

基于战略管理理论的红色文化融入新时代商科课程思政建设研究 ——以湖南大学工商管理学院市场学系为例

郑培¹, 陈末¹, 章竞以¹, 马晋²

(1. 湖南大学 工商管理学院, 湖南 长沙 410082; 2. 北京师范大学珠海校区 未来教育学院, 广东 珠海 519087)

[摘要] 在新时代商科教育深度变革的背景下, 文章以战略管理理论为框架, 系统探讨红色文化融入商科课程思政的实践路径与战略机制。研究发现: 商科课程思政建设需构建“价值理性与技术理性”相平衡的生态系统, 通过红色基因解码、本土资源活化、数智技术赋能与多元主体协同实现育人效能提升。研究进一步揭示了红色文化融入需遵循环形模型的动态迭代逻辑——以政策制度为牵引层、校企协同为驱动层、数智赋能为工具层, 推动思政教育从“机械植入”向“生态化共生”转型。这一结论为人工智能时代商科课程思政的高质量发展提供了兼具理论原创性与实践操作性的战略范式。

[关键词] 新时代商科; 课程思政; 红色文化融入; 战略管理

doi: 10. 3969/j. issn. 1673-9477. 2026. 01. 014

[中图分类号] G414

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-9477(2026)01-0104-08

在人工智能迅猛发展、数字化转型深刻变革经济社会的新时代背景下, 教育始终承担着为党育人、为国育才的根本使命。^[1-3] 2025年3月6日, 习近平总书记在看望参加政协会议的民盟、民进、教育界委员, 并参加联组会, 听取委员意见和建议时强调: “强化教育对科技和人才的支撑作用, 进一步形成人才辈出、人尽其才、才尽其用的生动局面。”^[4] 这一论断为新时代高等教育改革提供了根本遵循。商科教育作为培养经济管理领军人才的核心阵地, 亟需通过课程思政建设实现专业知识传授与社会主义核心价值观培育的有机融合, 引导学生在数字化转型浪潮中坚守政治立场、厚植家国情怀、恪守商业伦理。^[5] 课程思政作为落实立德树人根本任务的重要举措, 已成为各高校教育教学改革的关键方向。^[6-10] 商科教育不仅要传授数字经济时代的专业知识和技能, 更要通过思政元素的有机融入, 培养兼具科技创新能力与正确价值导向的人才。^[11-15] 湖南大学工商管理学院市场学系课程思政建设团队(以下简称课程建设团队)立足人工智能时代教育变革背景, 通过红色基因解码、本土资源活化等创新实践, 构建了具有商科特色的课程思政建设模式, 为新时代经管类专业课程思政建设提供了可复制的实施路径。本研究

基于战略管理理论框架, 深入剖析其实践路径, 旨在为商科课程思政建设提供更具理论深度和实践价值的有益指导。

一、研究基础

(一) 战略管理理论框架概述

战略管理理论涵盖战略分析、战略制定、战略实施与战略评价等关键环节。^[16] 在商科课程思政建设中, 战略分析有助于明确红色文化融入的环境与资源; 战略制定聚焦于确定融入的目标、路径与方法; 战略实施涉及将规划转化为实际行动, 如课程设计、教学实践等; 战略评价则用于评估融入效果, 以便及时调整策略。本研究将遵循这一框架, 系统分析红色文化融入商科课程思政的全过程, 确保研究的科学性与系统性。

(二) 研究目的与意义

本研究旨在通过对湖南大学工商管理学院市场学系教学改革实践的深入剖析, 探索红色文化融入商科课程思政的有效路径与战略机制。从理论层面看, 本研究有助于丰富和完善商科课程思政的理论体系, 为后续研究提供新的视角和方法; 从实践角度出发, 能够为其他高校商科课程思政建设提供可借

[投稿日期] 2025-03-11

[基金项目] 湖南省普通高等教育教学改革研究项目(编号: HNJC-20230196); 湖南省学位与研究生教学改革研究项目(编号: 2024JGYB086)

