

【高等教育研究】

“对分课堂”推动高校课程思政融合路径研究

——以“新媒体营销”课程为例

石华瑀

(上海应用技术大学 经济与管理学院, 上海 201418)

摘要:采用“对分课堂”模式,以OBE教育理念为指导,结合“爱科技”九大关键能力模型,构建“课程思政引领、知识体系搭建和营销实践拓展”三位一体的“新媒体营销”课程思政教学体系。“对分课堂”教学模式强调以学生为中心、分组合作和开放式讨论,旨在提升学生的主动学习能力、团队协作能力和独立思考能力,同时加深学生对社会责任、伦理价值的认识。“对分课堂”模式增强了“新媒体营销”课程与思政教育的融合,激发了学生的学习热情,促进了价值观和社会责任感的建立。通过多元评估和即时反馈,确保教学效果,支持学生全方位成长,为新媒体时代的高校思政教育与教学改革提供新见解。

关键词:对分课堂;新媒体营销;思政教育;OBE教育理念;综合素养

中图分类号: G 642.4 **文献标识码:** A **DOI:**10.13486/j.cnki.1673-2618.2024.01.013

在新时代背景下,随着信息技术的飞速发展,新媒体已成为社会信息传播和营销的关键渠道。这不仅彻底改变了传统营销模式,也为思政教育开辟了新的路径。《中国教育现代化2035》指出,要加强和改进思想政治教育,利用现代信息技术创新思政教育的内容和方法,提升其吸引力和感染力。在这一背景下,“新媒体营销”作为一门应用性强、实践性强的课程,其教学不仅要注重专业知识的传授,更应融入思政元素,引导学生在提升专业素养的同时,培养对社会、对国家、对伦理价值的深刻认识^[1-2]。

“对分课堂”作为一种创新的教学模式,响应了新时代教育评价改革的号召,旨在通过分组合作、互动讨论等方式,打破传统教学格局,深化学生的学习体验和参与度,从而不断提升学生的综

合素养^[3-5]。本文旨在深入探讨“对分课堂”模式在“新媒体营销”课程中的应用,分析其在设计与实施过程中的特点与面临的挑战,以及学生在这一过程中的学习体验和思想认知的变化。通过对“对分课堂”模式的剖析,探索如何在专业课程教学中有效融入思政教育元素,从而为新媒体时代高校课程思政教育的实践提供有益的经验 and 启示,以进一步培养学生的社会责任感、创新精神和实践能力,增强其对社会主义核心价值观的认同和践行。

一、“新媒体营销”课程特点及现状分析

2019年1月25日,中共中央政治局在人民日报社就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习。习近平总书记对于加快推动媒

收稿日期:2023-12-27

基金项目:上海高校青年教师培养资助计划“课程思政改革要求下市场营销专业课程课堂教学改革及在线教学活动设计”(1021GK210003035-A07)

作者简介:石华瑀(1987—),女,黑龙江克山人,讲师,管理学博士,主要从事决策行为的理论和实践研究。

E-mail:Shihuayu10@126.com

体融合发展,构建全媒体传播格局做出重要论述。他说:“让主流媒体借助移动传播牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点。……必须要增强底气、鼓起士气,坚持不懈讲好中国故事,形成同我国综合国力相适应的国际话语权。”^[6]因此,培养创新思维、崇信守法、使命担当的新媒体营销人才成为迫切需求。

“新媒体营销”是市场营销专业的学科专业基础课,旨在深入研究互联网资源和移动客户端资源、熟悉网络营销和移动营销方法的基础上,从企业的实际情况出发,根据不同新媒体的优缺利弊,整合多种新媒体营销方法,为企业提供新型营销解决方案。该课程将基于新媒体快速发展的客观实际,从应用新媒体营销的典型群体学习需求出发,按照纵横交错的逻辑结构,介绍新媒体营销的基础理论、战略与策略、工具与方法及相关案例。

