

《新媒体营销策划》课程思政建设的创新路径研究

戴友艳

安徽信息工程学院管理工程学院, 安徽 芜湖

收稿日期: 2025年7月11日; 录用日期: 2025年8月11日; 发布日期: 2025年8月19日

摘要

本文以安徽省省级质量工程项目“《新媒体营销策划》课程思政建设”为研究对象, 系统阐述了“四个维度 + 两个平台 + 一个保障”的课程思政建设模式。通过优化课程目标、凝练思政元素、创新教学模式、完善评价体系四个维度重构课程内容; 依托“第二课堂”与“教师新媒体平台”实现思政教育场景延伸; 以师资团队建设为保障, 形成可复制推广的育人方案。实践表明, 该模式有效解决了专业课程与思政教育“两张皮”问题, 为应用型课程思政建设提供了新范式。

关键词

新媒体营销, 课程思政, 创新路径

Research on the Innovative Paths for Integrating Ideological and Political Education into the Course “*New Media Marketing Planning*”

Youyan Dai

School of Management Engineering, Anhui Institute of Information Technology, Wuhu Anhui

Received: Jul. 11th, 2025; accepted: Aug. 11th, 2025; published: Aug. 19th, 2025

Abstract

This paper takes the provincial-level quality engineering project “Ideological and Political Construc-

tion for the Course ‘*New Media Marketing Planning*’ at Anhui Institute of Information Technology as its research subject. It systematically elaborates on a curriculum-based political education model characterized by “four dimensions, two platforms, and one guarantee.” The course content is restructured through four dimensions: optimizing course objectives, refining ideological-political elements, innovating teaching models, and improving the evaluation system. The extension of ideological-political education scenarios is achieved by leveraging the “Second Classroom” and the “Teachers’ New Media Platform.” Faculty team development serves as the guarantee, forming a replicable educational model. Practice demonstrates that this model effectively resolves the “disconnection” between specialized courses and ideological-political education, providing a new paradigm for integrating ideological-political education into application-oriented courses.

Keywords

New Media Marketing, Curriculum-Based Political Education (Course Ideology and Politics), Innovative Paths

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在数字化浪潮深刻重塑全球传播格局与社会运行方式的时代背景下，新媒体已从信息传播的工具跃升为驱动社会经济发展、塑造公众认知、重构文化生态的核心引擎。据《2024 年中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国网民规模已突破 11 亿，其中短视频、社交媒体等新媒体平台的用户渗透率高达 93.7%。这一庞大且活跃的数字领域，不仅是企业营销战略的前沿阵地，更日益成为思想文化交流、交锋、交融的重要场域，深刻影响着青年一代的价值观念、思维模式与行为选择。与此同时，党和国家将立德树人置于高等教育的根本位置，教育部《高等学校课程思政建设指导纲要》明确提出“全面推进课程思政建设是落实立德树人根本任务的战略举措”，要求“寓价值观引导于知识传授和能力培养之中”[1]。在此双重背景下，新媒体营销类课程作为数字时代营销人才培养的基础，其肩负的专业能力塑造与价值引领使命前所未有地紧密交织，其思政建设成效直接关系到能否培养出兼具精湛数字营销技能与坚定家国情怀、高度社会责任感的时代新人。

然而，审视当前高校新媒体营销课程的思政建设现状，一个突出的结构性矛盾已然浮现：课程内容高速迭代的“技术性”特质与思政元素融入所需的“稳定性”和“深度性”之间，尚存显著张力。一方面，新媒体技术日新月异，营销模式层出不穷(如元宇宙营销、AIGC 内容生成、私域流量运营等)，课程内容必须紧跟产业前沿方能保证专业价值，这在一定程度上挤压了深度价值探讨的空间。另一方面，思政元素的融入若流于形式化、标签化——仅在案例分析中简单提及“诚信经营”，或生硬插入政策条文而缺乏与专业逻辑的内在耦合——便极易陷入“两张皮”的窘境，无法在学生的认知与情感层面产生深刻共鸣与认同。

因此，探索新媒体营销课程思政建设的创新路径是破解现实困境、回应时代命题、筑牢育人根基的迫切行动。因此，本文聚焦于新媒体营销课程思政建设的创新路径探索，以安徽省省级质量工程项目《新媒体营销策划》课程为依托，探索出“四个维度 + 两个平台 + 一个保障”的特色建设路径，系统回应上述核心挑战。研究的价值不仅在于为当前课程思政建设提供可借鉴、可推广的范式，更在于为数字经济时代培养政治立场坚定、专业本领过硬、勇于担当民族复兴大任的高素质复合型营销人才贡献关键性

