织实地调研，邀请纪念馆讲解员讲解历史背景，营销内容创作中设立“历史准确性审核”环节，由思政教师参与伦理与价值把关；成果评估阶段，采用专业性与思政素养并重的双重评价标准，方案答辩需专门阐述平衡商业效果与文化传播责任的考量；项目复盘阶段，组织“红色营销的初心与担当”主题研讨会，引导

学生反思是否坚守历史严谨性底线，实现价值引领升华。

（二）校企协同的深度育人机制

为克服校企合作“重技能、轻价值”倾向，构建“真实项目 + 思政复盘”的校企协同育人模式。以“地方绿色农产品网络推广”项目为例：项目启动阶段，企业导师阐释产品绿色理念与企业品质价值观，明确“传递健康生活理念、支持本土农业”为核心价值目标；项目实施阶段，实行校企双导师联合指导，学校导师引导学生在定价策略、直播话术、售后服务等环节平衡商业利益与社会责任，避免夸大宣传或损害农民长期利益；项目总结阶段，组织企业代表、教师、学生共同参与的思政复盘会，企业分享坚守品质的“长期主义”故事，学生反思价值抉择，共同提炼“绿色营销”核心伦理准则。通过此机制，将企业实践经验转化为思政教学资源，让学生在真实职业环境中感悟并内化职业道德与社会责任。

四、教学内容的创新：模块融合与案例库建设

（一）模块融合设计

针对思政元素与专业知识“两张皮”的难题，本研究的破解之道在于构建一个结构化、可操作的融合框架。为此，我们系统设计了如下所示的模块化教学方案，旨在将价值引领的目标具体化为与各核心知识模块及实践环节相对应的教学任务，从而确保思政融入的精准性与实效性。

表 1 《网络营销》课程模块融合设计

课程模块	核心知识点	融入的思政元素	实践场景设计
网络营销概述	发展历程与趋势	数字经济与国家竞争力、行业发展伦理	讨论“中国电商领先全球的原因”
搜索引擎营销	关键词优化、竞价排名	公平竞争、数据真实性、法律合规	模拟“杜绝恶意竞价”的行业自律会议
社交媒体营销	内容创作、社群运营	主流价值观传播、网络言论责任	设计“弘扬工匠精神”的短视频内容
直播电商运营	选品策略、流量转化	诚信经营、消费者权益保护	开展“3·15 诚信直播”主题活动
数据分析与应用	用户画像、转化漏斗	数据隐私保护、算法公平性	评估“个性化推荐”中的伦理风险
跨境网络营销	文化差异与本地化策略	文化自信、国际理解与尊重	为中国非遗产品设计海外推广方案

（二）案例库建设

为支撑上述模块化教学，本研究参考彭明唱（2021）的案例构建思路，致力于建设一个多元化、本土化且富有思政教育意义的专题案例库。该案例库旨在通过真实情境，让学生直观理解专业知识与价值判断的紧密关联。

案例类型主要包括：其一，正向引领类案例，如剖析“故宫文创”利用社交媒体成功实现传统文化现代化传播的路径，彰显文化自信的魅力；或展示“大学生直播助农团队”如何运用专业技能服务乡村振兴，体现青年一代的社会担当。其二，反面警示类案例，如深入分析“某网红主播因虚假宣传被法律制裁”的事件，清晰揭示失德行为所带来的法律后果与职业生涯危机，强化学生的合规底线意识。其三，本土特色类案例，聚焦于“地方特色产业（如景德镇陶瓷）通过直播电商实现品牌升级”等在地化实践，增强学生服务区域经济发展的认同感与使命感。其四，国际比较类案例，通过解读“中国品牌出海过程中面临的文化冲突与成功应对策略”，或对比不同国际市场的隐私法规，培养学生的国际视野与跨文化沟通能力。

五、评价体系的构建：多维评价与反馈机制

针对课程思政评价体系不完善、思政素养难以量化的问题，构建融合过程性与结果性评价、涵盖多元主体、聚焦多维指标的综合评价体系，对学生专业能力与思政素养进行全面客观评估，形成“教学—评价—反馈—改进”的良性循环。

（一）评价指标的多维化设计

评价体系确立专业能力、思政素养与协作创新三个核心维度。专业能力维度占比50%，考察学生网络营销方案的可行性、技术工具运用的熟练度及数据驱动决策能力。思政素养维度占比30%，从职业伦理（杜绝虚假承诺、遵循广告法规）、社会责任感（考量弱势群体利益与环境保护）、文化认同（尊重并传播传统文化与民族品牌）三个层面考察。协作创新维度占比20%，关注学生团队合作中的沟通协调能力、复杂问题解决能力及方案设计的创新性。^[7]

（二）评价方式的多元化改革

采用过程性评价与结果性评价相结合的模式，过程性评价占总评的70%，结果性评价占30%。过程性评价通过项目实践日志（记录伦理困境与价值抉择）、小组协同互评（聚焦责任担当与原则坚守）、企业导师评估（从职业态度、合规操作、社会责任感等维度评判）实施；结果性评价通过营销方案答辩（阐述专业逻辑与思政考量、社会价值）、课程反思报告（撰写《网络营销从业者价值准则》等文本，深化“营销向善”理念）实现。^[8]

课程思政建设是需要持续改进的系统工程。^[9]未来将继续深化理论研究，完善实践方案，努力培养更多既掌握先进网络营销技能，又具备高尚职业道德和社会责任感的优秀人才，为数字经济发展提供坚实的人才支撑。^[10]

参考文献

- [1] 李婷婷. 应用型本科教育与产业需求对接的路径研究 [J]. 教育探索, 2021(5): 68-72.
- [2] 张春华. 课程思政融入专业教学的逻辑与实践 [J]. 中国高等教育, 2021(12): 45-47.
- [3] 鲍月, 毛展展. 网络营销课程思政教学现状与优化策略 [J]. 职业技术教育, 2022, 43(8): 56-60.
- [4] 沈金波. 项目式教学在网络营销课程中的应用研究 [J]. 当代教育实践与教学研究, 2020(11): 134-135.
- [5] 彭明唱. 课程思政视域下专业案例库的建设与应用——以市场营销专业为例 [J]. 黑龙江教育 (理论与实践), 2021(7): 102-103.
- [6] 中华人民共和国电子商务法 [Z]. 2018-08-31.
- [7] 中华人民共和国广告法 [Z]. 2021-04-29 修订.
- [8] 中华人民共和国个人信息保护法 [Z]. 2021-08-20.
- [9] 教育部. 高等学校课程思政建设指导纲要 [Z]. 2020-05-28.
- [10] 王晨. 校企协同育人模式下课程思政的实践路径——以应用型本科院校为例 [J]. 中国职业技术教育, 2020(24): 85-89.