doi:10.3969/j.issn.1005-152X.2021.10.027

“物流市场营销”课程思政的探索与实践

耿君宜,曹旭光,王晓歌,刘慧敏
(山东外贸职业学院 国际运输与物流系,山东 青岛 266000)

[摘 要]以“物流市场营销”课程的思政实践探索为例,通过具体的教学设计和教学实施的展示,探索课程思政建设的新模式,为物流管理专业进行课程思政教学改革提供有益的借鉴。

[关键词]课程思政;物流管理专业;“物流市场营销”课程;课程设计
[中图分类号]F713.50;G641 [文献标识码]A [文章编号]1005-152X(2021)10-0154-04

Exploration and Practice of Ideological and Political Elements in Logistics Marketing Course

GENG Junyi, CAO Xuguang, WANG Xiaoge, LIU Huimin
(Department of International Transportation & Logistics, Shandong Foreign Trade Vocational College, Qingdao 266000, China)

Abstract: Taking the practice and exploration of the ideological and political teaching of the logistics marketing course as the example, and through the display of specific teaching design and teaching implementation, we explored the new mode of course-embedded ideological and political construction, and provided beneficial reference for the course- embedded ideological and political teaching reform of the logistics management specialty.

Keywords: course- embedded ideological and political education; logistics management specialty; logistics marketing course; curriculum design

0 引言

思想政治教育一直是我国高校教育中常抓不懈的一项工作,习近平总书记高度重视高校的思想政治教育,他曾提出,育人树人,立德是根本,并结合我国高校教育的现实情况,提出“三全育人“这一全新理念,为我国高校教育的快速发展奠定了基础,指明了方向[1]。2020年5月,教育部针对高校思政教育课程,出台了专门的指导纲要,要求国内高等院校高度重视思想政治教育,这是全面贯彻立德树人这一教育理念的具体措施,对高校教学改革有巨大推动作用[2]。同年,教育部又针对职业教育,制定了专门的行动方案,全面打造与我国社会现实需要相一致的职业教育体系,要求育人为先,全面实现立德树人,加强青年学生的思想政治教育,立志爱党爱国,思想和行动与党高度一致[3]。为达到立德树人的目标,积极拥护党思想政治路线,山东外贸职业学院(以下简称“我校”)结合自己的教学实际,出台了《山东外贸职业学院课程育人实施方案》,并鼓励各系部进行课程思政的建设与改革。本文以“物流市场营销”课程思政实践探索为例,通过具体的教学设计和教学实施的展示,探索课程思政建设的新模式,这对于思政教育课程的改革创新有巨大作用。

1 教学设计

“物流市场营销”是面向毕业班学生开设的一门专业核心课程,对学生的学习和工作起着重要的衔接作用,在课程体系中承担着引导学生从专业知识

[收稿日期]2021-02-01
[基金项目]中国物流学会课题:“‘三全育人’背景下课程思政融入《物流市场营销》教学改革研究”(JZW2021205);山东外贸职业学院院级课题“‘三全育人’背景下物流管理专业课程思政教学改革与实践探索——以《物流市场营销》为例”
[作者简介]耿君宜(1987-),女,山东淄博人,山东外贸职业学院国际运输与物流系讲师,硕士,主要研究方向:物流与供应链管理。

构建到专业能力应用再到职业精神培育转变的任务。因此,专业课教师在进行授课时,除了让学生了解和掌握物流行业中必要的营销知识以外,还应注意将多项价值引领融入到课程内容中,帮助学生塑造正确“三观”思维和“以义为利”的营销观念。为对思政教育课程设计思路进行全面介绍,选取了四个维度,分别为教学目标、思政元素、教学内容、教学过程。

1.1 教学目标的设计

“要实现立德树人,必须科学理顺价值塑造、知识传授及能力培养三者的关系”[2]。因此,在设计本门课程的教学目标时,务必要依据物流管理专业人才培养的特点,将思政教育资源跟专业教学进行有机的融合重构,形成知识目标、能力目标以及素质目标,并注意将有价值引领的思政教育资源充分融入到素质目标中去,具体如下:

(1)知识目标:掌握物流市场营销的系统内容。

(2)能力目标:做到理论和实践相结合,具备实际处理营销问题的能力,能够胜任物流营销方面相关的岗位。

(3)素质目标:在教学过程中,加强思想政治教育,实现学生兼具个人理想和国家大义,在学习生活中恪守规章制度,讲信用,在今后走上工作岗位,做到热爱工作,遵守职业道德,加强技能提升,做一名对社会对国家有价值的劳动者。