的教育方案,为相关课程思政改革提供理论参照和实践基石。

2. 课程思政的内涵与新媒体营销课程思政建设

2.1. 课程思政的内涵

课程思政是新时代中国高等教育落实立德树人根本任务的一项战略性、系统性教育教学改革理念与实践模式。其核心内涵在于,依托、融入并贯穿于所有非思政类课程(专业课程、通识课程、实践课程等)的教学全过程,将马克思主义立场观点方法、社会主义核心价值观、中华优秀传统文化、法治意识、职业道德、家国情怀等思想政治教育元素与价值引领目标,有机地、润物无声地嵌入到专业知识传授与能力培养之中,实现价值塑造、知识传授和能力培养的深度融合与统一[2]。

深入理解课程思政,需重点把握以下几点:首先,课程思政的本质属性是隐性教育和显性教育相统一的与人机制[3][4];然后,课程思政的核心特征是价值引领与知识传授和能力培养的融合[5];其次,课程思政的内容要素是以核心价值为引领的多元化思政元素融入,包括:政治认同、国家意识、社会主义核心价值观、中华优秀传统文化与革命文化、法制精神与职业道德、科学精神与人文素养等;再次,课程思政是贯穿教学全环节的系统性教学设计,课程思政的有效实施依赖于对教学全链条的系统性重构[6];最后,课程思政的终极目标是落实立德树人的根本任务,培养担当民族复兴大任的时代新人。

2.2. 新媒体营销课程思政建设现状

对新媒体营销课程而言,其思政特殊性在于:首先,内容动态性,新媒体营销涉及到的各类平台的平台规则以及内容传播形态快速迭代,需要在同步更新课程思政案例,融入思政元素;其次,实践导向型,新媒体营销课程强调技能的应用,容易忽视伦理责任,包括新媒体运营过程中的虚假宣传和数据滥用等问题;再次,影响的广泛性,由于专业涉及内容的生成以及公共传播,因为需要强化学生的家国情怀与文化自信。同时,在教学实践过程中,新媒体营销课程思政建设也存在以下普遍痛点:思政元素机械植入,与专业知识脱节;价值体系重技能轻素养;思政教育局限于课堂,未形成长效影响[7]。

因此,新媒体营销课程思政建设需要从以下几个方面着手,首先,目标重构,需要将价值引领与技术赋能并重,一方面需要将课程思政目标具象化,注重将价值维度和伦理维度的育人目标分解为可操作的维度,另一方面,需要利用数字技术的特性深度融入[8],结合新媒体的即时性和交互性优势,开发“实时热点+思政映射”;其次,路径需要创新,利用线上线下混合场域协同与人[9],建立线上和线下实践平台;再次,课程评价需要转型,建立多维考核体系,注重过程性评价。

3. 课程建设创新路径

对现有主流的课程思政建设模型进行梳理,主要有以下几种模式:强调将思政元素全方位融入课程目标、内容、过程、评价(全员、全过程、全方位)的“三全育人”融入模型;聚焦于课程内部要素的思政化改造的“目标-内容-方法-评价”四维模型;“BOPPPS+思政”融合模型等。本文在充分吸收现有模型优点的基础上,进行了系统整合与创新突破。

基于课程思政建设的背景和内涵,结合新媒体营销类课程在建设过程中存在的问题,本文以《新媒体营销策划》课程建设为契机,总结出以下课程建设创新路径(如图1):以立德树人为根本宗旨,以思政教育融入专业教育为主导理念,制定了“四个维度+两个平台+一个保障”的课程思政建设方案。如图1所示。其中,“四个维度”是指从优化课程思政目标、提炼课程思政元素、创新课程思政教学模式、完善课程思政评价体系来进行课程内容的设计;“两个平台”是指通过学生第二课堂和教师新媒体账号建设来进一步推进课程思政融入学科实践。“一个保障”是指加强课程教师团队建设,提升思政素养。

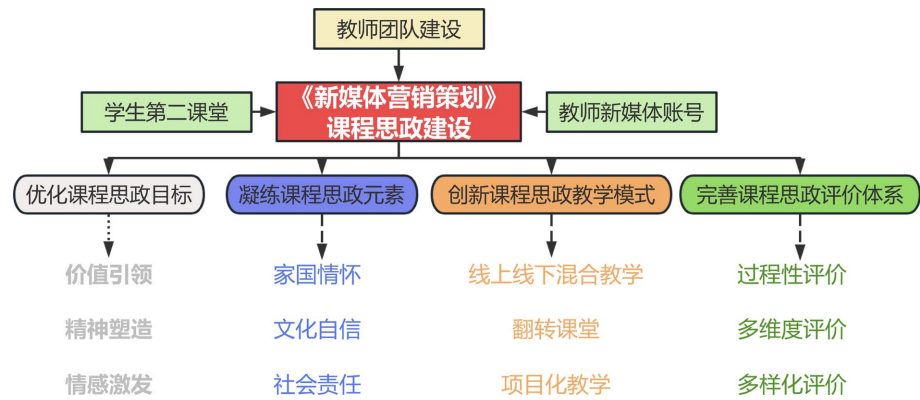


Figure 1. Innovative paths for integrating ideological and political education into the course “New Media Marketing Planning”

