

# Research on the Cultivation Model of Marketing Talents Based on Curriculum Ideological and Political Education

Yanling Han

Bingtuan Xingxin Vocational and Technical College, Korla, Xinjiang, 841007, China

## Abstract

In recent years, China has attached great importance to the ideological and political construction of courses. The *Guiding Outline for the Ideological and Political Construction of Courses in Higher Education Institutions* issued by the Ministry of Education clearly requires that various majors in universities should promote the ideological and political construction of courses based on the characteristics of their disciplines. Therefore, the research on the training model of marketing talents based on curriculum ideology and politics has important policy background. Marketing is a profession with a wide range of applications, which involves the whole process from product development to sales. Under the background of the increasingly fierce market competition, how to cultivate high-quality and high-level marketing talents has become the top priority of this major. Traditional marketing teaching often emphasizes the cultivation of professional skills, but neglects the cultivation of ideology, politics and moral education. With the continuous improvement of the society's requirements on the quality of talents, how to cultivate students' comprehensive quality and improve their ideological and moral cultivation has become one of the important tasks of higher education. At present, many scholars have studied the ideological and political construction of curriculum, but there is still a lack of marketing specialty. Therefore, the research on the training mode of marketing talents based on curriculum ideology and politics has important research value and practical significance.

## Keywords

curriculum ideological and political; marketing; construction of talent training mode; case study

## 基于课程思政的市场营销人才培养模式研究

韩燕玲

新疆生产建设兵团兴新职业技术学院, 中国·新疆 库尔勒 841007

## 摘要

近年来,中国高度重视课程思政建设,教育部印发的《高等学校课程思政建设指导纲要》明确要求高校各个专业应该结合学科特点推进课程思政建设。因此,基于课程思政的营销人才培养模式研究具有重要的政策背景。而营销专业是一个具有广泛应用领域的专业,它涉及从产品开发到销售的整个过程。在当前市场竞争日益激烈的背景下,如何培养具有高素质、高水平的营销人才已成为该专业的重中之重。传统的营销专业教学往往注重专业技能的培养,忽视思政和德育方面的培养。随着社会对人才质量要求的不断提高,如何培养学生的综合素质,提高学生的思想道德修养已成为高等教育的重要任务之一。目前,已有不少学者对课程思政建设进行了研究,但在营销专业方面还比较欠缺。因此,基于课程思政的营销人才培养模式研究具有重要的研究价值和实践意义。

## 关键词

课程思政; 市场营销; 人才培养模式构建; 案例研究

## 1 引言

在对基于课程思政的营销人才培养模式进行研究时,可以专注于课程思政的理论基础和实施方法,这部分主要探讨课程思政的基本概念、实施原则、实施方法和实施现状,为后续的实践和研究提供理论支持,并实时关注市场营销专业的现状和发展趋势,对营销专业的现状进行梳理,对未来的发展趋势进行预测。学会分析课程思政

与营销人才培养的关系,如何将课程思政融入营销专业的教学中,同时分析课程思政在营销人才培养中的重要性,并探讨如何构建基于课程思政的营销人才培养模式,包括培养目标、培养内容、培养方式、培养评价等,在最后总结研究成果,提出对营销人才培养的建议和展望,对后续研究的建议。

## 2 当前市场营销人才培养中存在的问题

### 2.1 培养目标定位偏差

当前许多本科高校的营销专业人才培养目标定位于“应用型”“创新创业型”,然而在实际操作中,培养方

【作者简介】韩燕玲(1977-),女,中国河南淮阳人,本科,讲师,从事市场营销、电子商务研究。

式仍旧停留在研究型高校学历教育阶段,重理论、少实践,缺乏特色,针对性不强,与地方经济不能有效接轨,无法满足差异化、多样化的人才需求。

## 2.2 课堂教学方法单一

在市场营销专业的教学过程中,大部分高校虽然定位于“应用型”“创新创业型”人才培养,但课堂教学的方法和手段依然以教师讲授为主,片面强调教师的支配性与指导性,学生的参与时间偏少,缺少有效的师生互动和学生自主参与的环境,直接导致学生思维的僵化与单一,不利于学生创新创业意识的形成和能力的培养。