1.2 思政元素的挖掘

“将专业课中的思政教育元素发掘出来,彰显思政教育的现实意义,这是提升思政课程水平的根本任务”[4]。所以,在讲授物流市场专业课程时,要找寻其中的思政要素,专业教师要认真学习各项政策和相关的文件精神,实时关注时事热点,对照《高等学校课程思政建设指导纲要》的要求,并以确立的素质目标为核心,结合课程内容深度挖掘思政教育资源。经过课程教学团队的不懈努力,本门课程最终凝炼了爱国教育、中国梦、文化自信、工匠精神、诚信、创新等思政要素和价值引领,真正将价值塑造融合在课堂教学中,实现润物无声的育人目标。

1.3 教学内容的构建

本课程在教学内容选取方面,着重以就业为导向,以课程思政为引领,从专业人才培养目标出发,结合课程内容将思政元素融入知识体系中进行重新的整合,将本门课程的内容划分成五大学习情境和10个具体的工作任务,每一工作任务根据所挖掘的思政元素都构建了对应的育人目标和具体的课程思政教育教学活动,真正做到内容体系与思政教育的结合。具体的内容设计见表1。

1.4 教学过程的革新

按照教学知识的贯穿深入规律,将“物流市场营销”课程的教学过程分为3个阶段即课前阶段,课中阶段、课后阶段,重点将具备中国特色的思政教育资源灵活引入到各阶段教学中来并依此科学规划各阶段课程内容的递进层次,期望达到智慧启迪、教学相长、举一反三的教学效果,夯实课程思政教育教学成效。

(1)课前阶段——智慧启迪。课前的教学以简单知识点的自主学习为主。首先将教师事先准备好各项课程资源上传到智慧课堂,让学生通过自行观看和自主学习,形成对知识的初步理解。随后布置相关的驱动案例和任务,帮助巩固学生的学习效果,在进行案例选取时,要注意选择正能量、富含中国味的企业故事,让学生在学习课程知识之余,深入对相关价值观念的思考,起到智慧启迪、涤荡心灵的目的。

(2)课中阶段——教学相长。课中的教学以提高性的知识讲授和答疑解惑为主。重点对学生在自学过程中遇到的问题和驱动任务进行答疑讨论,并且突出课程重难点内容的讲解。在课中设计阶段,为了引发学生兴趣和推进知识深度、并凝练相关的价值引领,主要通过驱动任务,由各小组学生开启探究式互动学习,比如灵活采用辩论赛、案例报告会、知识点谈论等多种形式,来深化学习效果,在课堂上,老师和学生进行充分交流而引发的启发和感悟,对提升教学水平意义重大。

