

# 浅论市场营销学课程思政中“党史元素”的选择及应用

傅欣

(南京大学金陵学院 江苏 南京 210089)

**【摘要】** 通过专业课教学开展课程思政建设业已成为高校思政教育的热点话题，市场营销学进行课程思政改革也在加速推进。时值建党百年的伟大时刻，文章研究分析了在市场营销学中融入“党史元素”从而丰富课程思政的方法。结合市场营销学知识体系，挑选了一批立意崇高、内涵丰富、关联紧密的“党史元素”以供参考，并提出操作性较强的应用策略，用以深化市场营销学课程思政的教育改革。

**【关键词】** 市场营销；课程思政；党史

**【中图分类号】** G641

**【文献标识码】** A

**【文章编号】** 1673-9574(2022)04-000100-03

这个主渠道，……，其他各门课都要守好一段渠、种好责任田，使各类课程与思想政治理论课同向同行，形成协同效应。”2021年2月，中共中央为了激励全党不忘初心、牢记使命，在新时代不断加强党的建设，印发《关于在全党开展党史学习教育的通知》，就党史学习教育作出部署安排。2022年1月12日，习近平总书记在省部级主要领导干部学习贯彻党的十九届六中全会精神专题研讨班开班式上强调“继续把党史总结、学习、教育、宣传引向深入，更好把握和运用党的百年奋斗历史经验，弘扬伟大建党精神，……为实现第二个百年奋斗目标而不懈努力。”那么，作为高校专业课程的教育工作者，不应把对学生开展的思想教育单独留待思政课程，也不应单纯依赖思政专员完成“学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行”的重任，而应积极贯彻党和国家对高校教育工作的指引，充分发挥专业课程的主战场、主渠道作用，系统性地挖掘市场营销学课程的“思政元素”和“党史元素”，并将其无缝融入教学进程和专业理论中。这既是高校实现教书育人的必然要求，更是高校践行立德树人的崇高目标。

## 一、“党史元素”融入市场营销学课程思政的意义

### 1、社会主义高校立德树人的崇高目标

中国共产党一以贯之的教育目标，是要培养德智体美全面发展的社会主义事业建设者和接班人。近年来，专业课程的教学体系已经顺应这样的教育目标，主动进行了深刻的课程思政改革，把中华民族优秀传统文化传统、社会主义核心价值观以及职业道德操守等内容引入市场营销学课程中。伴随建党一百周年的辉煌时刻以及面向建国一百周年的伟大前程的到来，将“党史元素”融入市场营销学课程思政，有助于进一步丰富课程思

政的内涵，进一步强化立德树人的目标。

### 2、教书育人培养专业人才的必然要求

市场营销学培养的是未来的专业营销管理人才，要能够直面日益激烈的竞争环境和低劣粗鄙的营销手段，要能够排除网络时代那些动摇人心和纸醉金迷的消费主义迷雾，就亟需在专业课程中，引入“党史元素”并同相关营销学概念有机融合，使学生学习、理解、感悟，以史为鉴，学史明智，从而树立正确的价值观和历史观，成为德才兼备符合社会发展需要的专门营销管理人才。

### 3、重构人文社科领域的话语及内容体系的紧迫需要

一段时间以来，除思政课程外的其他专业课程的思想教育功能没有得到完善的开发，特别是人文社科课程的深化挖掘思政教育资源不够充分。以市场营销学为例，在实际教学中，不同程度地存在着主流价值在教学中“失语”、教材中“失踪”、案例中“失声”的情况。部分高校教师“言”必称欧美市场，“例”必举欧美品牌，谈及质量、性能往往“膜拜”西方，论及中国企业必是“低价恶性竞争”；即便是在强化课程思政的大背景下，市场营销学相关理论的演绎也往往聚焦于近5年国内市场和品牌的发展。“不慕洋、不羡今”，从“党史元素”中寻找中华民族和中国人民屹立不屈的“根”，是重构话语及内容体系的题中之义。

## 二、市场营销学课程思政中“党史元素”的选择

市场营销学作为一门已经发展数十年的成熟学科，其理论框架基本成型，国内外众多营销学教材所设计的章节安排也在伯仲之间。因此，本文不拘泥于具体教材来搭建思政内容，而是遵循市场营销学基本教学体系的顺序，挖掘部分可与“党

