

基于中华优秀传统文化的市场营销课程教学改革新探

陈层

河南中医药大学, 河南 郑州 450000

DOI:10.61369/ECE.2025060008

摘 要 : 中华优秀传统文化具有显著的育人优势, 其与高校市场营销课程教学的融合, 能够推进高校立德树人根本任务的完成。如何在教学过程中, 基于市场营销专业课程的特点, 融合专业教学与中华优秀传统文化以深化教学改革是目前市场营销专业教师面临的重要课题。基于此, 文章简要概述市场营销专业特点, 分析融入中华优秀传统文化的价值与原则, 并在此基础上提出具体的融合路径, 期望能为广大教育工作者提供些许参考。

关 键 词 : 传统文化; 市场营销; 专业教学

A New Exploration on the Teaching Reform of Marketing Courses Based on Excellent Traditional Chinese Culture

Chen Ceng

Henan University of Chinese Medicine, Zhengzhou, Henan 450000

Abstract : Traditional Chinese culture has significant educational advantages. Its integration with the teaching of marketing courses in colleges and universities can promote the fulfillment of the fundamental task of fostering virtue through education in colleges and universities. How to integrate professional teaching with excellent traditional Chinese culture to deepen teaching reform based on the characteristics of marketing professional courses in the teaching process is an important issue faced by current marketing professional teachers. Based on this, the article briefly outlines the characteristics of marketing as a major, analyzes the value and principles of integrating excellent traditional Chinese culture, and puts forward specific integration paths on this basis, hoping to provide some reference for educators.

Keywords : traditional culture; marketing; professional teaching

引言

党的二十大报告强调要传承中华优秀传统文化, 加快建设教育强国。中华优秀传统文化源远流长, 是中华民族瑰宝, 其中暗含着丰富的育人元素。随着时代的海曙发展, 传统文化在不断的扬弃中显现出新的活力。长期以来, 专业课教师的教学重点大都放在对学生专业知识以及职业能力的培养上, “育人” “育才” 层面的考虑比较少。将中华优秀传统文化融入课程教学, 发挥课堂主渠道育人功能, 已经成为高校教育教学工作的重中之重^[1]。

一、市场营销课程教学中融入中华优秀传统文化的价值

(一) 课程价值体系重构的需要

市场营销课程价值趋向根植于西方价值体系, 其中蕴含的营销理念、课程思想等自然夹杂着西方的文化背景。这在一定程度上会影响大学生的思想与三观。并且我国的营销学的起步较

晚, 营销学底蕴积累不够深厚, 课程中蕴含的思政元素未能得到彰显。除此, 改革开放以来, 各种文化思潮的涌入, 对社会主义核心价值观也带来了一定冲击^[2]。市场营销课程教学过程中, 融入中华优秀传统文化, 能够引导学生坚定社会主义核心价值观, 批判地吸收西方经济管理思想。

(二) 培养大学生的人文精神

传统文化蕴含着丰富的人文精神, 这种人文精神具有强大的

文化力量，对于学生的全面发展具有深远影响。人文精神强调做人的道德、至善的目标，主要体现为与人为善的人道精神，自强不息的人生态度，以及天人的理想境界。因此，借助中华优秀传统文化，培养学生人文精神，提高学生的人文素养，促进学生形成自强不息、修身养性的人生态度以及精忠报国、修齐治平的爱国精神，促进学生的健康成长与全面发展^[3]。

二、中华优秀传统文化与市场营销课程教学融合原则

（一）辩证原则

市场营销专业课程教学中传统文化的融入应当遵循辩证原则。将传统文化一味地融入课堂教学既不现实也不符合教学规律。因此，需要教师在教学过程中发挥主观能动性，基于学情分析对传统文化进行有针对性的筛选。只有汲取精华，弃其糟粕才能实现融合的正向价值。例如，中华优秀传统文化中的“民本”思想，与市场营销中的“顾客导向”理念有着异曲同工之妙。在激烈的市场竞争环境下，企业与营销人员必须以满足顾客需求为出发点，为顾客提供专业的建议，解决顾客的问题，杜绝强买强卖等损害顾客权益的行为^[4]。

（二）与时俱进原则

不同时代的思想文化特色有所不同，市场营销专业课程教学中渗入中华优秀传统文化，应当与当下的社会环境与人才需求相匹配。中华优秀传统文化中蕴含的思想精神，时至今日对高校学生的发展仍有重要指导作用。但是，某些元素与现代社会脱节。因此，在市场营销专业课程教学中融入中华传统文化应当结合时代发展，赋予传统文化新的内涵，在新时代的商贸发展中发挥更加积极的作用。

