

# 中华优秀传统文化与市场营销专业课程融合的路径及实践

王庆全

山东经贸职业学院, 山东 潍坊 261011

DOI: 10.61369/RTED.2025100039

**摘要：** 中华优秀传统文化是中华民族的精神根基，其融入市场营销专业课程是落实课程思政、培育德技并修高技能人才的重要途径。本文从教学优化、人才培养视角，剖析传统文化融入的多维价值，针对目标模糊、内容碎片化、方法单一等问题，提出目标引领、内容挖掘、方法创新、资源整合、评价保障五大融合路径，并以《品牌管理》课程为例，呈现“思政线”与“技能线”双线并行的立体化实践体系，为同类课程建设提供可复制的范式。

**关键词：** 中华优秀传统文化；市场营销；融合路径

## The Path and Practice of Integrating Excellent Traditional Chinese Culture with Marketing Professional Courses

Wang Qingquan

Shandong College of Economics and Business, Weifang, Shandong 261011

**Abstract：** Excellent traditional Chinese culture is the spiritual foundation of the Chinese nation. Its integration into marketing professional courses is an important path to implement ideological and political education in courses and cultivate high-skilled talents with both moral integrity and professional skills. From the perspectives of teaching optimization and talent training, this paper analyzes the multi-dimensional value of integrating traditional culture. Aiming at problems such as vague goals, fragmented content, and single methods, it proposes five integration paths: goal guidance, content excavation, method innovation, resource integration, and evaluation guarantee. Taking the course Brand Management as an example, it presents a three-dimensional practice system where the "ideological and political line" and the "skill line" run in parallel, providing a replicable model for the construction of similar courses.

**Keywords：** excellent traditional Chinese culture; marketing; integration path

### 引言

2020年教育部《高等学校课程思政建设指导纲要》明确指出必须抓好课程思政建设，解决好专业教育和思政教育“两张皮”问题，系统进行中华优秀传统文化教育、中国特色社会主义和中国梦教育等。在数字经济与文化自信双重驱动的时代背景下，市场营销专业作为连接商业实践与社会价值的桥梁，亟需以中华优秀传统文化为“精神锚点”，构建兼具文化厚度与专业深度的育人体系<sup>[1]</sup>。本文以《品牌管理》课程为实践载体，探索传统文化融入专业课程的有效路径，旨在培养既懂品牌运营规律、又具文化自觉的新时代营销人才。

### 一、中华优秀传统文化融入市场营销专业课程的价值维度

#### （一）对市场营销专业课程教学的优化价值

1. 内容重构：传统文化作为“活教材”的案例富矿

在《品牌管理》课程的“市场定位”模块，引入“同仁

堂”350余年坚守“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”的古训，将诚信为本的儒家思想转化为品牌核心价值，通过建立中药行业最高质量标准，精准卡位高端市场。学生在分析其“文化定位—品质支撑—情感认同”的逻辑链条时，掌握STP理论和品牌溢价源于文化认同的本质规律<sup>[2]</sup>。

2. 方法创新：从单向灌输到多维体验的课堂转型

基金项目：山东省艺术科学重点课题“课程思政视域下中华优秀传统文化融入市场营销专业课程路径研究”（项目编号：L2024Z05100450）；山东省教育科学规划课题“‘岗课赛证’融通下高职市场营销专业模块化课程体系研究与实践”（项目编号：2024JXY545）。

作者简介：王庆全（1983—），男，汉族，山东潍坊人，硕士，讲师、企业人力资源管理师，高级采购师，主要从事课程建设研究。

在讲解竞争策略时，以“田忌赛马”为切入点，引导学生从营销视角通过调整资源配置实现以弱胜强，对应现代营销中的“差异化竞争”与“资源精准匹配”理论。学生在角色扮演、策略推演中，既领悟传统文化智慧，又掌握SWOT分析、波特五力模型等工具的应用场景。案例教学法引入晋商“以义制利”、徽商“贾而好儒”等传统商帮的经营哲学<sup>[3]</sup>，实现现代营销中社会责任和关系营销的高度契合。

### （二）对市场营销专业人才培养的导向价值

#### 1. 能力提升：培育文化解码与创新转化双维素养

故宫文创团队将“千里江山图”“故宫瑞兽”等元素融入文具、彩妆，通过古典美学现代化、宫廷文化年轻化的创新，打造年销售额破10亿的文化IP<sup>[4]</sup>。学生在市场营销专业实习实训课中通过模仿其“文化元素筛选—现代消费场景适配—传播媒介创新”路径，掌握传统文化现代化转译的核心能力和创新能力。

#### 2. 职业赋能：打造文化营销的核心竞争力

随着国潮崛起，企业对文化营销人才的需求激增。具备传统文化素养的学生，能够精准捕捉“Z世代”对文化认同的消费诉求。如分析“花西子”如何将雕花口红与东方彩妆美学绑定，通过“文化叙事—产品体验—社群运营”的闭环，实现从本土品牌到国际品牌的跨越。这种“文化洞察力+营销执行力”的复合能力，使学生在就业市场中具备差异化优势。

