

《广告学》课程融入思政理念的教学应用

赵凯飞^{1,2}

1.山西应用科技学院 管理学院, 山西 太原 030062

2.朔州陶瓷职业技术学院 经济管理系, 山西 朔州 038300

DOI:10.61369/EDTR.2026080037

摘 要 : 高等院校的思政教育是引导学生建立正确世界观、人生观、价值观的重要方式,也是大学生思想道德养成的主要基础,在全面推进“课程思政”建设的背景下,《广告学》作为市场营销专业的主要课程,理论性和应用性都非常重要,并且因为其研究对象是广告,已经成为融入现代生活、对社会经济发展、消费行为、文化潮流和价值观产生重要影响的力量。所以,在《广告学》教学中加入思政教育,将思政理念和广告的价值观传递功能进行整合,直接影响到学生正确价值观的建立和职业伦理的形成。由此,本文以专业课程角度为基础,整体整理《广告学》课程思政教学的方法、经验、效果和当前存在的问题,分析其加入思政内容的必要性,并且有针对性地提出推动课程思政建设的新思路和新方法,以期培养同时具备专业技能和良好品德的营销人才提供参考。

关 键 词 : 课程思政; 广告学; 教学方式创新; 思政元素; 价值观引领

The Teaching Application of Integrating Ideological and Political Concepts into the Course of Advertising Studies

Zhao Kaifei^{1,2}

1.School of Management, Shanxi College of Applied Science and Technology, Taiyuan, Shanxi 030062

2. Department of Economics and Management, Shuozhou Ceramic Vocational and Technical College, Shuozhou, Shanxi 038300

Abstract : The ideological and political education in colleges and universities is an important way to guide students to establish a correct world outlook, outlook on life and values, and it is also the main basis for college students' ideological and moral cultivation. Under the background of comprehensively promoting the construction of "curriculum ideological and political education", "Advertising" as the main course of marketing major, is very important in theory and application, and because its research object is advertising, it has become a force that integrates into modern life, has an important impact on social and economic development, consumer behavior, cultural trends and values. Therefore, adding ideological and political education to the teaching of 'advertising', integrating the ideological and political concept and the value transmission function of advertising, will directly affect the establishment of students' correct values and the formation of professional ethics. Therefore, based on the perspective of professional courses, this paper comprehensively sorts out the methods, experiences, effects and current problems of ideological and political teaching in the course of 'Advertising', analyzes the necessity of adding ideological and political content, and puts forward new ideas and new methods to promote the ideological and political construction of the course, in order to provide reference for cultivating marketing talents with both professional skills and good moral character.

Keywords : course ideology and politics; advertising studies; innovation in teaching methods; ideological and political elements; value guidance

引言

社会的持续发展依靠具备品德和才能的优秀人才,高等教育坚持将育人放在首位并重视德育工作,思想政治教育的效果会直接影响人才培养的质量,学校是国家人才培养的主要基地,承担着向社会输送合格建设者和可靠接班人的责任,“课程思政”理念的提出是为了将价值塑造、知识传授和能力培养这三者结合在一起,通过将思政教育融入到各种专业课程的教学,产生共同育人的效果,从而提高人才培养的整体质量。广告是现代商业社会主要的竞争方式,其传播内容和形式都包括特定的价值观念和文化导向,对社会经济发

基金项目:山西省教育厅高校教学改革创新研究一般项目“《广告学》课程融入思政元素的教学设计理念与方法”(项目编号:J20221367)。

作者简介:赵凯飞(1982—),女,汉族,山西榆社人,硕士研究生,高级经济师,山西应用科技学院,朔州陶瓷职业技术学院,研究方向市场营销。

展、大众购买决策、消费观念、审美趣味及社会主流价值观产生明显影响。^[1]将思政教育和广告学学科教学进行深度结合，让学生在专业学习的过程中，道德素养、价值取向获得正向引导和提高，这对培养具备扎实专业技能和高度职业道德素养的营销专业人

一、广告学课程思政教学的现状审视

教师在实施课程思政中扮演着主要角色，其教学能力和思政素养会直接关系到育人的成效，《广告学》课程思政教学在实践过程中出现了以下问题：首先，在教学上，部分教师对课程思政的理解比较浅，教学内容和思政元素的结合不够自然流畅，存在“贴标签”和“两张皮”的情况，缺少明显主题和吸引力。教学形式仍然主要依靠传统讲授，内容比较单一枯燥，无法有效激发学生的学习兴趣。其次，在思政融入上，思政内容和专业知识点的衔接显得有些生硬，缺少精巧的教学设计、自然的引导过渡，使学生难以理解。最后，在实践上，实践教学环节比较薄弱，未将思政理念融入广告策划、创意、制作等实践项目，学生参与度不高，主体性没有充分发挥，使思政育人目标难以落实。