史”相匹配的知识点，并有针对性的提炼一些具体的“党史元素”作为建议，供教师在课程思政教学时参考。

### 1、市场营销概念中的“需要”

“满足顾客需要”是市场营销的根本目标，党的历史上曾经有过两次对社会主要矛盾的论述，都包含了对人民群众的“需要”的准确把握：（1）社会主义初级阶段的主要矛盾是人民日益增长的“物质文化需要”同落后的社会生产之间的矛盾；（2）新时代中国特色社会主义的主要矛盾是人民日益增长的“美好生活需要”和不平衡不充分的发展之间的矛盾。教师在阐述“需要”概念的时候，可以提问学生两次社会主要矛盾的论述中提到的“需要”的异同，以及论述转变背后的逻辑。

### 2、市场营销的宏观“环境”分析

营销决策的制定离不开对营销环境的准确把握，市场营销学中广泛应用的PEST（政治、经济、社会、技术）环境分析法，都可以在“党史”中找到对应的元素，用作教师进行课程思政教育时的例证，具体举例如下表：

表1 “党史元素”与PEST环境分析的融合

环境要素	党史元素例证
政治	安全稳定的中国与危险动荡的冲突国家地区的政治环境对比
经济	建国以后中国与印度人均收入的同期对比
社会	建国以后人口预期寿命及孕产妇死亡率的指标变化
技术	“两弹一星”

### 3、市场营销“调研”活动

营销调研活动是为了解决特定的营销问题而进行的一系列走访、调查及报告工作。“党史”上最有名的“调研”非由毛泽东同志历时32天实地走访调查、于1927年3月所写成的《湖南农民运动考察报告》莫属，是无产阶级及其政党领导农民革命斗争的纲领性文献。这些关于农村调查的具体实践、问题选择与行动倡导，为农民运动调查奠定了基础，为革命进一步指明了方向，推动了农村大革命运动的继续发展。教师可以此为榜样，鼓励学生们走到田间地头亲身考察，“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”。

### 4、客户关系管理中的“忠诚度”

客户关系管理是以最大化客户忠诚为目的，管理客户信息和接触点的过程。谈及“忠诚度”，教师在阐述忠诚“是不论外界环境变化，而对自己选择的事物保持高度承诺”这个概念

后，可以摒弃使用热门的Apple“果粉”等案例，介绍“中共一大”的13位参会代表的不同人生选择，向学生传达“高度承诺”的理念。13位参会代表中，有叛变投敌者、英勇就义者，有黯然退党者、鞠躬尽瘁者，更有坚持直至见证胜利者。向学生党员和入党积极分子重申，不忘初心才是最坚贞的“忠诚”。

### 5、影响消费者行为的“文化”因素

文化与亚文化因素时刻影响着消费者选购、使用和处置市场供应物的行为。课程思政背景下，不少营销学教材会使用中华民族优秀传统文化来分析其对消费者行为的影响；新冠疫情后也有不少论文提及通过对比中美文化——集体主义与个人主义在应对疫情时的巨大差异——来塑造学生的“文化自信”。本文建议教师在这一部分的教学过程中，还可选择“新青年杂志”和“五四运动”作为“党史元素”，陈述其如何深刻影响和改造了希冀救亡图存的中国青年的心理与行为。

### 6、目标市场营销策略的“定位”

STP策略是一整套循序渐进的目标营销策略，包括了对整体市场的细分、选择进入的目标市场、以及针对目标市场心智的定位。其中“定位”是最重要但也是最难向学生阐述清楚的一则概念，往往会使学生陷入基于品牌广告语的表象去理解品牌定位的陷阱。其根本原因在于很多声称要开展定位活动的品牌，往往是自发确定定位而忽视目标市场的实际接受程度。中国共产党对自身性质的定位是中国工人阶级的先锋队，是中国各族人民利益的忠实代表，是中国社会主义事业的领导核心。这一明确定位经得起时间和事实的检验，受到了全党和全国人民的认可，在教学过程中也很容易引起青年学生的共鸣。

### 7、营销组合策略的不同“要素”

一般认为营销组合即是营销组织能够控制并对营销结果有直接影响的一系列营销要素，包括产品策略、价格策略、渠道策略和传播策略。在市场营销学课程教学中，教师和同学都能举一反三找出大量实例来阐述4P策略。但如果希望进行市场营销学的课程思政改革，重构相关理论知识的内容体系，并融入“党史元素”作为例证，则需要教师进一步挖掘思政教育资源。本文抛砖引玉，提出以下几条党史资料，足以引起学生兴