## 二、中华优秀传统文化融入市场营销专业课程的现实困境

### （一）目标层面：融合深度不足，存在“两张皮”现象

部分教师对课程思政理解停留在“知识点+文化标签”的浅层次叠加，如讲解品牌定位时仅提及同仁堂是老字号，未深入分析其文化定位策略与现代营销理论的契合点。这种“形式融入”导致文化育人功能被弱化，学生难以形成“文化—专业—职业”的连贯认知。

### （二）内容层面：资源碎片化，缺乏逻辑整合

现有教学中，传统文化元素多以零散案例形式出现，未形成贯穿课程的“文化主线”。例如，诚信理念在品牌定位、客户关系、危机管理等章节重复出现，但未建立“诚信文化—品牌资产—企业绩效”的理论模型；创新思想在不同章节分别对应产品设计、传播策略、商业模式，但缺乏对“传统文化中创新思维谱系”的系统梳理。这种碎片化导致学生对传统文化的理解停留在表面，难以转化为深层认知框架<sup>[5]</sup>。

### （三）方法层面：体验感缺失，教学效能待提升

传统讲授法难以激活传统文化感染力。统计显示，采用纯讲授方式时，学生课堂互动率仅23%，而引入案例讨论、情景模拟后提升至78%。部分教师受限于重理论轻实践的惯性，未充分利用数字化工具（如VR技术还原古代商街场景、AR技术实现文物与产品的虚拟融合），导致传统文化在课堂中呈现为遥远的历史符号，而非可触摸、可参与的活态文化。

## 三、中华优秀传统文化融入市场营销专业课程的实施路径

### （一）目标引领路径

其一，培养学生的文化自信。中华优秀传统文化源远流长、博大精深，是中华民族的精神命脉。通过将传统文化融入专业课程，引导学生深入探究其内涵与价值，感受独特魅力，从而增强对民族文化的认同感与自豪感，牢固树立文化自信。其二，培育学生的职业道德。中华优秀传统文化中蕴藏着丰富的道德规范与价值观念，如“诚信为本”“和气生财”“义利兼顾”等。将这些理念融入市场营销专业课程，有助于塑造学生诚实守信、敬业奉献、公平竞争的职业道德。其三，提升学生的创新能力。传统文化中蕴含着丰富的创新思维与智慧，如“穷则变，变则通，通则久”的变革思想。在市场营销专业课程中，引导学生从传统文化中汲取创新灵感，将传统文化元素与现代市场营销理念有机结合，培养学生的创新思维与实践能力。

### （二）内容挖掘路径

中华优秀传统文化源远流长、博大精深，蕴含着深邃的哲学思想、崇高的道德观念以及独特的人文精神，这些元素与市场营销专业课程所蕴含的思政教育目标高度契合。以《论语》“己所不欲，勿施于人”为例，这一理念可转化为市场营销中产品设计、客户服务阶段的客户中心思想，融入这一思政元素，能让学生理解市场营销本质，培养服务意识与职业道德。“商鞅变法”让学生知晓唯有不断创新推出契合市场需求的新产品与新服务，坚持诚实守信，才能树立良好的企业形象，进而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

### （三）方法创新路径

在市场营销教学中，创新教学方法实现传统文化与专业知识深度融合。案例教学法以“瑞蚨祥”为例，梳理其发展历程，引导学生分析品牌文化中的传统文化元素及借鉴意义，辅以反面案例强化认知，培养市场分析能力与正确价值观。情境教学法创设传统节日促销、文化体验等情境，如中秋节促销策划，借助多媒体与角色扮演，让学生感受传统文化在营销中的应用价值，提升实践与创新能力。项目教学法布置以传统文化为主题的营销项目，学生围绕传统手工艺品等开展调研，从产品定位、包装设计到营销策略，融入传统文化元素与现代营销手段，教师指导辅助，最终实现知识融合，培养多种能力与文化传承意识。

### （四）资源整合路径

通过整合校内外教学资源，营造“理论浸润+实践赋能”的立体化文化育人环境。校内依托图书馆构建传统文化专题资源库，以经典诵读、商业文化讲座等活动筑牢理论根基；校外联动老字号企业、非遗传承中心等，将品牌文化解析、非遗产品营销实战嵌入教学，让学生在企业高管授课、文创项目实操中，直观感受文化赋能商业的逻辑，在沉浸式体验中培育文化传承意识与营销创新能力，实现传统文化从知识积淀到实践应用的深度转化。

### （五）评价保障路径

构建多维度教学评价体系。教学目标上，通过问卷调研、学生互评及教师评价，对比学习前后的文化认同感数据、评估小组项目中的协作创新表现；教学内容上，分析教学大纲与教材的融合度，结合课堂讨论、案例分析题等检验学生对“文化+营销”知识的运用能力；教学方法上，通过课堂观察、学生访谈评估案例法、情境法、项目法的实效，关注学生参与度与反馈<sup>[6]</sup>。保障机制方面，聚焦经典解读、专业融合点及教学创新定期开展传统文化培训，提升教师素养，建立教学督导、听课评课、学生评教结合的质量监控体系，确保传统文化与专业教学深度融合、协同增效。