(3)课后阶段——举一反三。课后的教学以拓

表1 课程主要学习情境与思政元素

学习情境	任务名称	融入思政元素	育人目标	教学活动设计
感悟营销	认知物流市场	爱国教育	了解中国市场几十年来发生的历史巨变,以及中国市场在全球市场的重要性,培养学生的民族自豪感和自信心,将建设中国特色社会主义市场的信念深植于每位学生的心中	观看《厉害了,我的国》纪录片节选片段,了解自党的十八大以来中国市场发展所取得的伟大成就,并就该纪录片谈谈本人对中国市场的认识与感悟
	物流营销观念的演变	诚信、社会主义核心价值观	掌握从以企业为中心的营销观念到以消费者为中心的营销观念再到以社会长远利益为中心的营销观念的发展变化过程,巧妙地融入社会主义核心价值观,使学生正确的认识企业的社会责任和使命,兼顾好企业利益、消费者利益和社会利益三者之间的关系,建立全面的营销观并树立正确的人生观以及价值观	探讨小品《卖拐》是否属于市场营销。分析京东物流在疫情期间利用北斗卫星助力武汉抗议事迹所体现的营销观念
商情调查	物流市场环境分析	爱国教育	明确关于当今世界正历经百年未有大变局这一历史阶段,并且了解我国在政治、经济、社会文化、科技等市场环境中所取得的重大进度和影响力,坚定的以时不我待、只争朝夕的精神投入到我国市场的建设中来,增强爱国主义情怀	观看《消费主张》"智慧物流"专题片,探讨物流黑科技给我们的生活带来了哪些改变,对企业又有哪些影响
	物流市场调研	职业道德、工匠精神	能够灵活运用市场调研的方法对企业进行调研,培养学生恪守职业道德并树立脚踏实地、艰苦奋斗 、奋勇争先的爱岗敬业精神和执着专注、精益求精、一丝不苟的工匠精神	学生以小组为单位,通过采用电话调研、街头访问、小组座谈等多种调查方法对用户常使用的快递品牌的满意度进行实地调研。同时经分析整理后,将调研内容和结果形成调研报告
商机选择	物流目标市场营销战略	"两个一百年"奋斗目标、中国梦	掌握物流目标市场细分的标准、灵活运用策略进行目标市场的选择,并成功找准市场定位。同时由企业目标的设定上升到国家目标的设定,让学生能正确理解党的"两个一百年"奋斗目标和中国梦的美好愿景的历史意义,最后落地到学生个人目标的规划与实施,唤醒学生对个人目标、企业目标与国家命运相联系的认知	分析中远公司在进行市场细分时所参照的依据,以及在全球市场中如何进行的市场地位
商计策划	物流产品策划	创新	培养学生正确理解"产品是企业生存之根本"这一观念,深刻理解习近平总书记提出的关于中国制造"三个转变"的指导精神,树立物流企业的品牌意识,激发学生增强创业创新的动力和活力	选取某个典型的物流企业,并分析它是如何开展产品的创意活动以及创立企业的品牌
	物流定价策划。	诚信	要求学生能了解物流企业的定价目标,重点掌握企业定价的方法以及定价的策略,能够诚信经营、诚信定价	根据各小组所选定的物流企业,通过搜集企业资料,了解该企业所采取产品定价策略并形成实训报告
	物流渠道策划。	丝路精神	引入"一带一路"战略,使学生了解一带一路"背景下中国企业走出去的战略对我国企业经营渠道的开拓乃至全球经济发展所产生的积极影响,启发学生对丝路精神所展现的和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢等内涵的深刻理解	通过观看"中欧班列-构筑中欧贸易的"黄金思路"探讨一带一路战略对中欧贸易发展的影响
	物流促销策划。	文化自信	使学生充分肯定促销在市场营销和企业推广中的重要作用,并上升到国家层面,充分了解习近平总书记所提到的为提高国际传播能力,就要讲好中国故事、传播好中国声音、向世界展现中国文化的深刻用意,展现文化自信	组织调查我校尤里快递物流促销策略,并写出小组实训报告
商务实战	客户开发与维护	工匠精神	激发学生养成以客户为中心的服务意识,并能精通人员推销的技巧、掌握拜访客户的策略,同时能将工匠精神所具备的优良品质成功应用于日后的工作中	要求各组学生分角色扮演客户与客服人员,进行人员推销整个过程的模拟,总结人员推销过程中的技巧策略并探讨营销人员所具备的基本素养

展性的操作和综合应用为主。通过开展拓展性的任务,将课程的重难点进一步融入到实际的情境中,在巩固学生的课程知识的同时,对其实操能力和运用程度进行全面考查,有助于学生提升发散性思维,能积极主动的学习,提升专业技能。

2 教学实施

围绕上述的教学设计,以任务二"物流营销观念的演变"为例,进行教学实施。

(1)课前准备阶段。学生登陆智能课堂,根据课程任务单,完成对营销观念等相关知识点的自主学习。

通过小品《卖拐》这一驱动任务案例引发对诚信营销的初步思考,并且和社会主义市场营销观念这一课程知识点进行有效的连接,达到智慧启迪的效果。

(2)课中实施阶段。对课前布置的驱动任务"《卖拐》是否属于市场营销"这一主题以小组辩论赛的形式进行讨论,教师结合课程教学进行点评,并进一步提炼出"诚实守信"这一价值观念,突出它的现实意义,达到思政教学的效果。

