

# 农林院校广告学专业“在地化”课程思政教学体系探索

## ——以四川农业大学为例

弓伟波

四川农业大学, 四川 雅安 625014

DOI: 10.61369/SDME.2025060033

**摘 要 :** 高等教育在推进大思政课建设方面要因地制宜, 挖掘课程思政元素, 拓展“课程思政”的融合途径。在地化教学理念提倡教育自身要求要与地方发展相结合, 推动学生、教育行业、地方多元主体互惠互利实现可持续发展。农林高校的广告学专业的课程思政改革实践可聚焦大国三农, 整合各方资源协同育人, 在与农业产业对接中服务地方区域经济发展, 提升学生知农、爱农、兴农的主动担当意识和应用技能。

**关 键 词 :** 在地化; 强农兴农; 协同育人; 整合资源

### On Localization Curriculum-based Ideological and Political Education System for Advertising Majors in Agricultural and forestry colleges and universities ——Taking Sichuan Agricultural University as an Example

Gong Weibo

Sichuan Agricultural University, Ya'an, Sichuan 625014

**Abstract :** In promoting the construction of the Ideological and Political Courses, higher education should adapt to local conditions, explore the ideological and political elements in courses, and expand related integration approaches. The concept of localized teaching insists that the requirements of education itself should be combined with local development, so as to promote mutually beneficial sustainable development among students, education industry, and multiple local stakeholders. The curriculum ideological and political reform practice of the advertising major in agricultural and forestry colleges can focus on the major issues of agriculture, rural areas, and farmers in China, integrate resources from all parties for collaborative education, serve the development of local regional economy in the docking with the agricultural industry, and enhance students' awareness of taking the initiative to assume responsibilities and applied skills in understanding, loving, and rejuvenating agriculture.

**Keywords :** the concept of localization in teaching; strengthen and rejuvenate agriculture; collaborative education; integrate resources

## 引言

“课程思政”概念最早由上海市教育委员会提出并在当地高校进行了试验<sup>[1]</sup>, 课程思政即以立德树人为根本, 将思想政治课程与各类教育课程进行融合性教学<sup>[2]</sup>。传统教学模式在课程目标设计、课堂授课、教学研讨等主要方面已经不能满足新时代需求<sup>[3]</sup>, 必须引入新的理念。各地高校正积极创新育人模式实践探索, 把思想政治教育贯穿人才培养体系。

广告产业不仅能促进商品销售, 还能够增加人民福祉、传播主流价值观、推动精神文明建设<sup>[4]</sup>, 开设有广告学专业的高校对于课程思政的研究和实践从未停止。地方高校的人才培养要服务国家区域发展战略, 推动人才培养、教育进步与当地产业发展有机结合, 造福地方发展, 在地化教学理念正基于此。四川农业大学广告学专业的课程思政聚焦于培育学生“大国三农”情怀, 提升学生知农、爱农、兴农的责任意识和技能进行了有益尝试和探索。

基金项目: 本课题为四川农业大学校级教育教学改革研究重点项目“农林院校广告学专业“三三四五”课程思政的在地化教学探索与实践”(项目编号: X202332), 四川省教育厅2024—2026年四川省高等教育人才培养质量和教学改革项目“农林院校广告学专业“三三四五”在地化课程思政教学体系探究”(项目编号: JG2024-0437)阶段研究成果。

作者简介: 弓伟波, 四川农业大学艺术与传媒学院传播艺术系, 硕士生导师, 教授。

## 一、思政教育存在的问题

四川农业大学的广告学本科专业于2002年开始招生，位于四五线城市四川省雅安，该专业秉承“新文科”建设理念，结合办学定位与优势资源，以服务三农为使命，积极开展思政教育尝试差异化办学，其思政教育目前面临以下问题：

1. 课程思政与专业定位、人才培养、地方经济社会发展衔接不够

部分学生和教师对于课程思政所涉及的内容、环节、目的理解较为片面，没能把握社会发展特征，导致广告学专业教学内容和市场需求存在一定程度的脱节<sup>[6]</sup>，没能将思政育人和专业定位、专业人才培养目标、地区经济发展需要结合。

2. 课程思政内外部资源共享不畅

“大思政”强调校内校外、课内课外、线上线下的有机融合和互相支撑，在全员、全过程、全方位中推进课程思政的高质量开展，构建多元协同育人机制。四五线城市可依赖行业资源有限，高校内部资源与外部资源共享“不畅”，思政课资源供给不充分，资源平台利用率低，交互性差。

3. 学生主体作用发挥受限

在大力提倡课程思政的大背景，专业教师都在课程教学中有意思引入，导致部分内容交叉重复，课堂生硬灌输偏向单向信息传输，教育信息资源无法畅通流动，教育氛围开放程度低，学生学习兴趣不大、动力不足、主动性不强，教学目标、内容、方法、评价未形成相互依存、共同发展的共生关系。

