

推销策略与艺术课程思政教学的探索与实践

王 璐, 赵 敏

(安徽开放大学 经济与管理学院, 合肥 230022)

摘要:基于推销策略与艺术课程人才培养要求和学员情况的分析,从专业课课程思政的目标任务切入,探索课程思政的实现路径,提出了政策引领法、案例教学法、视频观摩法、线上线下相结合的混合式教学法等专业课课程思政教学策略和方法。

关键词:课程思政;思政元素;案例教学;推销策略与艺术

中图分类号:G641;G728

文献标识码:A

文章编号:2097-0625(2022)03-0056-05

一、引言

2020 年 5 月,教育部印发的《高等学校课程思政建设指导纲要》指出,专业课程是课程思政建设的基本载体。要深入梳理专业课教学内容,结合不同课程特点、思维方法和价值理念,深入挖掘课程思政元素,有机融入课程教学,达到润物无声的育人效果。经济学、管理学类专业课程,要帮助学生了解相关专业和行业领域的国家战略、法律法规和相关政策,引导学生深入社会实践、关注现实问题,培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养^[1]。这为开放大学专业课程如何开展课程思政指明了方向。

推销策略与艺术课程系统介绍了推销的基本原理和策略技巧。课程知识体系中蕴含了丰富的中华优秀传统文化内容和精深思想,授课教师可以从专业行业发展历史、专业行业内模范人物先进事迹以及国家战略、法律法规和现代商业社会舆情热点中挖掘出大量的课程思政元素。此外,由于推销人员经常与客户打交道,通过他们可以把爱岗敬业、文明友善、诚实守信、遵纪守法的理念和做法传递给他们所接触的人群,从而为社会的文明与进步做出贡献。所以从课程性质来看,推销策略与艺术课程思政的探索和实践对形成全员、全过程、全方位育人氛围能够起到有力的推动作用。

二、课程思政教学设计背景分析

(一)人才培养要求

推销是一种经济活动,也是一项专门的技术。推销是现代企业拓展市场的利器,是商品价值最终实现的重要保证。产品销售是企业竞争优势的一个重要组成部分,产品销售的成功与否直接决定着产品的命运和企业的兴衰存亡。企业推销人员的能力与业绩,对企业、对推销人员个人都有着至关重要的意义。

高素质的推销人员要有家国情怀,必须具有良好的客户服务意识、强烈的社会责任感、严谨细致的工作态度与工作作风;具有遵纪守法、诚实守信、爱岗敬业以及开拓创新、勇于探索的精神,时刻坚守职业道德修养;具有自主学习能力、人际沟通能力和团队合作能力^[2]。这也是这门课程的人才培养要求。

(二)学员情况分析

2021 年春季学期,本课程的全国选课人数是 12 482 人,安徽分部的选课人数是 601 人,学习本课程的学员较多。此外,学习本课程的学员职业背景主要分为三类:一类是从事与销售相关的工作;第二类是从事与销售无关的工作,出于其他需求,选择了本专业;第三类学员暂时未就业。其中从事与销售相关工作的学员占比较多。

专业课课程思政,实质上是为了达到“德能相长”的功效。对于从事与销售相关工作的学员而言,因为

收稿日期:2021-11-16

基金项目:安徽省高等学校省级质量工程项目“推销策略与艺术课程思政示范课程”(项目编号:2020szsfkc0208);安徽省高等学校省级教学示范课“推销策略与艺术”(项目编号:2020SJJSFK0464)

作者简介:王 璐(1985—),女,回族,安徽合肥人,副教授,硕士。研究方向:远程教育、高等教育、市场营销。

他们的专业知识、价值观和职业素养会直接影响他们与客户之间的关系以及客户的选择与决定,同时还对他们推销的产品品牌有重要影响。因此,通过在专业课教学中融入思政元素,帮助学员建立以满足顾客需求为前提,以顾客满意为目标的现代推销观念,灵活运用各种推销原理和推销技巧,提高职业素质,十分必要。

而对于其他两类学员,由于成人高等教育的学员已经成人,推销策略与艺术课程中蕴含的诸如诚信、友善、自信、专业等思政元素对他们的价值观有重要影响,他们的政治素养影响着一个家庭的发展,保证着一个工作岗位的成效。开展课程思政教学同样十分必要。

三、课程思政教学设计

(一)设立课程思政教学目标

立德树人的教育根本任务要求我们在专业课教学中不仅要传授知识、培养能力,还要把社会主义核心价值观融入课堂教学中,引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观。因此专业课教学既要强调传授知识、培养技能的教学目标,还要考虑价值引领^[3]。

