

# “课程思政”下高职院校专业课程教学实施路径研究

## ——以市场调查与预测课程为例

何琳<sup>1</sup> 何婧<sup>2</sup> 朱云娴<sup>2</sup>

(1. 四川华新现代职业学院, 四川 成都 610000; 2. 四川开放大学, 四川 成都 610000)

**【摘要】**专业课程思政是在专业课程中, 将思政内容与专业课程内容进行相结合, 可以帮助学生形成正确的三观, 提高思想道德素质和文化素养, 可以让学生更好地理解 and 把握社会发展方向, 增强对社会责任和使命的认识, 更好地为社会做出贡献。思政内容目前在各高职院校主要以基础课程为主, 专业课程上比较欠缺, 为响应教育部要求, 笔者以市场调查与预测课程为例, 详细描述了课程思政在专业课程中的应用, 以及课程改革后学生的反馈与回应, 为其他专业课程思政改革提供参考。

**【关键词】**课程思政; 高职; 专业课程; 教学实施

专业课程思政的核心是通过将思政知识与其他相关课程相结合, 能够协助学生塑造正确的价值取向, 并且能够提升他们的道德修养和文化修养。通过课程思政, 学生能够更好地理解和把握社会发展的方向和趋势, 增强对社会责任和使命的认识, 更好地为社会做出贡献。

市场调查与预测是市场营销专业的专业基础课, 大部分院校的市场营销专业均有开设, 如何在这门专业基础课程中加入思政内容, 提升学生的学习兴趣, 是每一位一线教师在新时代教育育人要求下所必须要完成的使命。作者作为一名一线的专职教师, 在实践课堂上进行多方位的探索与总结, 最终在课程思政环节形成一定的心得体会, 教学相长, 作者也由此感受到学生的学习热情。

### 一、高职院校思政教育现状

高职院校人才培养方案一般采用以结果为导向模式, 即首先调研职业岗位需求, 将岗位需求分解成职业技能, 根据相应的职业技能倒推出相应的知识点, 再呈现在课堂教学中, 简单来说用人单位需要什么样的人, 学校就培养什么样的人。这种方式本无可厚非。专业技能是显性特质, 容易量化, 标准稳定, 优异的课程成绩、竞赛的获奖、各类证书, 是显性的, 客观的, 标准的, 容易比较衡量, 在就业市场中是自我能力的重要体现, 用人单位也乐于向这类学生抛出橄榄枝, 优先录用, 高校在人才培养时也会向这一方面倾斜, 并鼓励学生向这个方向努力。个人素养、道德水平, 是非显性特质, 不容易量化, 并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, 而忽视了学生在道德、思想政治教育。

总体来说, 高职院校专业课程思政程度比较薄弱, 而这一情况也给人才培养带来的严重的后果。

### 二、思政教育不足带来的不良后果

思政教育的不足, 给目前的高职院校人才培养带来了不良后果。

针对学生就业跟踪中数据表明, 市场营销专业学生就业第一年内跳槽比率较高, 绝大多数学生有过一次跳槽经历, 部分学生有多次跳槽经历。跳槽的原因除去企业原因、环境原因外, 学生自身的原因集中在: 认为工作太辛苦, 想找个轻松的工作; 不愿意从基层干起; 工作责任心不强, 对待工作比较随意。这背后深层次的原因是思想政治教育不足。在跟学生深层次的沟通中, 我们发现, 有些社会上的不良思想在学生中已经存在市场, 有的甚至已经腐蚀了学生, 例如有的学生表示一切朝“钱”看, 做任何事都想先收益再想付出, 有的学生把营销中的错误方法(行贿、回扣)当作营销的普遍手段, 认为靠这种方法就能够获得成功。

思政教育的不足, 让我们在人才培养中吃到了苦果, 学生轻者缺乏吃苦耐劳的精神, 工作责任心不足, 在职业生涯中产生不良影响, 重者三观缺陷, 让自己的职业生涯、甚至整个人生都走向歧途。

思政教育在人才培养中起着重要的作业, 专业课程思政同公共课程思政一样, 在专业人才培养中缺一不可, 下面, 本文就以市场调查与预测课程为例, 具体分析在专业课程中, 思政教育目标如何有效达成。

### 三、市场调查与预测课程分析与学情分析<sup>[1] [2]</sup>

#### (一) 课程分析

市场调查与预测是高职院校市场营销专业的专

业基础课程，一般开设在一、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，是新生进入大学后，最先接触到的专业课程之一。这个时期的学生刚进入大学，还没有产生学习倦怠，对课程的兴趣点很高，但还没有接触专业课，专业基础为0，在课程设计中，教师可提高课程的趣味性，提升学生的学习兴趣。