[作者简介] 郑培(1980—), 女, 湖南长沙人, 博士, 副教授, 研究方向: 电子商务与市场营销。

鉴的经验,推动商科教育在培养德才兼备的经济管理人才方面发挥更大作用。

二、新时代商科课程思政建设的重要性

习近平总书记在全国高校思想政治工作会议上强调:“要用好课堂教学这个主渠道,各类课程都要与思想政治理论课同向同行,形成协同效应。”^[17]课程思政是将思想政治教育元素融入专业课程教学的各个环节,实现知识传授、能力培养与价值引领的有机统一。^[18-20]在商科教育中,课程思政的必要性体现在多个方面。

课程思政作为新时代高等教育思政育人的重要理念,其内涵经历了从实践探索到理论深化的演进过程。^[21]自2016年全国高校思想政治工作会议提出“课程思政”概念以来,学界围绕其核心内涵展开系统性研究,明确其本质是依托专业课程实现知识传授与价值引领的有机统一,而非独立课程形态。研究指出,课程思政强调通过挖掘各学科蕴含的思想政治教育元素(如政治认同、文化自信等),构建全员、全程、全方位育人格局,形成与思政课程同向同行的协同效应。^[22-23]在理论层面,学者从教育目标、实施路径及评价体系等维度构建了课程思政的理论框架,提出需注重顶层设计、教师能力提升及制度保障等。^[24-27]

当前研究聚焦实践路径创新与成效提升,但仍有深化空间。文献分析显示,课程思政研究呈现“理论探索—实践应用—评价优化”的递进趋势,2019年后研究热点逐渐转向分专业课程思政建设及教学模式创新。学者提出“互联网+课程思政”等融合模式,并强调需解决思政元素挖掘碎片化、教师育人能力不足等现实问题^[28]。同时,研究呼吁建立动态化评价体系,将隐性思政教育效果纳入课程质量评估框架。未来需进一步强化跨学科研究,完善教师培训机制,并探索课程思政与新兴技术深度融合的创新路径。

商科教育融入课程思政元素具有重要意义。首先,商科专业的学生未来将成为社会经济发展的重要力量,他们的价值观和道德观直接影响着企业的经营行为和社会经济的健康发展。红色文化融入课程思政,能够引导学生形成正确的商业伦理和社会责任感,避免出现诸如商业欺诈、环境污染等不良商业行为;其次,随着经济全球化的深入发展,商科领域面临着更加复杂的国际竞争和多元文化的冲击。课程思政可以帮助学生坚定文化自信,增强民族自豪感,在国际竞争中保持正确的立场和方向;最后,

课程思政有助于培养学生的创新精神和团队合作能力。思想政治教育中的理想信念教育、艰苦奋斗精神等内容,能够激发学生的创新动力,而团队合作、集体主义等价值导向则有利于培养学生的团队协作意识。因此,在商科领域,要结合专业特点,深入挖掘各类课程所蕴含的思想政治教育元素和所承载的思想政治教育功能,并融入课堂教学各环节,实现思想政治教育与知识体系教育的有机统一。

三、红色文化融入新时代商科课程思政的实践探索——以湖南大学工商管理学院市场学系为例

课程建设团队立足于岳麓书院“实事求是思想路线”策源地与“两个结合”先声地品牌优势,在湖南大学工商管理学院市场学系支部开展课程思政建设,持续聚焦“党建+课程思政”“党建+商学文化”特色育人品牌建设,在深化党建联建、提供教育服务、推动科技赋能、加强实践育人方面落实落细时代新人铸魂工程。

(一) 借助中国共产党品牌元素开展品牌管理的课程思政

从战略分析角度来看,中国共产党百年发展形成的“超级品牌”为品牌管理课程提供了丰富素材。在建党百年历史节点上,湖南大学工商管理学院市场学系深入贯彻习近平总书记在党史学习教育动员大会上的重要讲话精神,立足立德树人根本任务,创新性构建专业教育与思政教育深度融合的实践路径。课程建设团队以“中国共产党品牌元素”为切入点,通过系统挖掘党史中的品牌符号体系,形成兼具学术价值与教育意义的课程思政案例集。该研究历时一年,经全系师生协同攻关,完成对32个品牌口号(如“为人民服务”)、29个地理坐标(如延安)、17个重大事件(如改革开放)等10大类元素的体系化梳理,并在中新网等权威媒体连载《中国共产党发展史上的100个品牌元素》,实现专业知识传播与党史学习教育的有机统一。