## 2.3 “双师型”教师队伍严重匮乏

当前应用型本科高校市场营销专业的教师一般从高校毕业直接进入高校从事教学工作,缺乏企业工作的经验,实践经验偏少。并且在长期的教学活动中很少进行企业调研,采集一手案例,而一味地照搬书本知识。由于教师自身实践经验匮乏,很难培养高水平的具有创新创业能力的学生。

## 2.4 创新创业项目扶持力度不足

对于学生的创新创业项目,应用型本科高校的经费扶持、政策鼓励等方面支持力度不够。学生创新创业项目的经费一般来自省厅的拨款,学校的经费配套是有限的,并且项目的数量也是有限的,这可能导致部分创新创业项目中途终止。并且学校对创新创业项目的政策鼓励也非常匮乏,没有相关的创业园区或基地,学生的创新创业团队基本孤军奋战,没有相对接的创业平台和相关的鼓励措施,使学生的创业热情遭受打击。

## 2.5 校企合作不够深入

虽然市场营销专业的校企合作有一定的发展,但还处于探索时期,相关机构对校企合作机制缺乏有效的支持,加上学校自身能力有限,企业与学校之间需求不对等,导致双方参与校企合作的积极性不高。虽然有些高校实行了校企合作,但只是签订了校企合作合同,具有随意性和表象化的特征,没有取得实质性的效果,也缺乏长期性、稳定性的合作关系。

## 2.6 市场定位问题

当前市场营销人才培养市场中存在的主要市场定位问题是人才定位不清晰和培养素质不足。各个高等院校对于市场营销人才的培养目标基本大同小异,没有根据自身特色和地区经济特点进行差异化培养,导致毕业生缺乏针对性和竞争力。市场营销专业的授课范畴过于广泛,没有形成明显的专业特色,不能满足当前市场营销行业的差异化和多样化的人才需求。许多本科市场营销专业的学生过多关注理论知识的学习,而无法将所学知识转化为实践操作能力,这与用人单位对人才的需求存在一定的落差。各类大学在市场营销专业的教学模式上缺乏新颖性,过于依赖课本传授知识,缺乏实践课程的设置和实践能力的培养,导致学生难以适应社会的实际需求。因此,市场营销人才培养市场需要改进和优化

现有的教学模式和市场定位,以提高人才的素质和质量,满足不断变化的市场需求。

总之,市场营销人才培养市场中存在的问题需要从多个角度进行改革和完善,包括培养目标的重新定位、课堂教学方法的改进、“双师型”教师队伍的建设、创新创业项目的扶持以及校企合作的深化等等。只有这样,才能提高市场营销专业学生的综合素质和能力,增强他们在未来市场中的竞争力。

## 3 课程思政在市场营销人才培养中的重要性

### 3.1 有助于培养学生的道德品质

市场营销实践中,诚信是企业与消费者之间建立信任关系的基础。通过思政教育,可以引导学生树立正确的价值观,强调诚信、公正、责任等道德观念。只有具备良好的道德品质,才能在市场竞争中取得长期成功,才能更好地引导学生关注社会问题,传递正能量。市场营销专业人才应该积极参与公益活动,关注社会发展,为社会做出积极贡献,发扬自身正能量。

### 3.2 有利于激发学生学习兴趣

市场营销是一门实践性较强的课程,将其与思政融合教学时,可运用案例教学、翻转课堂教学、信息化教学等方式来引导学生参与实践项目,使学生感受到这一课程的趣味性,从而增强其学习兴趣。同时,将思政元素融入市场营销的教学中,可以引导学生运用所学知识解决实际问题,达到学以致用效果。

### 3.3 有利于提高课堂教学质量

从课程思政作用上来看,市场营销中融入思政教育元素,能优化学生整体认知水平,助力学科课程改革。具体来看,市场营销这一课程中包含的内容十分广泛,其中含有丰富的思政育人元素,教师在课堂中借助多种教育方法和途径,将这些元素深入挖掘,改编成通俗易懂的教学素材,能充实市场营销课程教育内容,强化课程教育的深度和广度,有效实现教育目标。而这些教育效果是提升高校市场营销课堂教学质量的具体成效。

## 4 基于课程思政的市场营销人才培养模式构建

为了更好地构建人才培养模式:首先,市场营销专业的培养方案应该结合课程思政的要求和市场营销专业的特点进行修订,明确培养目标,并突出学生的思想政治教育和职业道德教育。其次,应该结合市场营销专业的实际需求,将思政元素融入课程设计中。例如,在市场调查、销售策略、广告策划等课程中都可以融入思政元素,如诚信、公正、社会责任等。最后,为了更好地将思政元素融入市场营销专业的教学中,教师需要注重实践育人。例如,在市场营销的实践教学活动中,可以组织学生进行市场调查、营销策划等实践活动,让学生在实践中感受到市场营销的魅力和价值。