市场调查与预测课程理论内容较少，实践操作性较强，实践教学可开展的方式较多，实践教学可设计与学生实际生活密切相关的项目，既让学生觉得简单易操作，又有利于学生早期接触社会，尽早开始从学生阶段到职场的转变。

## （二）学情分析

高职院校的学生有如下特点：

### 1. 学生学习习惯较差且较难改变

自从“单独招生”考试扩展到高职院校以来，不少学子为避免挤高考的独木桥，纷纷选择参加单招以获得进入高校的资格，很多学校也以此为招生重点，有意降低考试难度，造成很多学生较统招学生素质差，不仅学习成绩差，学习习惯也较差，而且在短期内很难纠正。

### 2. 学生对网络热点关注度很高

00后是互联网一代，对互联网有天生的敏感度，尤其是热点事件，学生的关注度都非常高。作为老师，有意识的关注热点事件，不但可以拉近和学生之间的距离，还可以在课堂上利用这些案例，提高学生的学习兴趣，并且对案例深入分析，引领学生思考，将知识融入在案例中，做到“既吃了瓜，又学到了”。

### 3. 学生有对问题的自我认识

目前学生是有一定的成熟度，在很多事情上，他们不太接受老师给出的观点，更喜欢通过自己得出看法和结论；不少学生有“睁眼看世界”的需求，也会很积极地去观察、体验社会，但由于其社会经验有限，可能存在“被带偏”的情况，需要老师的正确引导。

## 四、课程思政内容<sup>[3][4][5]</sup>

市场调查与预测课程思政的核心是引导学生明确市场经济的基本原理和逻辑，掌握市场调查与预测的基本方法和技能，同时注重培养学生的思想道德素质和文化素养。

首先，课程思政要引导学生树立正确的市场观念和价值观。市场调查与预测的本质是为了更好地为市场服务，因此，学生要明确市场是一个相互交换的场所，需要遵循公平竞争和诚信合作的原则。同时，学生也要认识到市场的发展是与社会的发展密不可分，需要在市场发展的同时注重社会责任和公益事业。

其次，课程思政要注重学生创新能力和实践能

力的培养。市场调查与预测需要学生具备创新思维 and 实践能力，能够灵活运用市场调查的方法和技能，解决实际问题。因此，课程思政要引导学生积极参与实践活动，培养实践能力和创新思维。

最后，课程思政要注重培养学生的文化素养和综合素质。市场调查与预测需要学生具备一定的文化素养和综合素质，能够理解和应对多元文化和多元价值观的挑战。因此，课程思政要引导学生多读书、多看报，注重人文关怀和社会责任，提高文化素养和综合素质。

总之，市场调查与预测课程思政要注重培养学生的市场观念和价值观，创新能力和实践能力，文化素养和综合素质，以更好地适应市场经济的发展需求和社会的发展需求。

## 五、课程思政教学具体实施

在市场调查与预测实践教学，我们设计了“一讲二做三说四总结五扩展”的五步法。“一讲”，先由老师讲知识点，讲任务，讲要求；“二做”，由学生完成实际操作，让学生自己动手，完成教学任务；“三说”，即由学生汇报实训操作、流程、成果以及遇到的问题；“四总结”，即由老师点评学生的汇报内容，辨析优劣，抛出引起学生思考的更深层次的问题；“五扩展”，学生针对老师提出的问题，深入思考、讨论后，得出自己的结论。五步法涵盖了实践教学的全过程，老师站在引领者的角度，从任务的布置到作业评讲，再到问题地抛出，一步步引导学生，从书本走向实操，从理论走向实践；而学生从被动学习开始，慢慢向自主思考转变，最终将知识转化成学生自身的思想。

我们以实践项目“宜家产品产地调查”为例，阐述思政内容如何融入在五步法中。大一同学在进行市场营销专业学习时，对市场、产品等有一定的概念，但总体认识还是比较模糊的，我们在设计这个实践项目时，一方面要求学生走近生活、走近市场，去实实在在地感受市场的变化，另一方面结合当下热点“中国制造”，让同学们认识到目前中国制造业的力量。

一讲，老师介绍实训要求，要求学生以小组为单位，在宜家商场选择一个品类的产品，在其中调查二十件左右的商品，看一看它们的产地都是那里，其中产地为中国的商品占多少，为什么一家外资企业，所销售的商品中更多的是中国产的商品中？为什么有的品类中国产地占比高，有的商品中国产地占比低。二做，学生来到宜家商城，按要求调查商品产地，并统计出相关数据。三说，学生在课堂上展示调查结果，给出相应的产地数据，并提出自己对于商品产地结构的结论。不少学生提出，产自中

