

“三全育人”视域下市场营销课程思政教学评价探索

韩丽

(沈阳科技学院管理与传媒系, 辽宁 沈阳 110166)

【摘要】“三全育人”——全员、全过程和全方位的育人模式,为高校课程思政教育的实效性提供了新的途径和平台。课程思政是高校深化教育教学改革、提高人才培养质量的重要举措,市场营销课程思政教学改革有利于培养更多应用型高素质人才。教学评价是检验和深化课程思政教学成效的重要手段。当前市场营销课程思政教学评价存在诸多问题,影响课程思政教学实践成效。本文基于“三全育人”视域,提出市场营销课程思政教学评价优化策略,推动课程思政教学落地实施,助力科学评价体系的建立。

【关键词】三全育人; 市场营销; 课程思政; 教学评价

“三全育人”即全员育人、全程育人、全方位育人,是中共中央、国务院《关于加强和改进新形势下高校思想政治工作的意见》提出的坚持全员、全过程、全方位育人的要求。全员育人即人人育人,强调育人的主体要素;全过程育人即时时育人,强调育人的时间要素;全方位育人,作者理解为多角度育人。

通过梳理已有的研究成果发现,学者们对于课程思政内涵的界定各不相同。有些学者认为,课程思政就是高校教师在进行专业课程讲授时引导学生将所学的知识转化为自己的一种内在素质或能力,成为自己认识世界和改造世界的基本方法。有些学者认为,课程思政是在课堂教学中挖掘和提炼思想政治教育元素,营造思政育人氛围,在无形中影响和塑造学生的行为举止,从而使学生树立正确的世界观、人生观、价值观。笔者认为课程思政不仅仅是一种新理念,新要求,更是一种思想政治教育创新实践的方法。课程思政是把课程作为载体,将思想政治教育全面贯穿到各专业、各学科的教学及人才培养的全过程,根植于学生思想意识之中,使学生在知识与技能、情感态度与价值观等方面遵循正确的方向。课程思政的目标是培养德智体美劳兼备的社会主义建设者,培养能够担任中华民族伟大复兴重任的时代新人,地方高校应时刻铭记“培养什么人”“怎么培养人”“为谁培养人”的教育主题,在课程思政中践行使命。“课程思政”不仅是某些思政课教师、辅导员、班主任的责任,而是所有党委领导、各职能部门和二级学院的所有专任教师的主体责任,各部门应相互协调,同向同行,将课程思政落在实处。

一、“三全育人”视域下的课程思政要求

(一) 全员化的课程思政

传统的思政课程以“思想政治”为中心,思想政治教育内容丰富,理论知识充实饱满,但多年来,思想政治理论课一直是单打独斗、孤军奋战,其课程蕴含的思想政治教育资源和功能未能有效发挥。“三全育人”将育人的任务细化到所有教职员身上。作为全员育人中的非思政教师,在进行专业课程教学的过程中融入思想政治教育,从而达到全员育人的基本要求。市场营销任课教师,可以充分挖掘课程中的思想政治教育元素,结合丰富的教学案例和生动的教学手段,将思想政治教育融入课程教学全过程,关心每个学生,促进学生生动活泼地发展,思想政治教育更有温度。

(二) 全过程化的课程思政

育人为本,德育为先,将育人贯穿学生成长的全部过程,是实施教育的主导思想。思想政治教育不仅是让全体教职员进行课堂中的教育,也要在课余时间进行思政的灌输,做到学生在校期间的课程思政“全过程化”。市场营销课程教科书每年的内容变化不大,将学科内容仅局限在教科书以及相应的案例上缺乏全过程化,任课教师应该给学生课余时间,布置与时代思政步调相一致的专业学习内容,实现课余德育全覆盖,使思政过程走进课堂、走进课间、走进生活,达到思政全程化的育人效果,体现市场营销课程教学的“灵魂”。

(三) 全方位化下的课程思政

育人需要体现在学生全面发展的各个方面。市场竞争日益激烈,大多数企业为了在竞争中获得优势,

道德观念有所弱化,不仅影响了企业正常的市场运作,还会损害到消费者及其他商家的利益。其根源在于部分企业人员商德缺失,为了维护市场健康良好的秩序需要“德技并修”的高素质人才,因此,建设好课程思政,不仅要將思想政治融入专业课程中,还要將职业道德、工匠精神等纳入课程教学中,向社会输出“厚商德、明规范、强技能”的满足企业需求的高素质技术技能人才。