教师也可以通过案例分析、情景模拟等方式,引导学

生分析市场营销案例中的道德困境和解决方案,提高学生的道德素质和职业素养。同时,教师需要创新教学方式,注重学生的参与和互动。例如,可以采用小组讨论、角色扮演、小组作业等方式,激发学生的学习兴趣 and 积极性。教师也可以利用现代信息技术手段,如微视频、在线课程等,提高教学效果和质量。

在基于课程思政的市场营销人才培养模式中,教师起着至关重要的作用。因此,必须加强师资建设,提高教师的素质,鼓励教师参加专业培训和教育实践活动,提高教师的专业素养和思政教育能力,鼓励教师开展科研活动,探究市场营销专业与思政教育融合的有效途径和方法。市场营销专业是一门实践性很强的专业,因此必须加强实践教学,培养学生的应用能力和职业素养。可以通过建立实践教学基地、组织学生参加社会实践活动等方式,让学生深入了解市场营销的实际运作和市场需求,提高其应用能力和职业素养。

基于课程思政的市场营销人才培养模式需要从培养方案修订、教学内容丰富、教学方式创新、师资建设加强和实践教学加强等方面入手,全面提高学生的思想道德素质、专业素养和职业素养,培养出符合社会需求的高素质营销人才。

## 5 基于课程思政的市场营销人才培养模式策略

### 5.1 完善培养方案,突出思政教育

市场营销专业的培养方案应该结合课程思政的要求和市场营销专业的特点进行修订,突出学生的思想政治教育和职业道德教育。同时,应该结合市场营销专业的实际需求,将思政元素融入课程设计中,注重培养学生的创新精神和综合素质。

### 5.2 加强教学内容的思政融入

在市场营销专业的教学过程中,应该注重将思政元素融入教学内容中,例如在市场调查、销售策略、广告策划等课程中都可以融入诚信、公正、社会责任等思政元素。同时,应该注重培养学生的创新思维 and 实践能力,提高其综合素质和职业素养。

### 5.3 创新教学方式和方法

市场营销专业的教学方式应该注重学生的参与和互动,可以采用小组讨论、角色扮演、小组作业等方式,激发学生的学习兴趣 and 积极性。同时,应该注重利用现代信息技术手段,如微视频、在线课程等,提高教学效果和质量。

### 5.4 坚持“立德树人”的根本任务

在市场营销专业的人才培养过程中,应把“立德树人”作为根本任务,注重培养学生的思想道德素质和社会主义核心价值观。在课程思政背景下,更要注重将市场营销专业知识与思想政治教育相融合,帮助学生树立正确的价值观和道德观,为成为德才兼备的营销管理人才打下基础。

## 6 结语

课程思政的融入有助于培养学生的社会责任感、创新精神和良好道德素质,是市场营销专业进行思政教育的重要途径。通过课程思政的融入,可以帮助学生更好地理解市场营销学的内涵和价值观,提高其职业素养和综合素质,从而更好地适应社会的需求。市场营销学作为一门综合性较强的学科,与思政教育在多个方面存在融合点。例如,在市场调查、销售策略、广告策划等课程中都可以融入诚信、公正、社会责任等思政元素。同时,市场营销学中的一些知识点也可以与思政教育相关联,例如市场机会、市场定位等可以与社会主义核心价值观中的“公正”进行联系。

### 参考文献

- [1] 张艳.课程思政视域下市场营销专业课程的教学改革[J].西部素质教育,2021,7(22):145-146.
- [2] 李红梅,王克强,刘爱军.基于OBE理念的市场营销专业人才培养模式研究[J].中国市场,2020(17):118-119.
- [3] 陈英.基于社会主义核心价值观的市场营销专业课程思政教育探讨[J].中国市场,2020(17):120-121.
- [4] 王建华,刘庆华,王宇.基于课程思政的市场营销专业人才培养模式创新研究[J].中国市场,2020(17):122-123.
- [5] 张海燕.市场营销专业课程思政化的实践与探索[J].中国市场,2020(17):124-125.