教材内容共 11 章,在深入分析每一章内容之后,挖掘出每一章节蕴含的思政元素和所承载的育人功能,然后,根据挖掘出来的思政元素确定本章节的课程思政教学目标。如表 1 所示。

表 1 推销策略与艺术课程主要教学内容和课程思政教学目标

章节名称	章节主要内容	课程思政元素	课程思政教学目标
第一章 推销概述	本章是课程的开篇,主要内容包括推销的概念;推销四要素及其关系;推销观念;推销活动的基本流程;推销员的职责、素质和能力。	科学观念 诚信	帮助学生树立科学的观念,系统地掌握现代商品推销的基本知识;认识推销技巧在企业供应、生产、销售三个环节中的重要地位。要求学生充分认识到推销员的基本素质之一是高度的诚信。
第二章 客户分析与 推销模式	客户的类型;客户购买心理分析;推销方格和客户方格理论;推销模式。	工匠精神	要求学员要站在客户的角度看问题,用工匠精神去洞悉客户的需求。针对不同客户采取不同的推销策略,打造优质的客户体验。培养学生坚持不懈的工匠精神。
第三章 推销沟通与 推销礼仪	沟通要素与沟通原则;不同沟通方式的沟通策略;推销人员的仪表、仪态、礼仪;推销访问中的商业礼仪。	文明 诚信	在沟通中,推销人员要通过仪表、仪态、品格来塑造自身的魅力,树立良好的个人形象;通过细节彰显文明。 同时要让学员充分认识到诚信原则是推销沟通中最重要的原则,只有诚实守信,才能赢得客户的信任。培养学生诚实守信的营销素养。
第四章 客户的寻找与评估	寻找客户的含义、程序与原则;寻找客户的方法;客户评估。	创新	鼓励学员在寻找客户时要有重点、有特色;要求学员具备严谨细致的态度、热爱工作的精神,与时俱进,不断创新寻找客户的方式方法。培养学生创新意识和创新精神。
第五章 推销接近	约见客户的内容与方式;接近客户的方法与策略;与客户建立和保持良好关系的原则。	自信	在推销接近阶段可能会遇到各种困难,推销人员在推销过程中要建立信心,做好推销准备工作,充分理解客户,善于调整自己。鼓励学员坚持不懈、正确运用接近方法与艺术。
第六章 推销洽谈	洽谈前的准备;洽谈的原则和内容;洽谈策略;洽谈艺术。	诚信 专业	要求学员要充分认识到诚信原则是洽谈的基本原则之一,信誉是推销的法宝。 推销人员要真实地向客户传递推销信息,卖真货。这就要求推销人员必须十分专业,要掌握所在行业的专门知识和有关产品的专业知识,才有可能真正满足客户需求。

续表 1

章节名称	章节主要内容	课程思政元素	课程思政教学目标
第七章 异议处理	对客户异议的分析和认识； 客户异议的类型与分析；客户异议的处理艺术。	耐心 友善	在社会主义核心价值观中，“友善”是公民维系良好人际关系和社会关系的基本道德规范。“友善”要求我们的推销人员能够站在客户的立场思考问题，正确认识并妥善处理客户异议。当遇到顾客异议时，推销员应该沉着冷静、耐心讲解，直到消除异议，最终培养学生冷静分析和解决问题的能力。
第八章 促进成交	成交信号与成交的基本条件；成交的策略；促进成交的方法。	积极主动	成交是推销过程中最重要的一个环节，是推销活动的最终目的。推销人员要善于识别各种成交信号，及时把握成交时机，当时机成熟时，推销人员应主动提出成交的要求。
第九章 成交管理	买卖合同的内容与履行；成交后的工作。	法律意识 职业道德	合格的推销人员必须学会准确、慎重地签订合同。推销人员必须熟练掌握签订买卖合同的基本知识和规则。因此，要求学员要提高销售的法律意识，降低买卖合同的签约风险。 此外，学生收集客户信息、建立客户档案要具有严谨细致的工作作风，保护客户信息安全，强调养成遵纪守法以及良好职业道德。
第十章 店面推销	店面推销概述；店面推销策略。	文明 服务意识	文明礼仪是个人素质、教养的体现，推销人员在店面推销的过程中要注意和客户交往的分寸，要注意给客户私人空间。 销售人员必须注意个人的穿着和打扮，保持良好的精神状态和积极的工作态度，把最好的一面呈现给顾客。 注重培养学生认真工作的精神和主动服务顾客的意识。
第十一章 推销管理	推销人员的自我管理与我提升；推销的组织与管理。	诚信 爱岗敬业	要求推销人员在推销的过程中对客户讲究信用、诚实不欺；同时确保公司资产安全、诚实地制作工作报告、不要泄密给竞争对手等等。