二、“三全育人”视域下市场营销课程思政教学评价存在问题

(一) 市场营销课程思政教学评价主体单一,缺乏实践应用

市场营销课程思政的教学评价主体不明确,甚至缺失。市场营销课程思政评价的主体是构建课程思政评价体系的重要内容,也直接凸显了课程思政的立德树人目标,其重要性不言而喻。但部分高校在课程思政评价体系中往往只將教师和学校的主管部门作为评价主体,忽视了学生的主体作用以及校外人员的参与。部分高校在课程思政教学评价机制的建设过程中,直接將教师作为课程思政教学评价的中心主体,认为教师只要完成了课程思政教学设计环节,学校便落实了课程思政教学目标。

市场营销学是一门科学性和艺术性兼备的应用型学科,是一门建立在经济学、行为科学和现代管理理论之上的应用科学,是市场营销类专业的一门专业基础课程,其研究对象是以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动过程及其规律性。这就离不开市场和消费者,离不开在企业的实践和应用。“三全育人”视域下,这一问题不利于全员育人。

(二) 市场营销课程思政教学评价模式简单,缺乏系统规划

1. 市场营销课程思政教学评价往往只重视评价结果,忽视评价过程。在课程思政教学评价实践过程中,很多高校將评价过程与评价结果割裂开来,过度重视教学评价结果,而忽视教学评价过程。仅仅通过学期末的教学评价数据对教师的课程思政教学效果和能力进行评判。而对评价结果的过度重视,不仅会在很大程度上打消教师的教学积极性,更会影响整个课程思政的教学效果。

2. 评价目标缺乏课程思政的特点。目前,部分应用型本科院校在课程思政教学评价体系中,对教学评价目标的表述过于简单,没有系统详细的论述。也没有体现出市场营销课程思政评价中的立德树人

与协同育人的本质。评价目标更多的是针对专业课程本身,没有凸显出市场营销课程思政的特色,因此无法深入、更系统地引导和培养专业的课程思政思维,从而凸显市场营销课程引导其在大学学习生活中成长为全面发展、可堪大任的优秀人才。“三全育人”视域下,这些问题不利于全过程育人。

(三) 市场营销课程思政教学评价内容短视,缺乏长效机制

1. 市场营销课程思政的教学评价方法单一化、片面化,时效性滞后。目前,部分高校在进行课程思政教学评价时往往采用比较单一、片面的评价方法,例如采用现场听一次课的方式,对老师的整门课程思政教学效果做出评价;或者只是由几个校内教师组成评价团队,使评价结果容易出现因个人因素或评价标准不统一导致的片面化问题。而在评价的时效性上,往往只是采用学期末对课程思政教学进行评价的办法,由于信息反馈的滞后性导致老师无法对教学中的问题及时进行反思更正。

2. 市场营销课程思政教学评价缺乏长效机制。市场营销课程是一门应用学科,甚至是思政教学评价体系内容的建设不仅仅,却没有重视市场营销课程思政教学评价的激励机制的建立与完善;只將评价激励机制停留在口头上,在实际的评价过程中缺少明确的奖励规定和实际的操作内容;而有的高校则没有將教师课程思政教学效果纳入其工作考核中去,导致教师对课程思政建设的积极性和参与度都不高。“三全育人”视域下,这些问题不利于全方位育人。

三、“三全育人”视域下市场营销课程思政教学评价探索

(一) 建立校外的市场营销课程思政教学评价模式突出企业文化特色,本专业“课程思政”建设不是闭门造车,已与多家服务面向企业开展了实质性合作,充分发挥企业资源在课程思政教学中的作用;同时注重汲取优秀的商业企业文化,把企业文化作为重要的德育元素融合理论教学,提升“课程思政”的实效性。

1. 遴选优秀企业建立长期合作关系遴选他们所具有的共性元素对专业学生进行企业文化教育,尤其注意选择专业课中对学生职业素养培育具有价值的元素,比如鲁商艰苦奋斗、自强不息的精神和博施济众、依群利己的情怀等,將企业精神、行为准则、道德规范潜移默化地融入理论教学与实践教学各环节,使学生在学期间就接受职业素质培育,加快学生融入

用人单位的速度,增强其就业竞争力。

2. 吸纳合作企业高管参与“课程思政”建设邀请合作企业高管参与专业人才培养方案、课程教学大纲的讨论与编制工作;合作开展鲁商文化研究,提炼合作企业及其管理者先进事迹,编写“课程思政”案例,同时让他们现身说法讲给学生听;自2009年实施“合作双赢”实习模式,企业人员深度参与专业实习,为学生实习提供场所、项目,对各环节进行现场指导与引领,让学生在实践中更直观地观察、体验与领悟优秀企业文化,加速学生职业素质的提升。