## 二、在地化教学理念下课程思政的改革目标

西方并没有课程思政这一说法，但有类似概念，比如杰克逊提出了隐性课程的概念即学生在学习环境中学习到的计划之外的知识、观念等内容<sup>[6]</sup>，社会越来越重视隐性课程对学生成长的作用<sup>[7]</sup>。

在地化教学发端于杜威的实用主义教育学说。索贝尔提出“在地化教学是以当地的社区和环境作为起点，教授学生语言艺术、数学、社会研究、科学以及其他学科的过程。这种方法强调亲身实践和真实世界的学习体验，致力于提高学生的学业成就，加强他们同社区之间的联系，增进他们对自然世界的理解，帮助他们成为积极的、有贡献的公民<sup>[8]</sup>。史密斯提出“在地化教学是一种开发课程和实施教学的方法”，认为采取这种方法的教师“旨在培养学生拥有成为参与型公民的愿望和能力，让学生能为所处的人文环境和自然环境增加福祉”<sup>[9]</sup>。高校的课程思政也应让学生主动承担相应的社会责任，发挥出自身的社会价值<sup>[10]</sup>。

国外大量的案例和教研文献表明，在地化教学为教育的生态化转型提供了一个强有力的支点。此次教学改革旨在以在地化教学理念为统领完善广告学专业课程思政顶层设计，构建多元主体协同育人的机制，搭建政产学研用协同育人平台，激活思政育人要素与创新资源使两者充分共享互动，实现广告学教育对乡村振兴中产业振兴的人才支撑功能。

## 三、思政教学改革的思路与做法

1. 优化人才培养方案课程分类设置

在地化教学旨在帮助学生既达到国家统一规定的学科专业要求外，又需要增进他们对当地社会、文化、生态环境等方面的了解，加强他们对当地的情感联结和责任担当。

首先在顶层设计层面，新版人才培养方案围绕着“品牌强农”“营销人才助农”，设置了品牌传播等个性教育版块，在专业定位、方向凝练与课程设置方面与课程思政的要求相呼应。

其次，根据不同课程的特点，聚焦思政主题，植入教学育人大纲，融入教学设计与实践。对于新闻传播类基础类课程，将马克思主义新闻思想贯穿其中，弘扬爱国主题、地方化红色文化；对于营销策划类课程，突出奋斗主题和实干主题，培养学生科学的观念、注重调查研究、以所学知识和技能进行创新创业，服务乡村振兴。

2. 围绕当地资源聚焦教学团队思政教学能力提升

教学团队切实认识到新闻传播学类专业的教育观、历史观和实践观的重要性<sup>[11]</sup>，提升专任教师思政教育技能；教师团队深入农业一线，为云贵川渝农业职业经理人做品牌培训，加强与当地产业的互动联系，在此基础上承接地方农产品、文旅推广课题，并将社会服务反哺课堂教学，在教学案例精选等环节与所在区域的经济文化紧密结合，增进学生对当地的了解，引领学生关注当地发展中面临的现实问题。

3. 整合思政教学资源平台打造协同育人共同体

在地化教学提倡整合校外资源，办学所在地为学习提供了情境，学生的课业聚焦当地产业发展和居民的需求，政府、企业和各类公益组织在教学的各个方面提供资源。

校内平台方面，四川省高校人文社科重点研究基地四川省农业特色品牌开发与传播研究中心聚焦地方特色农产品品牌孵化与传播研究，引导师生组成团队开展各类涉农科研项目。校地合作方面，省级赛事平台“四川省农业创意设计大赛”与射洪等地政府农业部门开展合作，构建了“政府搭台、乡村出题、高校答卷、成果落地”服务乡村振兴新模式，在实践中引导学生关注大国三农，提升服务当地的技能。

4. 发挥学生主体作用强实践优化教学方法

教学方法是实现教育理念、教学目标与教学内容的工具与桥梁<sup>[12]</sup>。为确保课程思政知识目标、能力目标和素质目标的有机融合，体现学生主体地位，推动思政课教学入脑入心，教学团队在教学方法改革、专业实践等方面做了尝试。

教学方法改革层面，积极探索项目制教学方法，将本地需求和真实涉农项目引入课堂，如广告策划实践教学带着项目深入汉源九襄等地，服务农业产业和和美乡村建设。

广告学专业实操性更强，侧重培养学生的策划、宣传、运营、推广等核心能力<sup>[13]</sup>，专业实践层面一是教学团队以教师工作室和学生工作室为教学组织，聚焦乡村振兴、红色文化、非遗，问诊当地农民和涉农企业需求开展各类社会服务。二是学生以暑期社会实践、专业教学实践为载体，深入乡村，参与社会调研、

志愿服务等，直接参与地方经济文化改造项目。

## 四、教学改革取得的成果和反思

### 1. 教学探索取得的成绩

四川农业大学广告学专业基础课“市场营销学”被评为校级思政示范课程，荣获校级课程思政建设团队1个以模拟农产品网络营销为主线任务的“融媒体虚拟仿真实验项目”被评为省级一流课程。