(一)新媒体营销课程特点

一是多学科交叉。“新媒体营销”课程结合了市场营销、传媒学、信息技术等多个学科领域,这种交叉学科的特性不仅要求学生掌握各个领域的专业知识,还要求他们能够在这些领域之间建立联系,发现和解决问题。这种多学科的学习方式有利于培养学生的综合性思维,使他们能够在新媒体时代的复杂环境中应对挑战。

二是实践性强。“新媒体营销”课程的另一个显著特点是其强调实践操作和案例分析。通过实际项目、模拟市场活动以及与合作项目,学生有机会将课堂上学到的理论知识应用于解决实际问题中,从而深化理解并增强其实践技能。这种实践性教学不仅提高了学生的学习兴趣 and 动机,也为他们将来的职业生涯提供了宝贵的经验。

三是紧跟行业最新趋势。鉴于新媒体技术的快速发展,“新媒体营销”课程需要不断更新以保持与行业动态的同步。教师要持续关注新媒体领域的最新发展,并将这些新知识和新技术整合到课程中。这不仅保证了课程内容的时效性和相关性,也激发了学生的学习热情,鼓励他们主动探索和学习新技术,培养终身学习的能力。

(二)新媒体营销课程现状分析

一是教学资源与教师适应性挑战。随着新

媒体技术的快速发展,“新媒体营销”课程的教学资源变得更加丰富和多样化。现代教育技术,例如在线学习平台、实时数据分析工具、社交媒体管理平台以及数字营销和广告工具的广泛应用,极大地提高了学生学习的互动性。然而,这一变化要求教师不断学习和适应新的教学工具和方法,及时更新教学资源,这也给教师带来了一定的挑战。当前,教师面临的主要挑战在于如何有效地把这些资源整合到课程中,并且更新自己在新媒体技术应用和数字营销策略方面的专业知识和实践经验。此外,实现理论与实践的有效结合,确保学生能够获得与行业最新趋势相符的知识和技能,是教师在教学资源运用方面需要解决的关键问题。

二是学生学科基础差异。由于新媒体营销涵盖多个学科领域,学生学科基础的差异影响着教学方法和学习成效,这一差异无疑给教师带来了显著的教学挑战。当前,一部分学生在市场营销理论和实践方面具有较强基础,而在信息技术和数字工具应用方面经验不足;另一部分学生则在技术领域表现出色,但缺乏市场营销的策略和理论知识。这种差异导致教学方法的选择和学习成效的差异化,需要教师采取更加个性化和灵活的教学策略来应对。目前,如何有效地平衡不同学生的学习需求,确保每位学生都能在新媒体营销领域获得全面发展,成为教学过程中的一个主要问题。

三是课程融入思政元素的挑战。将思政元素融入“新媒体营销”课程中,面临着如何有效结合专业教学内容和思政教育的挑战。当前,尽管教育部门强调思政教育的重要性,但在实际操作中,如何将这些元素自然而有效地融入以技能和实践为导向的“新媒体营销”课程中,仍然是一个难题。学生往往更加关注技能的学习和实践操作,对于思政内容的接受度可能不高。此外,教师在设计课程时需要找到合适的平衡点,既要确保专业知识的传授,又要有效地融入思政教育,这对教师的专业素养和创新能力提出了更高要求。目前,如何创造性地将思政教育与“新媒体营销”的专业学习相结合,提高学生的思政教育兴趣和效果,成为需要解决的关键问题。