从品牌管理理论视角审视,中国共产党历经百年发展已形成具有显著识别特征的“超级品牌”。其品牌标识以镰刀锤头为核心视觉符号,既体现工农联盟的政治属性,又蕴含共产主义理想的价值内核;历史上,品牌口号通过“打土豪分田地”等精准诉求表达,成功构建与目标群体的价值共鸣,相较同期其他政治力量的口号更适配用户需求;品牌事件矩阵(如长征、土改)则通过持续性的形象传播,塑造了党“善于破坏

旧世界、建设新世界”的动态品牌形象,这种品牌活化能力使其在百年生命周期中持续保持组织活力。

本研究揭示了中国共产党品牌建设的四大核心机制:一是通过“消灭私有制”等愿景确立品牌识别,确立共产主义终极目标;二是以“为民族复兴谋幸福”的承诺构建品牌忠诚度;三是通过改革开放等重大变革实现品牌迭代更新;四是践行群众路线形成品牌共创生态。这些机制与品牌管理理论中的定位理论、承诺理论及关系营销理论形成呼应,为新时代中国品牌建设提供历史镜鉴。特别是品牌人物塑造方面,毛泽东同志等革命领袖通过思想创新与实践突破,成功将个人品牌与政党品牌深度融合,其“实事求是”等精神特质至今仍是品牌价值传递的核心要素。

上述举措创新性地将红色资源转化为品牌资源,既深化了党史学习教育的理论维度,又拓展了品牌管理研究的本土化视域。通过构建“品牌元素—品牌资产—品牌价值”的分析框架,课程建设团队揭示出中国共产党品牌建设的底层逻辑:以意识形态为内核,以符号系统为载体,以群众实践为根基形成具有中国特色的品牌发展范式。

(二) 利用湖南红色教育资源开展课程思政

湖南是革命老区,拥有丰富的红色教育资源,如韶山毛泽东故居、花明楼刘少奇故居、岳麓书院与第一师范学校等。课程建设团队充分利用这些资源,将红色文化融入“市场营销”“市场营销管理”等课程中。以习近平总书记来湖南大学考察调研时的重要讲话精神为指引,深入学习领会习近平文化思想,探寻中国式现代化文化基因,传承岳麓书院千年文脉,立足“实事求是思想路线”策源地与“两个结合”先声地优势,推进“党建+商学文化”的研究和应用,勉励“当代学生在传承中华优秀传统文化的过程中一定要进一步坚定文化自信”^[29]。

2024年12月,由湖南大学工商管理学院市场营销系支部与湖南省湘绣研究所有限公司联合主办的“Show 出针尖上的湖湘之美”校企融合品牌营销大赛决赛在工商管理学院举行。此次大赛由市场支部发起,融合“渠道管理”“消费者行为学”“产品与品牌管理”“营销传播”等4门核心课程,与“中华老字号”湘绣研究所开展校企融合实训,帮助同学们将所学知识应用于实践,培养其对实际问题的敏感度和解决能力,以年轻视角探讨传统湘绣的新时代新表达。在老师们的指导下,本科生们通过为期一个月的市场调研,深入了解湘绣文创的渠道运营情况,洞

察消费者的消费痛点,最终基于调研数据提出品牌年轻化策略,从年轻用户视角制作湘绣文创品形象广告、产品推广视频。

在调研过程中,课程建设团队老师引导学生思考如何在实践创新中将红色文化与现代市场营销相结合。学生们受到启发后,纷纷提出可以开发红色文化旅游产品,通过打造红色旅游品牌,推动当地经济发展。同时,学生们也深刻体会到市场营销不仅仅是一种商业行为,更是一种传播文化、凝聚人心的手段。