图 1. 《新媒体营销策划》课程思政建设创新路径

3.1. 四个维度

首先，从课程思政建设内容来看，主要围绕“四个维度”扎实推进课程思政建设。

1) 优化课程思政目标

课程思政目标是课程建设的“魂”，课程以立德树人为根本任务，着重加强价值引领：通过案例分享，热点分析，帮助学生树立正确的人生观和价值观；精神塑造：培养学生的科学精神，创新精神和实干精神；以及情感的激发：家国情怀，社会责任等。做到育人细无声，课程思政与专业课程“同向同行”。

2) 凝练课程思政元素

课程组提炼核心的课程思政元素，积累思政素材，挖掘思政案例，主要围绕家国情怀、文化自信、社会责任等课程元素，结合课程知识体系，构建思政教学资源库，具体内容如表 1 所示。

Table 1. Curriculum-based ideological elements by chapter

表 1. 各章节课程思政元素

教学内容	教学要求	思政元素
新媒体营销概述	1) 了解新媒体的概念和内涵、特征及发展趋势； 2) 理解新媒体营销的概念以及新媒体营销思维； 3) 掌握新媒体岗位及能力需求。	1) 中国新媒体在海外发展，以 Tiktok 为例 2) 新媒体从业人员的职业道德。
新媒体营销工具	1) 了解新媒体的各种类型及发展脉络； 2) 掌握当下最新的新媒体工具及其营销方法； 3) 了解新媒体广告投放； 4) 理解大数据与新媒体的关系。	结合本土案例看如何利用新媒体：李子柒短视频文化输出、县长乡长直播带货等。
新媒体运营策略	1) 掌握企业的新媒体平台搭建及运营方案； 2) 理解个人账号体系搭建。 3) 掌握新媒体负面效应及网络舆情管理	1) 从网络舆情管理看营销伦理； 2) 了解“共青团中央”的新媒体矩阵
新媒体营销应用	选择特定的主题，以小组为单位，进行新媒体营销方案的策划与执行。	助力乡村振兴，短视频 + 直播助农

3) 创新课程思政教学模式

《新媒体营销策划》课程在教学过程中，树立“以学生为中心”的教学理念，充分利用智慧化的教

学工具，在教学过程中开展了多样化的教学方式，主要有“线上 + 线下”的混合式的教学，如图 2 所示。其中“线上”平台主要利用 FIF 平台和爱课堂，让学生完成课前核心知识的学习和讨论，充分发挥学生学习自主性，同时还利用新媒体平台完成课程实践；“线下”主要是教师利用课堂进行重难点知识的补充讲授；学生在课堂翻转进行课堂讨论、案例分析以及成果汇报；课后的“Office hour”进一步辅导答疑和双向反馈。



Figure 2. "Online-offline" blended instructional model

图 2. “线上 + 线下”混合式教学模式

4) 完善课程评价体系

《新媒体营销策划》课程的考核评价也融入课程思政元素，重点考察课程思政教学效果，考核内容从单一对新媒体营销知识维度，向知识、能力、素质和价值等多维度进行延伸；考核环节从注重期末成果考核，转变为期末考核和平时考核并重，更加重视过程性考核；考核形式从单一的笔试为主，转变为多样化的更加注重实践能力的考核，引入实际的项目，注重对新媒体营销实战营销效果的考核。

3.2. 两个平台

其次，从课程思政建设的实践来看，通过“两个平台”让课程思政“活”起来。

1) 加强与党团组织协作，充分利用“第二课堂”

课程思政与“第二课堂”具有天然的联系，加强与党团组织协作，将新媒体营销实战搬到“第二课堂”，在实践中强化知识应用，提升课程育人价值。新媒体营销实战环节，通过“助农”“绿色消费”“传统文化”宣传等公益主题，利用“第二课堂”充分挖掘课程社会价值，提升学生获得感。

2) 入驻新媒体平台，思政教育长效化

教师在课程知识输出和思政价值输出过程中，充分利用新媒体平台，构建个人品牌，扩大影响力，将课程思政从课堂延续到新媒体阵地，做到思政教育长效化，真正做到“身正为师，行为世范”。