(三)课程目标

基于课程特点和现状,立足于 OBE(以学生

为中心以成果为导向的教育)教育理念^[7-8],结合“爱科技(ASciT)”九大关键能力模型^[9-10],以毕业要求指标点为依据,“新媒体营销”课程明确了四大课程目标。除了传统的知识与技能目标,本课程突出强调了能力目标和价值目标的制定,将思政元素有机融入其中,确保课程设计和实施与学生全面素质的培养紧密契合,使思政教育贯穿整个课程,引导学生在“学习”“新媒体营销”的同时,树立正确的人生观、价值观和社会责任感。通过系统学习,学生应达成以下目标:一是知识目标,即掌握新媒体营销基础知识、新媒体营销模式、新媒体营销策划模式及相关工具的使用流程和技巧;二是技能目标,即能够熟练运用新媒体营销工具和技术,具备制定和执行新媒体营销策略的能力,能够利用各种数据分析工具评估营销活动的效果;三是能力目标,即通过理论教学和实践教学相结合的教学方法,培养学生理解不同文化背景下的受众需求,展开跨文化沟通的能力,培养学生利用所学知识,分析解决营销实践问题的能力,提高学生的综合素质和职业能力;四是价值目标,即通过思政元素的融入,培养学生传承开放包容、多元创新、崇信守法、求真务实的责任感和使命感,培养学生的创新精神、科学精神、工匠精神、家国情怀和社会责任感等,帮助学生树立正确的人生观和价值观。

在这四个目标中,能力目标和价值目标被赋予了特别的重要性,这不仅反映了“新媒体营销”课程的独特性,也体现了对学生全面素质培养的高度重视。通过这样的课程设计,旨在培养学生成为不仅具备专业知识和技能,同时也具备良好价值观和社会责任感的新媒体营销专业人才。

二、基于“对分课堂”的“新媒体营销”课程思政建设

(一)课程设计

本课程构建了“课程思政引领、知识体系搭建和营销实践拓展”三位一体的课程思政教学体系,保证思政元素在整个教学过程中的贯穿性与深入性,推动课程思政目标的实现。其中,课程思政引领指以传承开放包容、多元创新、崇信守法、务实开明的文化为主线,在此基础上通过在“新媒体营销”课程讲授过程中加入其他思政元

素,使本课程不仅局限于传授专业知识能力,还具有引领学生价值观、人生观和世界观的功能。依据学校思想政治核心素养32条目和“ASciT(爱科技)”9大关键能力,结合本课程的知识传授和能力培养要点,为学生搭建了六大模块的知识体系,即新媒体营销基础知识、新媒体营销模式及平台、新媒体营销技能、新媒体营销工具、新媒体营销危机管理与营销策划方案汇报,并在这六大模块中分别融入了相应的价值塑造要点。通过知识体系的搭建,本课程让学生在不同的知识模块中,结合团队组建、营销定位、营销策划、营销实施以及营销复盘的营销实践拓展任务,在实现育人目标的同时,激发学生的家国情怀,培养学生的工匠精神,同时提升学生的文化自信。

此外,本课程以学生发展为中心,在教学过程中以“课程导入→课程实施与考核评价→课后实践”的方式,确保教学活动的连续性与系统性,实现课程思政闭环呼应,不断提升课程思政教学质量。

(二)“对分课堂”模式的融入

在当今的教育环境中,传统的教学模式已逐渐无法满足学生的多元化学习需求,特别是在新媒体营销领域。研究表明,“对分课堂”模式能够有效促进学生的主动学习,提高其独立思考和团队协作能力^[3-4]。同时,在大量专业课程与思政教育融合过程中,该模式的有效性也得到了充分检验^[4]。“对分课堂”作为一种创新的教学策略^[11-12],其核心在于以学生为中心,强调学生的主动学习和参与。在这种模式下,教师不再是知识的单向传递者,而是变成了学习的引导者和协助者。学生通过分组合作,共同探讨和解决问题,这不仅促进了知识的深入理解,也提高了学生解决实际问题的能力。

本课程采用“对分课堂”模式,旨在通过分组合作、开放式讨论等互动形式,激发学生的学习兴趣,促使学生更加深度地参与学习,引导学生主动关注企业的社会责任,思考新媒体营销活动对社会的积极作用。通过问题引导和讨论,培养学生独立思考和团队协作的能力,加深对思政内容的理解,实现新媒体营销知识和思政元素的有机融合。