(二)构建全过程的市场营销课程思政教学评价体系

1. 建立教学前馈与反馈机制,构建信息化评价生态系统。前馈,就是“尽可能在系统发生偏差之前,根据预测的信息,采取相应的措施”,而不是产生了偏差之后,通过反馈信息,再来纠正。“凡事预则立,不预则废”就有前馈之意。教育系统恰恰是这样一个巨大而复杂的系统,其迟效性尤为突出,因而教育评价的前馈性就显得非常必要。教育评价的前馈性是强调,良好的教育评价系统应该是较好真正发挥导向功能,避免造成重大失误。真正发挥导向功能,避免造成重大失误。市场营销的全过程课程思政要在课程建设之初建立前馈性的评价体系,建立统筹全过程的评价指标。

2. 深化市场营销课程思政内涵建设,突出全过程教学评价中心目标。构建特色校本课程思政育人模式,强化党的领导,结合立德树人的培养目标,深刻把握青年身心成长发展规律,加强顶层设计。根据市场营销的课程思政内涵,踏实探索行之有效的具体实践方式,构建集价值塑造、技能培养和知识传授于一身的课程思政育人模式。

市场营销的全过程课程思政教学评价体系,不仅要在课前、课中、课后,还应该在课内、课外、实习、毕业论文、就业之后,采用信息化技术构建全过程的教学评价,使用问卷星、微信群、在线文档等信息化技术工具,进行课程预期构想、课程思政学习效果评价、课程思政企业评价等,构建全面的信息化评价生态系统。

(三)全方位的市场营销课程思政教学评价体系

1. 三个层次,构建“以学生为中心”的课程思政教学核心评价内容。从知识、能力、素质三个层次,“全方位育人”的课程思政教学体系应以学生自觉为导向,遵循“以生为本”的教学理念,引导学生“重

实践、重积累、重感悟、重运用、重创新”,实现了受教育者从“要我学”到“我乐学”、从“被动学”到“主动学”、从“会答”到“会思”、从“会学”到“会用”的转变。从市场营销的学科思维上升为学生对自我的营销。用营销的思维指导人生发展规划,优化人生目标,塑造健康人生。

2. 三点时间,构建课程思政教学评价长效机制。以课上、毕业、就业三年三个时间点,来构建课程思政教学的评价长效机制。市场营销课程作为企业管理的必修课程,其课程思政的价值影响将会持续影响的未来,应建立终身德育。课程思政的育人长效机制建设,克服各阶段教育的壁垒,课程思政一以贯之要建设课程思政长效育人机制,则需要克服各个教育阶段课程思政联系不紧密的问题,需要解决正规教育结束后的社会化德育问题。也就是让课程思政搭乘终身德育的春风,一以贯之地开展道德教育。这是社会发展的需要,也是个人成长的需要。不同阶段有不同的教育指导方式,或家长指导,或老师教导,或自我发展,在社会中的每一个个体都将终身致力于实现道德水平的提高。课程思政覆盖终身教育全过程,完成终身德育工作终身德育是道德教育与时俱进的产物,终身德育的研究既要体现社会发展的现实需要,又要凸显道德教育发展的前瞻性。因此,终身德育的实践应借由终身教育中贯穿始终的课程思政来实现。课程思政的育人作用融合在前沿学科的教学过程中,贯穿在自幼至老的教育全过程。落实课程思政的长效机制建设,将助力终身德育工作的最终落实。

参考文献:

- [1] 李全柱. 努力提高教育评价的前馈水平[J]. 河北师范大学学报, 1990(04).
- [2] 续晓飞,王蓉,侯阿利. “以学生为中心”的高校课堂教学评价体系研究[J]. 山西青年, 2023(08).
- [3] 刘莉. 基于学科核心素养的高职英语课程思政教学评价研究[J]. 海外英语, 2023, 08-0213-03.
- [4] 赵志业,赵延安. 新时代高校思政课教学评价体系构建的三维探究[J]. 中国大学教学 2023(04)
- [5] 胡开敏. “三全育人”视域下地方高校课程思政建设路径研究[J]. 才智, 2023(07).
- [6] 贾帆帆,陈小娟. 应用型本科院校教学评价研究综述[J]. 湖北开放职业学院学报, 2023(05)
- [7] 胡孝红,杨雅淇. 思政课“全方位育人”教学体系的建构与实践[J]. 湖北教育, 2023(02)