## 四、市场营销专业《品牌管理》课程实践

### （一）课程思政建设总体设计情况

#### 1. 课程思政建设依据、方向和重点

课程立足市场营销专业为区域经济社会发展服务、培养“德技并修”的高技能营销人才任务目标，“有职业道德、有工匠精神、有家国情怀”思政线和“懂品牌、擅策划、精传播”技能线双线并行，助力培养具有远大职业理想、高尚职业操守、强烈社会责任感和使命感、德技并修的高技能人才。

#### 2. 课程思政建设目标与内容体系

课程思政内容建设以知识传授为基础，能力培养为根本，价值引领为核心，有机融入“1-2-3-4”课程思政建设思路，即：1个初心：立德树人，2条主线：社会主义核心价值观和中华优秀传统文化，3大任务：传授知识、培养能力、塑造价值，4个维度：理想信念教育、心理品质教育、德法兼修教育和经世济民教育。

### （二）课程思政教学实践情况

#### 1. 深入挖掘课程思政资源，实施动态更新机制

坚持社会主义核心价值观体系和中国优秀传统文化教育，以学生为中心，围绕理想信念教育、心理品质教育、德法兼修教育和经世济民教育等关键层面，深入挖掘课程思政资源，融入教育教学全过程。实施课程思政资源动态更新机制：应用—反馈—整改—优化—更新。在教学实践中进行验证应用，不断反思、完善、调整和优化，融入新要求、新理念、新技术、新发展，保

证课程思政资源与时俱进。

#### 2. 积极完善课程思政内容体系

课程教学内容设计基于工作过程，设计品牌培育、品牌运营、品牌维护三个模块单元，分为3大模块、9个学习项目，同时以“寻找优秀民族品牌、讲好中国品牌故事”，确定了9个思政活动主题。教学过程中，创设学生喜闻乐见的课程思政教学情景和思政素材，精选百余个中国民族品牌案例，注重思政案例素材的新鲜性和代表性。

#### 3. 持续改进课程思政教学模式与方法

实施线上线下混合式教学，构建“双线三环三阶递进”教学模式。以真实项目为载体，思政线、技能线双线并行，理论学习、虚拟演练、真枪实战三环融通，品牌培育、品牌运营、品牌维护三阶递进，实现工作流程与教学流程对接，由单一到综合，全面提升学生职业能力。

### （三）课程评价与成效

课程构建“双核三段四维”课程评价体系，采取过程性考核和结果考核、综合评价和增值评价相结合的多元化考核评价方式。经过多年努力，课程获批省职业教育在线精品课程、继续教育数字化共享课程精品课程，市“课程思政”精品课程；获评畅享供销·课程思政全国教学展示活动获二等奖、省高校创新创业类精品微课比赛获特等奖、省高校青年教师教学比赛二等奖、省职业院校教学能力大赛三等奖。

### （四）课程特色与创新

#### 1. 课程思政引领，品牌自信贯穿课程始终

课程有机融合社会主义核心价值观、中华优秀传统文化、民族精神、爱国主义，在中国优秀民族品牌的探寻中，重点讲好“中国品牌故事”，树立品牌自信。将思政教育“基因式”融入专业教学，实现了核心价值观引领、工匠精神培育、职业素养提升、企业文化融入的内在统一。

#### 2. 双管齐下、思政融入，实现资源建设创新

依托真实项目，贯穿思政线和技能线，引入知识图谱思政点、AI助教讲品牌故事，与数字时代同频共振，拓学案例库展现中国力量，课程思政如盐入味。实施“应用—反馈—整改—优化—更新”的课程思政资源动态更新机制，保证资源新鲜性和代表性。

## 参考文献

- [1] 李凌. 国际市场营销课程思政教学改革探索—基于中华优秀传统文化视角[J]. 对外经贸, 2020(4):134-137.
- [2] 王忠宝. 中华优秀传统文化在高校思想政治教育中转化与创新探究[J]. 黑龙江高教研究, 2018, 36(12):129-132.
- [3] 蔡向阳, 郑柏松. 优秀传统文化融入工匠精神培育的必要性与可行性研究[J]. 黄冈职业技术学院学报, 2021, 23(2): 72-74.
- [4] 宫成伟. 美美与共, 以美载道: 基于高职院校传承中华优秀传统文化美育平台建设研究[J]. 大众文艺, 2021(7):186-187.
- [5] 许小军. 高校课程思政的内涵与元素探讨[J]. 江苏高教, 2021(3):102.
- [6] 许家焯. 论课程思政实施中德育元素的挖掘[J]. 思想理论教育, 2021(1):72.