通过列举京东物流在疫情期间为武汉第九医院

运送医疗物资的案例加深学生对社会主义市场营销内涵的理解,让他们切实感受到社会主义核心价值观的精神力量。

(3)课后拓展阶段。采取情景模拟的形式,以一位顺丰销售人员向某一电商企业推销自己的快递产品为例,让各组成员分角色模拟客户和销售人员进行营销的整个过程。整个角色扮演要求学生自己规划、组织和实施,让学生在学中做、做中学的过程中更深刻的领悟物流营销人员应该秉承的营销观念和服务意识。学生要将所完成的情景模拟视频上传至智能课堂,教师在教学平台进行反馈,并针对这一教学任务所学习到的知识点和思政主题进行总结,引导学生以正确的价值导向进行学习、工作和生活。

3 结语

“教师作为课程思政建设的主力军”[2],为了取得更好的课程思政教学成效,着力应该做到以下几点:

首先,老师要找准定位,做好引领,并进行有效示范,恪守师德,用自己的专业知识来提升学生的理论水平,用自己的高尚道德情操来感染学生。

其次,教学团队应该实时关注时政新闻,掌握最新的行业前沿信息,结合课堂内容,及时更新和挖掘符合时代特征的思政教育资源,让课程思政的课堂教学也处处充满生机和活力。

最后,团队教师要转变课程思政建设的思维模式,合理制定教学目标,在专业课中有机融入思政教育的内容,优化教学环节,并最终落地到教学实施的过程中来,持之以恒会得到理想思政育人目标。

[参考文献]

[1] 习近平.习近平在全国高校思政政治会议上强调:把思想政治工作贯穿教育教学全过程开创我国高等教育事业新局面[N].人民日报,2016-12-09(1).

[2] 教育部.教育部关于印发《高等学校课程思政建设指导纲要》的通知(教高[2020]3号)[EB/OL].(2020-06-01)[2021-01-29].http://m.moe.gov.cn/srcsite/A08/s7056/202006/t20200603_462437.html.

[3] 教育部,等.关于印发《职业教育提质培优行动计划(2020—2023年)》的通知(教职成〔2020〕7号)[EB/OL].(2020-09-23) [2021-01-29].http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-09/29/content_5548106.htm.

[4] 仲计水.简析新时代课程建设应坚持的五项原则[J].北京教育(高教),2020(9):90-92.

(上接第83页)

[8] XU C,WANG X J,JIANG X K.The impact of power structure on the retail service supply chain with an O2O mixed channel[J].Journal of the Operational Research Society,2016,67(2):294-301.

[9] 文悦,王勇,但斌,等.电商平台自营和制造商直销的多渠道竞争策略研究[J].中国管理科学,2019,27(10):77-89.

[10] DAVID B,SANTIAGO G,ANTONIO M.Showrooms and information provision in omni-channel retail[J].Production and operations management,2015,24(3):360-362.

[11] CHOPRA K.How omni-channel can be the future of retailing[J].Decision(0304-0941),2016,43(2):135-144.

[12] ADAM R,THOMAS,et al.Perceived customer showrooming behavior and the effect on retail salesperson self-efficacy and performance[J].Journal of Retailing,2015,91(2):358-369.

[13] TAYLOR T A.Supply chain coordination under channel rebates with sales effort effects[J].Management Science,2002,48(8):992-1 007.

[14] 何勇,杨德礼,吴清烈.基于努力因素的供应链利益共享契约模型研究[J].计算机集成制造系统,2006,12(11):1 865-1 868.

[15] 陈晓春,张文松,顾维军.考虑促销行为和消费者偏好的医药供应链协调研究[J].工业工程与管理,2019,24(6):24-33.

[16] JING Z,XIAO R.Pricing policies for complementary products in a dual-channel supply chain[J].Applied mathematical modelling,2017,49:437-451.

[17] 王道平,朱梦影,王婷婷.生鲜供应链保鲜努力成本分担契约研究[J].工业工程与管理,2020,25(2):36-43.

[18] 丁正平,刘业政.存在搭便车时双渠道供应链的收益共享契约[J].系统工程学报,2013,28(3):370-376.

[19] JING S.Sales effort and coordination in an o2o supply chain with two-period of marketing[J].Open Journal of Business and Management,2020,8(3):152-163.

[20] SONG J,LI F.Supply chain coordination through integration of innovation effort and advertising support[J].Applied Mathematical Modelling,2017,49:108-123.

[21] GURNANI H,ERKOC M.Supply contracts in manufacturer-retailer interactions with manufacturer-quality and retailer effort-induced demand[J].Naval Research Logistics (NRL),2008,55(3):200-217.