二、广告学课程思政教学存在的问题剖析

分析上述现状，可以发现《广告学》课程思政教学目前存在下列主要问题：

- 1. 教师思政意识和能力不足，一些专业教师对课程思政的内涵和重要性了解不够，自身思政理论素养和育人意识比较薄弱，缺少主动挖掘和融入思政元素的意识和能力，使得教学中思政引导有不足。
- 2. 教学方式和手段比较单一且存在滞后，授课方式主要还是由教师单向进行输出，学生参与到讨论和互动探究中的机会比较有限。同时，雨课堂、学习通等线上教学平台和优质网络资源的整合利用不够广泛和深入，没有形成线上线下混合式教学模式，限制了教学在时空和效果上的发展。
- 3. 思政内容融入浅表化和碎片化，教学内容中思政元素的融入缺少整体设计和明显主题，没有紧密围绕国家大政方针、法律法规、社会主义核心价值观及职业道德伦理等重要内容进行，使思政教育缺少深度和广度，无法触及学生心灵。^[2]
- 4. 学生学习主体性没有得到有效激发，由于教学内容和方式存在局限，学生在学习过程中表现出积极性不高和态度不够端正的情况，课堂中低头族现象明显，师生之间互动不够，学习效果不好，课程思政的育人目标无法实现。

三、思政元素挖掘与融入路径的系统构建

面对上述问题，推进《广告学》课程思政建设，重点是整体地挖掘课程包括的思政元素，并寻找明确、有效的融入方式。

（一）《广告学》课程思政元素体系构建

《广告学》课程内容非常丰富，包括丰富的思政教育资源，

可以按照宏观、中观、微观三个层次进行整体挖掘：

层次	思政元素维度	具体内涵与《广告学》结合点
宏观层面	国家意识与文化自信	合中国广告发展史，展现改革开放成就与经济活力；分析本土品牌广告如何体现民族文化、弘扬中国精神，增强文化自信。
	社会责任与时代担当	围绕国家重大战略设置公益广告实践主题；分析广告在传播主流价值观，促进社会和谐中的作用与责任。
中观层面	法律法规与职业道德	系统融入《广告法》《知识产权法》《反不正当竞争法》等法律法规知识，培养学生的法律意识与底线思维。
	文化传承与创新	挖掘广告中的传统文化元素，探讨广告对传统文化的创造性转化与创新性发展；鼓励学生从地方特色文化中汲取创意灵感，增强文化传承的自觉性。
微观层面	科学精神与审美情趣	在广告市场调研与效果评估环节，培养学生求真务实、严谨细致的科学精神；在广告创意与表现环节，引导学生树立正确的审美观。
	团队协作与健全人格	在分组实践项目中，培养学生的沟通协作能力、集体荣誉感和奉献精神；通过广告案例分析与伦理辩论，引导学生明辨是非、独立思考，塑造健全、向上的人格。

（二）思政元素融入《广告学》教学的路径探索

基于上述思政元素体系，可从以下路径实现有机融入

1. 强化教师思政意识，筑牢“课程思政”育人根基。

高校教师不仅需具备扎实的专业知识与现代教育观念，更应自觉对标“政治要强、情怀要深、思维要新、视野要广、自律要严、人格要正”的要求，提升自身思想政治素养与育人能力。应重视“四有”好老师的培育，将教师的师德师风、育人能力纳入考核评价体系。通过组织“课程思政”专题培训、集体备课会、教学沙龙等形式，引导专业教师与思政课教师、导师同向同行，在学术交流与教学研讨中互通有无，共同挖掘育人资源，形成育人合力，确保各门课程同向同行，发挥协同效应。

2. 创新教学方式方法，激活思政育人内生动力。

（1）变革教学模式，强化师生互动。

改变“师讲生听”的被动模式，灵活运用雨课堂、学习通等智慧教学工具，结合哔哩哔哩、抖音等平台上的优质广告案例资源，采用线上线下混合式教学，增强课堂互动性与趣味性。推行案例教学，精选体现家国情怀、社会责任、科技创新、诚信经营的经典或热点广告案例（如鸿星尔克的爱国营销、花西子的文化自信探索等），组织学生进行深度剖析与辩论，在专业分析中自然渗透“诚实守信、敬业奉献、守法规矩”等价值观。

（2）推广合作学习，激发主体意识。

采用项目式学习（PBL）和小组合作学习模式，围绕公益广告策划、本土品牌形象提升、虚假广告辨析等真实或模拟任务，

引导学生开展合作探究。学生在分工协作、观点碰撞、成果汇报的过程中，其主体地位得以彰显，团队协作精神、沟通表达能力、批判性思维能力以及相互带动、共同进步的学习氛围得以强化。

（3）巧用教学方法，触动学生心灵。

教师应结合自身教学风格与当下时事热点、流行文化，用学生喜闻乐见的话语体系和互动方式（如话题讨论、角色扮演、即兴辩论）激活课堂。将“国货崛起”、“直播带货中的诚信问题”、“算法推荐与信息茧房”等热门话题引入课堂，引导学生结合专业知识进行分析，分享个人见解，引发情感共鸣。教师需敏锐捕捉学生发言中的思想闪光点与困惑点，适时引导、归纳提炼，用真情实感启迪学生对社会、对人生的深刻思考，使思政教育内化于心、外化于行。^[3]