一是分组合作的实施策略。在实施分组合

作时,教师精心设计小组任务,确保任务既有挑战性又能激发学生的兴趣。例如,让学生团队设计一场旨在提高公众对某社会问题认识的营销活动。通过这样的拓展任务,学生不仅能够学习到新媒体营销的策略和技巧,还能深入思考企业的社会责任。

二是开放式讨论的引导方法。开放式讨论是“对分课堂”模式中的另一关键环节。本课程在教学中鼓励学生表达自己的观点并提供多种视角来促进讨论。在讨论中,教师通过提问、引用案例或者分享实际经验等方式,引导学生深入思考,从而加深对课程内容的理解。

三是多元化评估与及时反馈。为了全面了解学生在“新媒体营销”和思政教育方面的学习情况,采用多元化评估机制至关重要。本课程涉及的评估方式包括项目报告、小组展示、个人论文等,这些方式不仅能够考核学生的专业知识,也能评价其思政素养。同时,及时的反馈机制能够帮助学生及时了解自己的学习进展,教师也可以根据学生的反馈和学习效果,动态调整和优化课程内容,以保证其始终贴近学生的兴趣和时代的发展,最终提高教学效果。

(三)“对分课堂”案例分析

结合“新媒体营销”的课程特点,为了更好地实现课程目标,本课程在教学中主要采取“课前学习—当堂对分—课后巩固”的教学模式。以下通过“事件营销”这一教学片段,具体阐述“对分课堂”模式的实际应用。

首先,根据教学目标设计教学案例,利用线上教学平台,发放“中国银联诗歌 POS 机公益活动”这一令学生感兴趣的案例,让学生自行查找这一活动的相关课外资料完成课前学习,在激发学生兴趣的同时,提升学生自主学习能力。其次,在课堂学习中,教师先讲授事件营销的概念、策划步骤,再以开放式提问的形式,让学生深入理解事件营销的策略要点,随后结合课前发放的案例,以小组讨论的方式,分析中国银联事件营销成功的原因,教师针对学生讨论结果加以点评,并将思政教育融入其中。最后,让学生选择一个本土品牌,为其策划一场事件营销活动,让学生在实践中巩固知识要点,提升创新能力和团队协作能力。

(四)课程思政效果评价

本门课程主要从学生的知识掌握、能力提升、价值观形成和思政教育四个维度全面评估“对分课堂”模式下“新媒体营销”课程思政建设的效果。

一是知识掌握。通过定期的知识测试和项目报告评估,量化学生对“新媒体营销”理论和实践知识的掌握程度。例如,在“事件营销”教学单元,通过活动策划,评估学生对事件营销策划步骤与策划要点的掌握情况。这些评估不仅反映了学生对专业知识的吸收,也显示了他们如何将这些知识应用于解决实际问题。

二是能力提升。能力提升的评估主要集中在学生的分析能力、创新能力和团队合作能力上。通过小组讨论、案例分析和项目实施等活动,学生能够在实践中锻炼和展示这些能力。教师通过观察和评估这些活动,可以有效地评价学生能力的提升情况。

三是价值观形成。价值观的形成是本课程思政建设的核心目标之一。通过讨论企业社会责任、探讨新媒体营销活动的社会影响等话题,学生能够逐渐形成正确的人生观、价值观和社会责任感。教师可以通过学生的表现、讨论贡献和反思报告等方式,评估学生价值观形成的程度。

四是思政教育。思政教育的效果评价主要通过学生对思政内容的理解和接受程度来衡量。这包括学生对课程中融入的思政元素的认知评价,以及他们在课程学习过程中展现出的思政素养。例如,在“事件营销”教学单元,要求学生充分挖掘中华优秀传统文化元素,并将其融入事件营销活动的策划中。通过此类定期的思政内容测试、学生反馈和课程讨论,教师可以全面了解思政教育的效果。