3.3. 一个保障

最后，从课程思政建设的“一个保障”来看，加强课程教师团队的思政素养是进行课程思政建设的基础[10]。课程组成员主要有学院党总支书记，党员以及普通群众，课程组定期组织教学研讨，专家磨课，邀请马克思主义学院的思政课教师参与集体备课，并积极组织课程组教师参加课程思政的培训学习，课程组教师的思政素养、思政意识和教学水平都得到较大提升。

《新媒体营销策划》课程建设路径一方面突破了时空局限，通过新媒体平台实现思政教育“线上”向“线下”延伸，“第一课堂”向“第二课堂”延伸，同时也实现理论与实践相结合，建立多维评价指标，实现创新。另一方面，结合产业前沿，精心设计思政元素，使得思政教育和专业教育有效融合，破除

了“两张皮”窘境，为应用型课程思政建设提供了新范式。

4. 结语

本研究聚焦新媒体营销课程思政建设的核心命题，以《新媒体营销策划》课程省级质量工程项目为实践载体，系统探索并验证了“四个维度 + 两个平台 + 一个保障”的特色建设路径。在数字化浪潮席卷全球、国家战略对高等教育立德树人提出更高要求的时代背景下，本研究不仅回应了课程内容高速迭代与思政教育深度融入的结构性矛盾，更在理论与实践层面为构建“价值引领、能力提升、知识传授”三位一体的育人模式提供了可借鉴的范式。

面向技术加速迭代的未来，课程思政建设需进一步探索以下方向：首先，建立“技术 - 伦理”动态预警机制。针对 AIGC 深度伪造、元宇宙沉迷风险等新兴挑战，开发“技术伦理评估矩阵”，将隐患预判纳入教学设计。其次，构建“校企政”协同育人生态。联合平台企业共建“正能量内容创作实验室”，引入网信部门指导网络法规实践，形成“教育链 - 产业链 - 政策链”的价值共育网络。再次，深化思政教育数字基建。开发思政元素智能匹配系统，基于专业知识点自动推送适配案例，提升教育资源供给的精准性与时效性。

总之，新媒体营销课程的思政建设创新，既是落实立德树人根本任务的战略举措，更是应对数字文明时代人才挑战的关键应答。本研究构建的“四个维度 + 两个平台 + 一个保障”路径，不仅为培养“德技双馨”的数字经济生力军提供了有效方案，其动态耦合、场景贯通、协同共育的核心逻辑，亦将为高等教育课程思政改革的深化贡献理论智慧与实践基石。未来，课程组将持续完善动态治理机制，拓展育人生态边界，使新媒体营销教育真正成为锻造时代新人的价值熔炉和创新引擎。

基金项目

安徽省高校哲学社会科学项目“数字化赋能绿色消费的机理、路径及政策研究”(2023AH052908); 安徽信息工程学院青年科研基金项目“准社会互动视角下新媒体营销效能研究”(22QNJJSK005); 安徽信息工程学院新媒体营销研究团队(23kytdpy002)。

参考文献

- [1] 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)[Z]. 北京: 中华人民共和国教育部, 2020.
- [2] 教育部办公厅. 陈宝生同志在全面推进高等学校课程思政建设工作视频会议上的讲话[EB/OL]. https://jwc.cdtc.edu.cn/local/1/CA/B1/A7BC474A7B9B3ED2F7919B7DF1F_C1B7444E_55A6F.pdf, 2020-06-08.
- [3] 吴岩. 建设中国“金课”[J]. 中国大学教学, 2018(12): 4-9.
- [4] 邹太龙, 双小雨. 以隐性课程铸牢大学生中华民族共同体意识: 独特价值、具体形式与推进路向[J]. 民族教育研究, 2025(3): 1-9.
- [5] 王学俭, 石岩. 新时代课程思政的内涵、特点、难点及应对策略[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2020, 41(2): 50-58.
- [6] 邱伟光. 课程思政的价值意蕴与生成路径[J]. 思想理论教育, 2017(7): 10-14.
- [7] 陆道坤. 课程思政推行中若干核心问题及解决思路——基于专业课程思政的探讨[J]. 思想理论教育, 2018(3): 64-69.
- [8] 王真真. 课程思政背景下思政教育数字化转型的实践探索[J]. 高教探索, 2025(S1): 92-94.
- [9] 李姝. 课程思政视域下基于“混合式教学”模式的高职院校创新创业课程建设探究[J]. 高等工程教育研究, 2025(S1): 193-197.
- [10] 刘旭红, 邹世杰, 罗婷. 数字时代高校教师课程思政能力的构成要素与提升路径——基于高校教师课程思政能力检核模型的构建[J]. 高教探索, 2025(2): 104-113.