3. 立足广告学科特色，深化“课程思政”与职业素养融合。

（1）对教学内容进行重构，达到“育才”和“育人”的统一。

依据市场营销专业人才培养方案，对《广告学》知识模式进行整体梳理，并准确识别其和思政教育相结合的方面，以企业对人才爱岗敬业、诚实守信、善于思考和勇于担当等职业素养的实际需求为出发点，重新审视并优化课程教学目标与内容，将善思考、爱本职、忠事业和尽好责的专业素质要求融入教学大纲、教案和考核标准，形成科学整体的广告学课程思政教学方案。

（2）细化素养要求，分阶段融入教学全过程。

导入阶段要传承文化，明确规范，结合晋商文化中诚信为本和义利兼顾的商业伦理，对广告的起源和社会功能进行讲解，同时引入《广告法》的基本准则，从而奠定课程的文化底蕴和法律基础。

技能学习阶段需要加强诚信意识，同时鼓励进行原创创作。教师讲解广告创意和策划时，通过对比分析原创优秀广告和抄袭模仿广告的成败得失，来强化“拒绝抄袭、尊重知识产权”的价值观。教师指出广告真实性非常重要，引导学生理解诚信既是法律规定，也是获得市场信任和塑造品牌价值的主要方式。^[4]

实践应用阶段需模拟实战、对接职场，引入企业真实需求或者公益命题，比如乡村振兴、绿色消费和非遗传承等，进行项目制实践教学。学生通过进行模拟提案、客户沟通和团队协作，可以提前感受到职场氛围，锻炼解决实际问题的能力，并且在实践过程中体会到广告人的社会责任和职业操守。分析虚假广告和低价营销等反面案例，可以提高学生识别和抵制不良商业行为的意

识，并树立正确的义利观。

4. 形成多元评价模式，加强思政育人效果。课程思政的效果主要体现在学生对专业知识的掌握，同时也包括价值观的塑造和职业素养的提高。应当建立包括知识、能力和素养的多元评价模式。考核过程中，提高与思政有关的实践环节，包括公益广告策划、诚信营销案例分析报告和广告伦理辩论表现等，其权重得到提高。将过程性评价包括的课堂观察、小组互评和实践日志，和终结性评价涉及的作品、报告及考试进行结合，以此来对学生的思政内化程度、团队协作能力、法律意识、专业应用能力进行全面评估。在条件具备时可以邀请行业导师参与评价，他们站在社会需求角度来反馈学生的职业素养和价值认同，由此形成教学、实践、评价、反馈的改进闭环。^[5]

5. 强化校企协同育人，拓展思政实践平台。积极拓展校企合作深度与广度，将思政教育延伸至行业实践前沿。联合本地优秀广告公司、主流媒体、公益组织共建“课程思政实践基地”，开展真题真做。例如，围绕“山西药茶”区域公用品牌推广、“古城保护与活化”公益传播等项目，引导学生将专业知识服务于地方经济社会发展，在实践中深刻理解广告的社会价值与伦理责任。通过企业导师进课堂开设讲座、指导学生项目，以及学生进企业参观实习、参与真实项目的双向互动，增强学生对行业规范、职业操守与社会责任的直观认知，实现专业知识、思政素养与职业能力的同步提升。

四、结语

在信息爆炸的互联网时代，高校大学生面临多元价值观的冲击，其信息甄别与价值判断能力尚在形成之中，加强思政教育尤为迫切。作为专业教育的重要阵地，《广告学》课程必须主动担当起“守好一段渠、种好责任田”的使命。通过系统挖掘课程蕴含的思政元素，并将其巧妙融入知识传授、能力培养与实践应用的各个环节，不仅能帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观，更能培养其作为未来广告人、营销人所必需的社会责任感与职业伦理。将思政的理念与广告的价值观引领功能深度融合，是培养既有扎实专业技能，又有深厚家国情怀和高度文化自信的高素质人才的关键路径。未来，应持续深化对《广告学》课程思政教学规律的研究，不断优化教学设计，创新教学方法，完善评价机制，充分利用好课堂教学主渠道，发挥专业教师在立德树人中的主体作用，真正实现专业教育与思政教育的同频共振、有机统一。

参考文献

- [1] 杨欣. 应用型高校广告学专业课程实证模式的构建与实践 [J]. 现代商贸工业, 2024, 45(12): 204-206.
- [2] 房雪. 应用型本科高校广告学专业课程与思政教育融合路径研究 [J]. 湖北开放职业学院学报, 2025, 38(15): 89-91.
- [3] 杨航, 蔡张愉. 扎根理论视域下广告学课程思政教学改革的路径创新探索 [J]. 太原城市职业技术学院学报, 2024(01): 109-113.
- [4] 夏喜莲, 夏超群. 传媒类院校专业课程实证教学探索——以广告学课程为例 [J]. 传媒论坛, 2023, 6(19): 67-70.
- [5] 罗靖怡, 金铭. CLD 视角下广告文案课程思政教学体系构建路径研究 [J]. 新闻研究导刊, 2025 (07): 90-94.