为了确保评价的客观性和全面性,本课程采用了包括自评、同伴评价和教师评价在内的多元评价机制。这种评价机制不仅能够从不同角度反映学生的学习和发展情况,也有助于教师及时调整教学策略、优化课程内容,提高思政教育的质量和效果。

通过上述四维评价体系,笔者发现,“对分课堂”模式下“新媒体营销”课程思政建设效果显著。相比于传统教学模式,学生对知识的掌握程

度明显提升,沟通能力、创新思维能力、团队协作能力等也有显著提升。同时,学生的社会责任感和使命感明显增强,对思政内容的接受度更高。这一结果为进一步优化课程设计和教学方法提供了宝贵的数据支持和实践经验。

三、结语

深入探索“对分课堂”模式在“新媒体营销”课程中的应用,旨在响应教育评价改革的号召,探讨如何通过创新教学方法,在专业课程教学中有效融入思政教育,培养具有正确价值观、社会责任感和终身学习能力的新时代学生。

“对分课堂”模式能够有效促进学生的自主学习、团队合作和独立思考能力,实现新媒体营销知识与思政教育的有机融合。这种教学模式不仅能够提高学生的学习兴趣 and 参与度,还有助于学生形成正确的人生观、价值观和社会责任感。此外,多元化的评估与及时反馈机制,以及

课程内容的动态优化,进一步保证了教学质量和教学效果,为学生的全面发展提供了有力支持。然而,要实现这一目标,教师需要不断创新教学方法和手段,灵活运用新媒体技术,丰富教学资源,同时关注学生的个体差异,采用差异化教学策略,以满足不同学生的学习需求。更重要的是,教师应当具备高度的责任感和使命感,通过教学实践不断引导学生思考和探索,帮助学生树立正确的价值观和世界观。

综上所述,本研究为新媒体时代高校课程思政教育提供了一种创新的教学范式。通过“对分课堂”模式,“新媒体营销”课程成功地融入了思政元素,推动了学生在专业知识学习的同时,形成积极向上的思想观念和行为习惯。这为高校其他类似课程的教学改革提供了有益的经验 and 启示,也为新时代高校思政工作的深入开展提供了一种创新路径。

参考文献:

- [1]白华艳,尹冬梅.“新媒体营销”课程与思政教育融合的路径研究[J].东华理工大学学报(社会科学版),2022(2):184-187.
- [2]李丽,郎润华.新媒体营销教学中融入课程思政元素的研究与实践[J].对外经贸,2022(7):81-84.
- [3]张学新.对分课堂:大学课堂教学改革的新探索[J].复旦教育论坛,2014(5):5-10.
- [4]石华瑀.基于CiteSpace的对分课堂研究可视化分析[J].中国成人教育,2023(6):35-40.
- [5]邵运文.基于对分课堂模式的课程思政实践与思考[J].高教学刊,2019(6):158-160.
- [6]习近平.加快推动媒体融合发展,构建全媒体传播格局[J].求是,2019(6):4-8.
- [7]倪哈,刘彩钰.OBE理念下的课程思政教学效果评价探索[J].黑龙江教育(高教研究与评估),2022(2):54-57.
- [8]孟斌,谢晓芳,路娜等.基于OBE理念的飞行技术专业课程思政立体化育人体系研究[J].滨州学院学报,2021(5):45-50.
- [9]君宇,姜超.基于卓越绩效模型的应用型高校课程思政建设评价指标体系研究[J].上海教育评估研究,2022(3):38-43.
- [10]沈敏慧,彭亚萍,胡大柱,等.基于爱科技(ASciT)-成果导向(OBE)理念的钢结构课程思政混合式教学[J].重庆建筑,2023(5):64-67.
- [11]林玉香.基于“对分课堂”的应用密码学课程思政教学探索[J].电脑与电信,2023(3):81-84.
- [12]胡洁人,李柳醒.“对分课堂”推动高校课程思政建设的实现路径:以《女性权利的法律保护》课程为例[J].广西师范大学学报(哲学社会科学版),2021(5):129-138.

(责任编辑:许 金)