(二)合理设计课程思政教学内容

1. 从知识点中挖掘思政元素

在每一章节的教学过程中，首先根据知识点挖掘出课程思政元素，然后再去收集、整理这个思政元素背后的故事、案例，并融入课堂教学中。如第四章《客户的寻找与评估》介绍了寻找客户的方法，这一章节课程思政主要元素是创新，因为对推销人员来说，最艰巨的工作可能就是寻找客户，随着科学技术的不断进步与发展，寻找客户的方式越来越多，这就要求我们的推销人员要与时俱进，不断地学习和创新。

在课堂授课时，可以选取诸如“牧民太平哥通过快手平台销售草原农特产品，成为快手幸福乡村带头

人”这样的案例来给予学生启发。太平哥在销售的过程中不断开拓新的思路，勇于尝试，敏锐地抓住了直播带货的机遇。究其背后的原因，正是太平哥不断学习和创新的精神，使得他能够从最开始直播时说汉语需要翻字典、请朋友帮忙翻译到自己可以直播两个小时也能滔滔不绝。并且在直播内容方面结合实际不断优化创新，保证产品货真价实，这些都是他取得成功的原因。

2. 进行知识模块重组

通过梳理教材发现，不同章节会涉及相同的思政元素，例如，教材的第一章、第三章、第六章和第十一章都涉及“诚信”这个思政元素，所以，在教学中我们

就诚信这个思政元素所挖掘出来的教学素材开展了一次题为“推销人员如何恪守诚信”的主题教学。主要内容从诚信销售现状、推销人员为什么要恪守诚信以及推销人员如何恪守诚信三个方面展开。

(1)分析诚信销售现状。通过列举“奔驰女车主哭诉维权”“辛巴燕窝事件”等社会热点话题,并借助行业数据说明社会上存在很多不诚信销售的现象。

在教学过程中着重介绍社会热点话题“辛巴燕窝事件”。“辛巴燕窝事件”从发生到终局裁决,历时近一年,虽然从最终裁决的结果来看,所有的经济损失由广州某贸易有限公司承担,但是在事件发生的一年多时间里,燕窝事件导致辛巴个人和公司口碑名誉受损严重,损失惨重。造成这起事件的主要原因在于选品管控方面。目前直播带货中出现假货的大部分问题集中在供应商和选品环节,这两个环节的失误会直接影响带货的商品质量。尤其是在燕窝这样本身标准不统一的非标领域,不同的检查标准下,存在不同的结果,选品管控不严谨,就会导致误导消费者,失信于消费者。

通过该事件,让学生明白直播带货时提供服务的电商平台有审查的责任和义务,对店家资质、信息真实性、完整性要审核,对卖家卖的货要有留存记录。

(2)分析推销人员为什么要恪守诚信。诚信销售是法律的要求,也是我们的祖先在漫长的历史实践中总结出来的行之有效的道德规范,教学中借助政策法规和生活中的案例说明诚信销售能够让企业和个人处处获益。

(3)总结归纳推销人员如何恪守诚信。应从三个方面入手:培养推销人员从内心认同、敬畏诚信,做到内诚于心;推销人员应锤炼过硬的业务素质,做到外信于人;推销人员所在的公司应多举措规范销售人员的行为。

通过本次课程学习,让学生了解推销技巧和诚信销售之间的关系,理解诚信销售的含义,能够准确分析导致推销失信的原因,并在推销过程中有效规避失信风险。同时还要求学生充分认识到诚信原则是推销沟通中最重要的原则,只有诚实守信,才能赢得客户的信任。推销人员要掌握所在行业的专门知识和有关产品的专业知识,真实地向客户传递推销信息,卖真货,树立守信为荣、失信可耻的道德观念,践约守信,诚实做人。

通过主题式教学有利于促进知识点的深入学习,提高学生的职业认同感。

(三)教师教学行为的课程思政

2014年9月9日,习近平总书记同北京师范大学师生代表座谈时的讲话指出:“好老师应该取法乎上、见贤思齐,不断提高道德修养,提升人格品质,并把正确的道德观传授给学生。”^[4]