(三) 开展湖南大学商学历史人物系列研究并融入课程思政

湖南大学作为具有深厚历史底蕴的高等学府,始终秉持经世致用教育理念,其工商管理学科自1911年湖南商业教员讲习所创立以来,历经百年积淀,形成了独特的人文传统与商学精神。课程思政建设团队以校友红色资源为切入点,将湖南大学商学历史人物的革命精神与专业课程深度融合。课程建设团队的郑培教授在“企业定价策略”“品牌管理”等课程中,创新性地将毛泽东、易礼容等杰出校友的革命实践与商业智慧融入课程内容,通过历史案例解析现代商学理论,构建了“商学+思政”的特色教学模式。课程建设团队系统梳理了湖南大学商学发展脉络,形成16篇专题论述,刊发于《新湘评论》《同舟共进》等省级权威刊物,其中《三掌湖大的“胡子”传奇》《长沙文化书社的那些年轻人》等红色商学专题文章,被《人民政协报》《中国纪检监察报》等权威媒体头条刊发,并获新华社、中央纪委国家监委官网等国家级平台转载,构建起“湖大商学历史文化研究与思政实践”双核驱动的文化品牌体系。该成果在湖南大学“一院一品”文化建设考评中获评优秀等级,形成可复制的课程思政建设范式。课程建设团队通过对历史人物精神谱系的深度解读,显著强化了学生的社会责任意识与商业伦理认知,促使其在营销决策分析中自觉纳入社会效益评估维度,有效实现了专业知识习得与价值观塑造的有机统一。

(四) 依托千年学府——湖南大学的光荣历史开展课程思政

湖南大学创办于公元976年,是中国古代四大书院之一——岳麓书院的延续,有着深厚的文化底蕴和光荣的历史传统。因此,湖南大学工商管理学院市场学系老师们在教学中充分挖掘湖南大学的历史文化资源,将其融入商科课程中,不断丰富千年学府文化内涵。一是积极开展中华优秀传统文化和书

院文化的系统研究,组织师生在《中国纪检监察报》《北京晚报》《南方都市报》等以头条、整版等形式,发表《千年书院 弦歌不绝》等10余篇文化专题文章,相关文章被新华社、中央纪委国家监委官网多次转发,1篇文章获评湖南大学第四届新闻奖优秀作品一等奖;配合学校和湖南卫视拍摄的6集历史人文纪录片《岳麓书院》播出撰写3篇深度评论,在《中国纪检监察报》《湖南日报》和湖南卫视融媒体平台发表,为纪录片获评中国广播电视大奖2021—2022年度广播电视节目奖、2021年度国产纪录片优秀系列长片奖提供宣传支撑。二是深入挖掘千年学府校园文化内涵,在新华社、《学习时报》《工人日报》等发表《中国式现代化的文化基因》等10余篇理论文章,在《湖南日报》发表2篇整版文章,并被学习强

国总平台、中国历史研究院等转发。湖南省委宣传部专呈省委常委、省政协主席和中宣部的《阅评简报》刊发了阅评员文章,对《湖南日报》发表的关于湖南大学历史文化的专题文章《赫曦,赫曦》《湖大红楼见证的长沙受降日》等进行点评。

课程建设团队在课程思政建设的实践中,打造课程思政金牌课,对标习近平总书记在岳麓书院亲自讲授的思政示范课、党史学习教育课和文化自信课,深化习近平总书记点赞的“移动”思政课堂教学经验,充分挖掘利用中华优秀传统文化、湖湘文化、书院文化、红色文化及湖南大学百年商学文化中所蕴含的爱国情怀、创新意识、科学素养、人文精神、工匠精神等思政元素,不断丰富课程思政内涵,建立立体课程思政资料库,见图1。