专业教师带领学生承接“遂宁农产品质量安全中心汇品牌设计”等项目，引导学生做中学，提升责任感和专业技能。近四年来，四川省大学生农业创意设计大赛的赛事的选题成为了专业课程实训项目，企业业界和学术界人士参与思政教学评价，广告学师生创作的作品被农场主和涉农企业采用，服务雷波、等地，助力乡村振兴。

创新创业方面，广告学专业学生参加“挑战杯”等赛事，参赛项目来自于川渝地区的真实项目。聚焦于农产品产业发展、非遗发展等亟需解决的问题，参赛学生通过撰写调研报告、创作设计作品、制定推广方案等方式改造乡村。学生成立多家创业公司，为当地农场、纪念馆设计文创、制作海报和小程序，社会实践被《川观新闻》等媒体报道，实现了经济效益与社会效益双丰收。

### 2. 不足之处及努力方向

在地化教学的实施不局限于学校场域，授课者也不应局限于教师<sup>[14]</sup>。在地化课程思政教学实践中，校内外各类资源配置中协同育人的体系有待改进，如校内外专家学者的协同、学校的校内

学习和当地实践基地的协同，应该进一步寻找明确高校、政府、企业三者协同育人的机会点和利益点，推动人才培养不同利益主体的积极参与和互动合作。

在地化则更强调提倡在真实的情境中建构知识，帮助学生准确把握知识的理论逻辑和现实逻辑，实现学以致用<sup>[15]</sup>。政府企业的项目有自身的运行周期，而高校教学有自己教学计划，学生上课时间和地点固定，两者难免不同步；此外学生在以自己所学改造乡村提升技能时，大多以创新创业大赛获奖为成果导向，以致师生更多聚焦商业模式以及盈利模式的提炼和包装，对于其在产业中的转化有所忽视。解决之道在于引导高校与企业共建校内工作室，业界导师和校内导师就近及时对学生进行指导，与此同时不断完善创业孵化服务功能，推动创新创业项目从研究到落地、校内到校外的无缝对接。

## 五、小结

在地化教学号召教育营造扎根当地的教学文化，通过拓展教学资源空间和学生介入当地经济社会发展，提升学生对“地方”的认同感和责任感。四川农业大学广告学专业紧密围绕国家重大发展战略，紧扣乡村振兴中的品牌兴农人才培养，课程思政聚焦于“知农、爱农、兴农、强农”，联动高校、企业、地方政府三方主体，充分挖掘大国三农、品牌助农和红色文化三方面与广告学专业结合的高校内外课程思政资源纳入广告学专业理论和实践课程，平台、资源共享共建，拓展三全育人的外延，实现价值塑造、知识传授、能力培养“三位一体”的人才培养目标。

## 参考文献

- [1] 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.
- [2] 周路坦, 温群, 齐园圃, 李盈盈. 高职院校医学专业课程思政建设分析与改革路径研究[J]. 郑州铁路职业技术学院学报, 2022, 34(04): 68-72.
- [3] 宋慧娟. 智慧教育嵌入课程思政建设的价值蕴涵与路径探索[J]. 昆明理工大学学报(社会科学版), 2023, 23(01): 113-118.
- [4] 丁俊杰, 刘祥. 广告宣传也要讲导向[J]. 中国广播, 2017(4): 30-32.
- [5] 张晓晖. 在广告学专业核心课程群建设中强化教学团队建设的思考[J]. 产业与科技论坛, 2021(08): 251-252.
- [6] JACKSON P W. Life in classrooms[M]. New York: Teachers College Press. 1968. 177.
- [7] BANDINI J, MITCHELL C, EPSTEIN-PETERSON Z D, et al. Student and faculty reflections of the hidden curriculum: how does the hidden curriculum shape students' medical training and professionalization? [J]. American Journal of Hospice and Palliative Medicine, 2017(34): 57-63.
- [8] Sobel, D. Place-based Education: Connecting Classrooms & Communities[M]. Great Barrington: Orion Society, 2004: 7.
- [9] Smith, G.A.. Place-based Education[EB/OL]. 2020-07-17. <https://oxfordre.com/education/view/10.1093/acrefore/9780190264093.001.0001/acrefore-9780190264093-e-95>.
- [10] 刘笑男. 课程思政建设的研究与实践——以《广告策划与创意》为例[J]. 声屏世界, 2021(S1): 53-55.
- [11] 程曼丽. 谈谈新闻传播教育的“三观”[J]. 教育传媒研究. 2020(01): 47-48.
- [12] 常启云. 中国特色新闻学课程思政探究: 以郑州大学“新闻发布实务”课程为例[J]. 青年记者, 2021(3): 86-87.
- [13] 赵红艳. 新文科背景下传播学专业课程思政建设的实践路径探赜[J]. 黑龙江教育(理论与实践), 2023(11): 32-34.
- [14] Smith G.A. & Sobel, D. Place and Community-based Education in Schools[M]. New York & London: Routledge, 2010: 121-123.
- [15] 刘雨田, 陈时见. 美国在地化教学改革及其启示[J]. 外国教育研究, 2021. 2(48), 106.