作为专业课教师,要通过自己的言行举止给学生树立榜样,在授课的同时,以自己的人格魅力赢得学生的尊重,进而潜移默化地影响学生的人生观。例如教师在选取教学案例的时候要具备甄别真假信息的能力,能够对网络信息去伪存真,对错误言论能够进行有力的抵制和批判。

教师还应时刻关注与学科专业相关的社会热点话题,能够运用马克思主义唯物辩证法剖析问题,提高科学理论对社会生活热点问题的指引和批判作用,促进学生对生活热点问题的正确认识^[5]。

这些都是教师教学行为课程思政的体现。

四、课程思政的教学策略和方法

(一)政策引领法

政策引领法是指将国家政策作为课程思政的重要内容融入课程教学,例如在进行“推销人员如何恪守诚信”的主题教学时,给学生传达最新的国家政策:“中国银保监会办公厅关于落实保险公司主体责任加强保险销售人员管理的通知(银保监办发〔2020〕41号)”指出,要严格从业管理,建立销售人员诚信体系。教师通过对政府政策的传递和解读,对学生能够起到警示作用。

(二)案例教学法

案例教学法是教师与学生直接参与,共同对案例或疑难问题进行讨论的教学方法。案例教学能够培养学生的创造力以及实际解决问题的能力,教学案例来源于实际生活情景,针对实际案例展开的学习与讨论可以使学生在经验和活动中获得知识,增进才干,还可以通过对案例的讨论与分析,提高表达能力^[6]。

(三)视频观摩法

视频观摩法是指让学生观摩一些具有教育意义的短视频,来增强学生的思想政治意识^[7],例如在讲解“推销的组织与管理”这部分内容时,引入央视纪录片《天下徽商》中介绍百年老店胡庆余堂中“戒欺”匾额的视频。通过该视频让学生身临其境地感受到贯

穿于胡庆余堂生产、经营和服务全过程的“戒欺”“采办务真”“修制务精”等祖训,体悟徽商商道中诚信的价值观。胡庆余堂能够屹立 100 余年而不倒,靠的正是诚信。

(四)线上线下相结合的混合式教学法

由于成人学生存在工学矛盾、面授课时不足等问

题,教学可采用线上线下相结合的混合式教学法为学生提供教学支持服务。辅导教师将一些教学案例、视频资源上传到国开学习网课程页面,利用国开学习网课程讨论区开展课程讨论。不同的教学形式,既保证了教师能够及时解答学生的疑惑,也构建了多重维系生生之间、师生之间情感交流的渠道^[8]。

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[EB/OL]. (2020-06-01)[2021-11-16]. http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/s7056/202006/t20200603_462437.html?from=timeline.
- [2] 李芳丽,史丽杰. 浅论“课程思政”在高职专业课程中的体现与融入:以《客户关系管理》课程为例[J]. 科技资讯,2020,18(32):111-112.
- [3] 马心雨,刘瑞,奈日嘎,等. 基于大学生视角的“课程思政”教学设计思考:以《管理学》课程为例[J]. 内蒙古财经大学学报,2020,18(6):38-41.
- [4] 习近平. 做党和人民满意的好老师:同北京师范大学师生代表座谈时的讲话[J]. 人民教育,2014(19):6-10.
- [5] 郁树廷. 思政课应切入社会热点问题[N]. 光明日报,2016-12-13(14).
- [6] 赵洪. 研究性教学与大学教学方法改革[J]. 高等教育研究,2006(2):71-75.
- [7] 张金兰. 成人教育管理学课程思政的融入路径及成效探究[J]. 产业与科技论坛,2021,20(7):176-177.
- [8] 张颖. 新时代背景下成人高校思政课程改革初探:以河北广播电视大学为例[J]. 河北广播电视大学学报,2019,24(3):30-33.

Exploration and Practice of Ideological and Political Education in the Marketing Strategy and Art Course

WANG Lu, ZHAO Min

(School of Economics and Management, Anhui Open University, Hefei 230022, China)

Abstract: Based on the analysis of talent training requirements and student situation of marketing strategy and art courses, and starting from the ideological and political goals and tasks of professional courses, the paper explores the realization path of ideological and political education, and also puts forward the ideological and political teaching strategies and methods of professional courses, such as policy guidance, case study, video observation, and online and offline hybrid teaching.

Keywords: ideological and political education; ideological and political elements; case study; Marketing Strategy and Art

[责任编辑 李潜生]