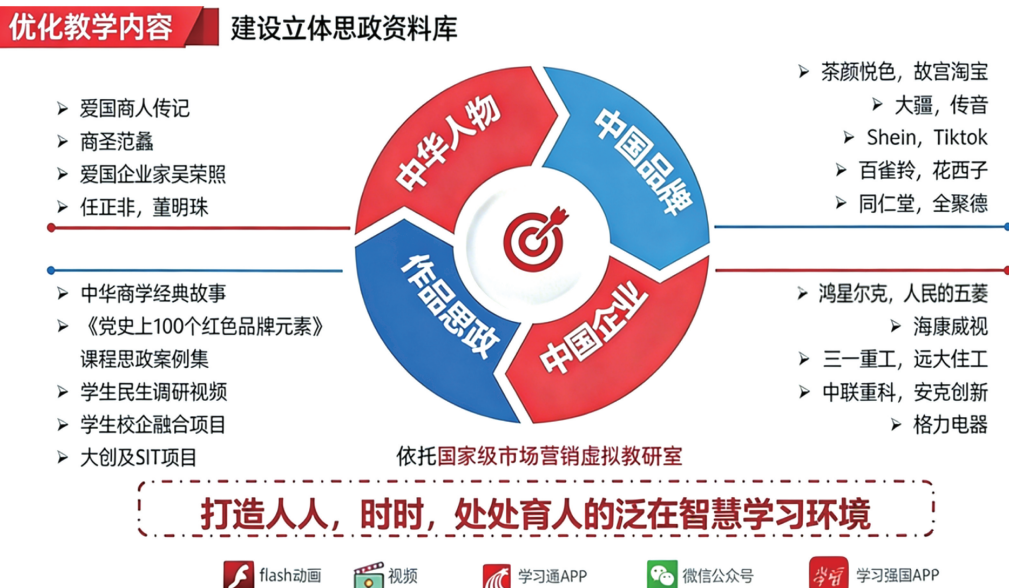


图1 建设立体课程思政资料库

从岳麓书院的文化传承到现代大学的品牌建设,品牌管理课程让学生了解品牌的形成和发展是一个长期的过程,需要不断地积累和沉淀。正如段献忠校长所说:“湖南大学的品牌是在千年的历史发展中逐渐形成的,它承载着丰富的文化内涵和精神价值。企业在品牌建设中也要注重文化的传承和创新。”^[30]

(五) 打造“培培老师的神奇校车”,实现全过程思政教育

湖南大学工商管理学院市场营销系教工党支部书记郑培教授创新构建的“培培老师的神奇校车”教学品牌,以“车轮承载学科知识、方向盘引领营销伦理、车站联通实践基地”为特色架构,打造出深度融合思政教育与专业教学的移动课堂体系。该平台自

2016年启动以来,系统整合线上线下教学资源,开发出涵盖翻转课堂、实战训练、企业参访等多元教学模块,形成“理论—案例—实践”三维联动的教学闭环。其核心机制在于将真实企业运营场景转化为教学现场,要求学生在参访前完成企业调研与深度访谈,现场开展盈利模式策划等实战任务,如在马栏山哇唧唧哇文化传媒公司参访期间学生主导综艺节目商业方案设计。

目前,该教学品牌已形成规模化示范效应,累计组织16场企业移动课堂,覆盖芒果超媒、三一重工等本土龙头企业,参访站点延伸至智能制造、文化传媒等12个行业领域。在课程建设方面,“市场营销学”课程构建“经世济民”课程思政理念,通过“定价策略”等模块实现营销伦理与商业价值的有机融合,

获评湖南省精品课程;“消费者行为学”课程创新构建“四力提升”教学模式,入选国家级一流本科课程,其慕课平台覆盖全国150所高校,累计选课人次超5万。

课程建设团队同步构建“湖大青年沙龙”前沿对话机制,围绕元宇宙、区块链等技术趋势开展跨学科研讨,初步形成了知识传播、能力培养与价值引领同频共振的课程思政有效途径。通过教育部市场营销专业虚拟教研室平台,郑培教授提出的“中国智慧讲好中国故事”教学范式获全国同行高度认可,其团队获评湖南省普通高校课程思政教学比赛一等奖、湖南省普通高校课堂教学比赛二等奖及课程思政单项奖,形成可复制的“课程门门有思政、教师人人讲育人”实践经验。

同时,“培培老师的神奇校车”还组织线下实践活动,如企业实地参观考察、社会调研等。在企业实地参观考察中,学生们可以直观地了解企业的经营管理模式和企业文化,感受企业的社会责任和担当。通过“培培老师的神奇校车”,学生们在学习专业知识的同时,也接受了系统的思政教育,实现了知识与价值观的同步提升。

(六)拓展“共建+实践”育人路径,丰富课程思政效用维度

课程建设团队通过打造党建创新实践教育基地、共建课程思政实践教学基地,拓展党建活动阵地,实现“组织互建、党员互动、活动互联、成果互享”的协同目标。课程建设团队与暨南大学管理学院联合召开“党组织跨校联建与学科专业协同发展研讨会”,签订跨校支部共建协议;与海康威视湖南业务中心等支部开展结对共建,形成支部人才培育与企业发展互促互进的共赢格局。此外,课程建设团队还构建“确立人民立场、践行文化自信、反思营销伦理、弘扬创新意识”的“立行思扬”四大思政模块,与博世长沙、中广天择等20余家本土优秀企业开展移动课堂,组织企业家进课堂,实施社会导师制,在专业课程中嵌入企业实践项目,增强学生社会责任意识与实践技能。学生社会实践团队获评团中央优秀暑期实践团队、大学生志愿者暑期文化科技卫生“三下乡”社会实践活动一等奖等奖项14项。