三、市场营销课程教学中华优秀传统文化融入的路径

（一）树立正确营销理念，融入儒家文化精华

“仁义礼智信”是儒家所倡导的核心理念，尽管历经千年仍对当下的市场营销活动有着深刻影响。首先，站在理念角度，可以将“仁”这一理念贯穿于市场营销中。在市场营销活动中“仁”体现在对顾客发自内心的关怀。因此，教学过程中，教师应引导学生学会换位思考，培养学生的人文关怀意识，与客户进行深入交流，建立稳固的信任关系。其次，制定以“义”为特征的营销原则。儒家文化中“见利思义、以义求利”的“义利合一”思想为营销活动的开展提供了理念指引。这意味着社会、企业、客户三者之间是相互依存的利益共同体，应当建立三者良性的合作发展秩序。与此同时，将“义”这一显著特征融入市场营销原则制定中，旨在引导学生树立互利共赢的正确观念，以实现自身经济利益与社会效益的和谐共生、协同发展。再者，以“礼”为基础，构建兼具规范化、有序化的营销环境。“不学礼，无以立”的含义是立身处世应当建立良好的人际关系。因此，在企业市场竞争不仅局限于在产品与服务层面，同时也要重视遵礼守礼，知法守法^[5-6]。最后，明确“智”的营销战略。儒家推崇

“智”对于万物认知的重要性。市场营销课程教学活动中，无论是分析市场现状还是制定营销策略、开展市场竞争等环节都注重对学生智育的培养。儒家对“智”的推崇，与市场营销课程人才培养目标高度契合。除此，诚实守信乃立身之本。诚信是企业良好形象与信誉的基石。因此，遵循以“信”为核心的市场营销准绳，让学生深刻意识到只有提供货真价实的产品与服务才能赢得市场。

（二）深挖中华优秀传统文化元素，融合专业教学

《高等学校课程思政建设指导纲要》（以下简称《纲要》）作为高校教育改革的重要指导方针，引领着高校正确发展方向。《纲要》对高校教师队伍打造、课程建设与课堂教学创新等提出了具体要求，以此为依托，教师才能明确自身职责并积极履行，将课堂教学的育人作用发挥得淋漓尽致，以此筑牢课堂育人主阵地，这样，才能促进思政课程与专业课程深度融合，以形成强大的协同育人合力，最终实现事半功倍的育人效果，为实现“三全育人”目标奠定坚实的基础，从而打造育人新生态。

高校市场营销专业课教师应立足课程思政理念，立足课堂教学，将课堂育人的主渠道作用充分发挥出来，与此同时，深挖专业课程内容深处隐藏的中华优秀传统文化元素，精准把握行业对市场营销人才的要求，以适应现代经济发展需求。落实到教学实践，教师应将古代“儒商”文化与社会主义市场经济原理融入教学，并深挖教学内容中隐藏的公平、诚信、友善等中华优秀传统文化元素，旨在让学生深刻领悟中华优秀传统文化的核心内涵并精准把握其时代价值与现实意义，以培养出更多中华优秀传统文化的主动传承者与弘扬者，坚定学生自信^[7]。

值得一提的是，基于中华优秀传统文化创新市场营销课程教学并不能仅仅局限于表面或者生硬融入，这就要求教师应明确课程教学大纲，探寻教学内容与传统文化的内在契合点，并采取多元化的教学方法，挖掘教学内容中的育人元素，充分发挥专业课堂的育人实效。

（三）采用多样化教学方法，激发学生学习兴趣

市场营销课程教学中融入中华优秀传统文化，是高校培养高质量人才，实现教学目标的重要举措。而在此过程中教师可以根据具体的教学内容选择不同的教学方式。首先，多媒体教学。依托学生感兴趣的多媒体技术，将枯燥的中华优秀传统文化内容以音频、图像等生动形象的形式呈现出来，旨在引导学生进一步了解中华优秀传统文化的精神内核，让他们对其核心理念有更深刻的认知。其次，案例教学法。教师可以引入真实案例，通过为学生创设逼真情境，让他们全身心地置身于其中深刻探究中华优秀传统文化在市场营销各环节所发挥的重要作用并认真思考其对当代营销所产生的重要影响，让学生从中获得启示，以此来提升他们的创新能力。再者，组织开展丰富多彩的实践活动。教师可以带领学生实地参观历史文化遗址或者博物馆、爱国主义基地等，让他们身临其境地直观感受中华优秀传统文化的独特魅力。最后，开展项目设计及其相关活动。教师可以引导学生基于正确中华优秀传统文化价值观的引领创新设计市场营销方案，在提升他们实践能力的同时培养其良好的团队协作精神。