国的商品占比高,是因为企业出于成本的考量,还有部分学生认为,这正是体现了中国制造,体现了我国强大的制造能力。但是,也有部分同学认为,中国制造目前只在低端产品上优势明显,高端产品上,中国制造还差距明显。四总结,针对同学们的不同说法,老师在总结时,可以适时给出相关数据,比如,在全球产业链体系中,只有中国拥有最完整的产业链,中国是目前世界上唯一一个拥有完整工业体的国家,拥有39个工业大类,191个中类,525个小类,是全世界唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家。我国在2015年提出中国制造2025战略,首要目标就是要求我国从制造业大国向制造业强国转变,最终实现制造业强国<sup>[6]</sup>。接着,老师可以进一步启发学生,让大家在网络上搜寻全球市场中,有哪些产品中国制造是占据了领导地位。五扩展,同学们可根据老师要求,寻找我国的优势领域,如新能源汽车的电池领域、基础建设领域、高铁领域、新能源——光伏产业、通信领域、商用无人机、移动互联和电子支付等等,同学们在一声声惊叹中刷新了自己的认知,也增强了民族自信心。

#### 六、课程思政教学成效

笔者从2021年开始,历经三年,完成市场调查与预测课程思政教学改革试点,参与学生人数94人。从目前的教改结果来看,64%的学生认为有必要在课程中引入思政内容,认为思政内容对自身成长有积极意义,说明学生已经在思考思政与自身的相关性;在思政元素的选择上,大部分学生会更看重创新精神、科学精神、法律意识、社会责任感和文化自觉,说明学生在接受知识时是有自己的思考与侧重点的;82%的学生认为社会责任感教育更能体现思政教育内容;90%的学生认为课程思政能够帮助提高学生的核心素养和品德修养;在专业课程方面,95%的学生认为课程思政对市场调查与预测能力和实践能力有帮助,77%的学生希望在思政方面增加更多的案例。

总体来说,学生认为课程思政能够帮助他们更好地理解市场经济的基本原理和逻辑,掌握市场调查与预测的基本方法和技能,同时也能够提高他们的思想道德素质和文化素养。学生认为课程思政应该注重实践和应用,让学生更好地掌握市场调查与预测的实际应用和操作。部分学生认为,课程思政的引入可能会让课程变得比较抽象和理论化,影响他们对于实际应用的掌握和理解。他们认为,课程思政应该注重实践和应用,让学生更好地掌握市场调查与预测的实际应用和操作。有部分学生担心课程思政的引入会增加课程的难度和负担,影响他们的学习和成绩。

#### 七、结语

专业课程思政是在新形势下,以构建全员、全程、全课程育人格局的形式将专业课程与思想政治理论课同向同行,形成协同效应,把“立德树人”作为教育的根本任务的一种综合教育理念。“育人”先“育德”,注重传道授业解惑,将育人育才有机的统一起来,才能够两条腿走路。与此同时,学生对于“睁眼看世界”并不排斥,他们渴望知道社会热点事件背后的真相与逻辑,他们对发生在网络中的事件有自己的看法和意见,也渴望发出自己的声音,这为专业课程思政奠定了良好的基础。专业课程思政在高职领域,完全可以做到教学相长,为师生互信埋下伏笔。

#### 参考文献:

- [1] 张潜,陈艳庆,高职院校市场营销专业课程思政教学实施路径研究——以市场调查与预测课程为例[J].湖南邮电职业技术学院学报.2020,19(02),75-77.
- [2] 周妮笛,孙艳华,廖翼,“课程思政”育人理念下市场营销学专业课建设研究与实践——以《市场调查与预测》课程为例[J]中国高科技.2021(21),119-122.
- [3] 蔡昌艳,阿一鲁体,沙马呷莫,高校经管类专业实践课课程思政教学改革路径研究——以市场调查与预测课程为例[J]西昌学院学报(社会科学版).2022,34(01),118-123.
- [4] 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,(05),46-51.
- [5] 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.
- [6] 冷鲜花.中国制造2025[J].商周刊,2015(26):30.

**基金项目:**四川省教育信息技术科研课题“成人继续教育层次“线上金课”建设及实践研究”(KT202109262b19047);2022年度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(JG2022002Y)。

#### 作者简介:

何琳(1977年-),女,四川省江油市人,硕士,副教授,研究方向:市场营销;

何婧(1985.05-),女,汉族,云南昆明人,硕士,副教授,研究方向:金融、远程开放教育管理;

朱云娟(1984.07-)女,汉族,重庆渝中人,本科,讲师,研究方向:远程开放教育、课程设计。