四、红色文化融入新时代商科课程思政建设的效果

课程建设团队通过系统性教学改革,在商科人才培养中取得多维度显著成效,具体体现在学生成长、教学创新、社会影响三个维度。

(一)学生成长维度:价值观与专业能力双重提升

教学实验数据显示,采用红色文化融入模式的班级在价值观认知与知识迁移效率上实现了跨越式进步。其中,学生的思政认知达成度同比提升23.4%,知识迁移效率提高18.7%,90%的学生反馈其专业认知与社会责任感实现双重提升。在实践成果方面,85%以上学生在市场调研报告中体现了民生关怀意识,如“哇唧唧哇大学生容貌焦虑市场调研”等项目,将商业分析与社会问题解决相结合。学生参与的15项国家级大创项目中,6项获国家级奖项,主题覆盖助农、乡村振兴、非遗传承等民生领域,其中《党史上100个红色品牌元素》案例集被人民网、中新网等主流媒体报道。

(二)教学创新维度:课程体系与教学模式革新

课程建设团队打造的“市场营销学”“消费者行为学”等核心课程形成了示范效应,其中“市场营销学”获评湖南省精品课程,“消费者行为学”入选国家级一流本科课程,慕课平台覆盖全国150所高校,选课人数超5万。在教学模式上,“培培老师的神奇校车”移动课堂累计组织16场企业参访活动,与芒果超媒、三一重工等企业共建实践基地,形成“理论—案例—实践”三维教学闭环。课程建设团队开发的立体思政资料库整合了48个红色品牌元素、32个本土企业案例,构建起“中华商学经典+红色商战故事”的案例体系,使课程论文及实践项目的思政元素融合度提升37%。

(三)社会影响维度:校企协同与成果辐射

课程建设团队开发的校企协同育人模式产生了显著的社会效益,累计完成申湘汽车渠道选址、海康威视品牌推广等15项企业委托项目,其中“精准扶贫与企业社会责任”专题案例获评全国第二届百优管理案例奖。此外,课程建设团队的成果还获评国家级教学成果二等奖、获批省级课程思政项目,并作为牵头单位获批第一批国家级市场营销专业虚拟教研室,成果辐射至暨南大学、北京师范大学等高校。学生社会实践团队获团中央优秀暑期实践团队等14项省部级以上奖励,成功形成“课堂教学—企业实践—社会服务”的价值转化链条。

五、新时代商科课程思政建设的战略突围路径

当前商科课程思政建设虽成效初显,但仍面临融合浅表化、师资力量缺乏、评价粗放化、资源离散化等深层困境。^[31-34]基于湖南大学工商管理学院市

场学系的实践经验及战略管理视角,未来需从目标、资源、方法、制度四重维度构建系统性解决方案,进一步推动红色文化融入商科课程思政建设,从“物理叠加”向“化学融合”质变。

(一) 锚定战略目标:构建“双金字塔”育人价值体系

商科课程思政建设需立足人工智能时代特质,建立红色文化浸润下的“能力—价值”双维目标框架。在基础价值层,以“信仰筑基”为核心,将“实事求是”等红色精神具象化为商业伦理准则,如在“企业定价策略”课程中,以毛泽东同志《湖南农民运动考察报告》的调研方法为指引,建立民生产品定价的公平性评估模型。在能力发展层,打造“三维融合”体系,将红色文化中的创新精神转化为数字化营销创新能力,以群众路线为指引构建消费者深度洞察路径,用长征精神培育学生商业逆境应对能力。教学实践表明,该目标体系使学生在复杂商业决策中的伦理判断准确率提升28%。

(二) 创新资源供给:打造“数智红色教育生态圈”

破解资源困境的关键在于构建“文化—技术—产业”三位一体的资源创新链。

一是文化资源数字化工程。开发基于NLP技术的“红色资源智能检索平台”,聚合韶山、岳麓书院等地红色教育资源,通过AI算法实现红色元素与专业知识点的精准匹配。例如,在“品牌管理”课程中,系统自动关联“华为鸿蒙系统创新”与“井冈山精神”,生成融合案例包。