（四）根据课程教学目标，灵活运用教学方法

在教育改革背景下，强调对学生综合素养的培养。在市场营销课程中融入中华优秀传统文化，能够实现以“文”化人的教学目的。笔者将具体从市场营销环境教学、消费者市场购买行为教学、目标市场营销战略教学中华优秀传统文化的融入展开分析。

其一，市场营销中，企业需要结合自身产品明确市场定位，打造品牌形象，提高消费者的认可度，增强产品的市场竞争力。以“邦迪”和“创口贴”为例，“邦迪”是美国强生公司的产品，“创口贴”是云南白药公司旗下的产品。“邦迪”进军中国市场给“创口贴”造成了很大的冲击。云南白药公司迅速寻找突破口，发挥公司优势，最终决定在产品中加入中药成分。产品一经推出，迅速夺回市场，成为创可贴市场的第一大品牌^[8]。其二，产品是市场营销的核心因素，企业与市场的关系由产品来连接，产品策略是整个营销策略得以顺利推进的基石。近些年，越来越多的中国品牌，围绕创新、优质、民族特色等向知名品牌转变，成为代表国家形象的名片。例如，“相宜本草”产品设计过程中融入了中医药文化与古典文化。“相宜本草”便融入了苏东坡的名句“淡妆浓抹总相宜”，让消费者联想到美景、美人。“本草”二字，则能够使人联想到《本草纲目》，与化妆品中中药护肤优势相得益彰，

成功地塑造了企业品牌形象^[9]。

（五）加强教师队伍建设，提升教师文化育人素养

高校应当加强教师队伍建设，使得教师肩负起教书育人的重要使命，推进立德树人根本任务的落实。为此，高校可加强专业课教师思政专项培训，开拓教师的视野，提高专业课教师的人文素养，继而通过言传身教在潜移默化中，引导大学生塑造健康的人格；联合合作企业，组织教师到企业进行社会实践，丰富教师的实践经验，提高教师综合育人能力。同时，教师自身也应当强化学习能力，深入钻研专业知识，挖掘其中的中华文化元素，并将其融入专业课教学^[10]。在此基础上，教师要完善专业课教学设计，构建专业课程思政理论体系，实现与思政课协同育人。

四、结束语

综上所述，市场营销专业课程教师需要发挥自身主观能动性，通过树立正确营销理念，融入儒家文化精华、深挖中华优秀传统文化元素，融合专业教学、采用多样化教学方法，激发学生学习兴趣等方式，提炼中华文化中的精华，并借此实现市场营销课程的创新性发展。

参考文献

[1] 孙熠涵. 市场营销课程教学中中华优秀传统文化的价值融入 [J]. 郑州师范教育, 2025, 14(01): 21-24.
[2] 郭国庆, 王紫依. 中华优秀传统文化推动新时代营销创新 [J]. 企业管理, 2024, (05): 12-16.
[3] 汪洋. 中华优秀传统文化视角下高职《市场营销》课程思政教学研究 [J]. 天津商务职业学院学报, 2023, 11(06): 81-87.
[4] 肖志雄. 中华优秀传统文化融入服务营销教学的意义与途径 [J]. 对外经贸, 2023, (06): 151-154.
[5] 郭国庆. 坚定文化自信推进营销教学改革创新 [J]. 中国高等教育, 2021, (05): 54-55.
[6] 胡良惠. 中华优秀传统文化融入专业课程教学改革新探——以市场营销课程为例 [J]. 邵阳学院学报(社会科学版), 2020, 19(6): 108-111.
[7] 匡晶. 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]. 电脑校园, 2020(11): 4237-4238.
[8] 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.
[9] 李晓颖. 高职市场营销专业课程教学与中华优秀传统文化相融合的探索及实践 [J]. 科学咨询, 2022(17): 161-163.
[10] 李鸿飞, 张俊娟, 秦家瑞. 中华优秀传统文化在市场营销课程思政建设中的应用 [J]. 时代教育, 2024(2): 7-9.