趣及讨论，可供借鉴。

(1) 产品策略方面，有两则党史故事可作对比，用以剖析企业掌握核心竞争力的价值。一是“五四运动”期间，有志青年抗议日本接管德国在山东的权力而焚毁日货，发现引燃日货的火柴（旧称“洋火”）竟然是日本货；二是抗战期间，新四军为筹措军资而进行香烟自主生产，创立的“飞马”牌香烟竟然被日伪军抢购。两相比较，突显产品竞争力的重要作用。

(2) 服务策略方面，“服务三角模型”包含了企业-员工-客户的三重关系，而教师常苦于没有明确的企业内部信息作为论据，来阐明“企业-员工”这一维度的“赋能”关系。事实上，在埃德加·斯诺的著作《红星照耀中国》里就描绘了红军基层战士在日常生活、学习和战斗中不断发展自我，提升学识与能力，进而在同广大劳苦人民的接触中宣传红军、宣传共产党的思想，扩大了群众基础。这正是组织对员工“赋能”的有力证据。

(3) 价格策略方面，有相当丰富的党史资料研究表明物价体系稳定对政治和社会稳定有极大的影响作用。学生在思政历史课程中都学习过国民党治下的严重的通货膨胀，法币的购买力一泻千里；教师则可以在课程思政中论及与法币同时期却币值稳定可靠的根据地“边币”，采用革命根据地金融体制相关资料作为“党史元素”，不仅可以应用于市场营销学课程，也同样可以作为其他经济管理类相关课程的思政内容。

### 三、市场营销学课程思政中“党史元素”的应用策略

#### 1、设定专题形式的调研活动

教师可以采用专题形式的调研活动，进行课程思政的教学改革。例如，针对上文提到的PEST营销环境分析，可以安排和组织学生通过互联网等信息载体查阅文献资料，主动搜集整理建党百年间中国大地上发生的政治、经济、社会和技术变化，让学生深刻感受到民族独立和国家发展带给人们的积极影响，进而增强学生的爱国情怀。

#### 2、采取翻转课堂的教学形式

利用翻转课堂的形式，教师提前布置学生进行课外相关延伸阅读资料的阅读。如上文列举的《红星照耀中国》一书，可提前安排几位同学借阅和摘录内容，制成演讲课件，在课上由学生进行展示汇报。文中记录的红军战士丰富多彩的生活学习内

容，相信会给其他同学带来相当的震撼。

#### 3、组织专题内容的研讨会

教师还可以组织学生针对特定章节的知识点进行有关思政内容的专题研讨会。例如，借用目前流行的“错位时空”概念，组织学生换位思考，让他们想象，假如作为“五四运动”爆发前后的青年们，在当时会面对怎样的文化思潮，又会做出何种人生抉择。这种换位思考带来的讨论和感悟，最终会加深学生们对革命仁人志士的崇敬与追思。

#### 4、创新实践活动深化课程思政成效

教师可以鼓励学生组建团队参与各类创新创业竞赛，在竞赛指导中，或以思政内容进行价值引领，或将思政内容融会贯通至具体项目，把课程思政所教所学的内容真正用于指导实践。例如本文作者在2020年指导学生团队开展创新活动，将传统布依文化和新媒体技术结合助力乡村振兴，项目报告“布依Young的绣针：新媒体矩阵赋能传统文化立体式传播”荣获江苏省“挑战杯”金奖，学生团队也在项目运作过程中加深对营销学课程思政的理解与体会。

### 参考文献

- [1] 隔山. 『飞马』牌香烟的故事[J]. 党课, 2011(13): 2.
- [2] 冯学荣, 陈洪. 革命根据地金融促经济发展的历史经验——从陕甘宁边区银行谈起[J]. 西部金融, 2011(6): 2.
- [3] 董勇. 论从思政课程到课程思政的价值内涵[J]. 思想政治教育研究, 2018, 34(5): 90-92.
- [4] 邱红, 殷智红, 彭爱美等. 互联网背景下市场营销专业课程思政教育的探索与实践——以“消费者心理与行为”课程为例[J]. 北京财贸职业学院学报, 2019, 35(2):42-45.
- [5] 鄯显俊. 论高校“课程思政”的“思政元素”,实践误区及教育评估[J]. 思想教育研究, 2020(2): 88-92.
- [6] 吴丽娟. 浅析市场营销学课程中的“思政元素”及应用策略[J]. 教书育人: 高教论坛, 2020(6): 65-66.
- [7] 叶雨薇. 三全育人视域下市场营销课程思政的实施路径刍议[J]. 乌鲁木齐职业大学学报, 2021, 30(2): 6-9.