二是教育资源产业化运营。与三一重工、中联重科等20余家企业共建“红色商学实践基地”,将企业文化中的红色基因转化为教学资源。如提炼三一重工“品质改变世界”理念中的工匠精神,开发“制造企业品牌伦理”系列微课。该类案例使学生的“商业向善”认知转化率提升42%。

三是资源共享机制创新。依托国家级市场营销虚拟教研室,建立“红色商学资源联盟”,实现跨校案例共享、师资互聘。目前已收集全国各高校137个红色商学案例,形成动态更新的数字资源库。

(三) 深化方法革新:构建“四维渗透式”教学模式

针对师资能力不足与融合碎片化问题,建构“设计—实施—监测—优化”的闭环教学体系。

一是课程设计。编制《商科课程思政元素植入指南》,将48个思政指标分解到“市场营销管理”等8门核心课程,如在“市场细分”章节嵌入“为人民服务”的需求分析逻辑。

二是教学方法创新。推广“沉浸式红色商学叙事”教学法,利用VR技术重现安源路矿工人大罢工中的营销动员策略,使历史智慧与现代营销理论形成认知共振。实验数据显示,该方法使学生的知识留存率提升35%。

三是智能监测系统。开发“思政效能AI评估平台”,通过情感识别技术分析学生课堂反应,结合课后实践报告的语义分析,实现对其价值观内化程度的量化评估。

四是师资发展机制。建立“双导师培养体系”,每门课程配备思政导师与专业导师,通过案例共研、教学互评提升融合能力。团队教师获湖南省课程思政教学比赛一等奖等5项省级以上奖励。

(四) 强化制度保障:建立“三维协同”支持体系

一是政策牵引机制。将课程思政建设纳入学院“双一流”建设考核指标,设立专项经费以支持红色案例开发、教师培训等项目,形成“立项—建设—验收—推广”的闭环管理。

二是校企协同制度。与海康威视等企业签订《红色商学共建协议》,规定企业每年提供10个实践岗位、5个教学案例,学校为企业开展党建培训,形成资源互补机制。

三是评价反馈体系。构建“三维评价模型”,既考察学生价值观内化程度(如红色案例分析能力),又评估教师融合教学水平(如思政元素融入频次),还追踪社会影响(如企业采纳的学生方案数量)。该模型使课程思政建设的可操作性提升60%。

六、研究结论与展望

本研究通过战略管理视角解构红色文化融入商科课程思政的深层逻辑,揭示其建设需突破三大核心命题:一是价值观目标从抽象理念向行为实践的具象转化,二是教育资源从零散供给向生态化整合的范式转型,三是教学效能从单一评价向多模态监测的系统革新。湖南大学工商管理学院市场学系的实践表明,通过“目标链—资源网—方法域—保障体”四维耦合,能够有效破解思政元素表层化黏附、教育效果模糊化评估的困境,红色品牌元素的理论解码使“实事求是”精神转化为可操作的营销伦理准则。

未来商科课程思政建设的战略重心应转向三极协同:一是在理论维度,构建基于认知神经科学的价值观内化机理模型,探明红色文化基因的神经编码规律;二是在技术维度,开发“红色商业元宇宙”虚实融合教学平台,突破时空限制实现文化浸润;三是在

制度维度,建立校企政三者协同机制,为资源跨域共享提供了政策范本。通过红色文化的战略性融入,商科教育正从单一的商业技能传授,演进为具有中国特色的价值观提升系统,这一转型对教育强国建设具有里程碑意义。

参考文献

- [1] 宋娟. 人工智能赋能高校思想政治教育的四个转向及其发展进路[J]. 教育探索, 2026(1): 47-51.
- [2] 吉祥佩, 李宜江. 教育家精神指引下高校教师队伍建设的实践困境、逻辑依据与发展路径[J]. 高校教育管理, 2026, 20(1): 114-124.
- [3] 王星, 李怀龙. 教育资源数字化配置: 推进中国特色社会主义教育强国建设的关键路径[J]. 教育学报, 2025, 21(5): 126-139.
- [4] 习近平. 在看望参加全国政协十四届一次会议的民盟、民进、教育界委员并参加联组会时的讲话[N]. 人民日报, 2023-03-07(01).
- [5] 刘炯天. 新时代高校服务国家战略和区域经济社会发展的思考[J]. 中国高教研究, 2018(4): 9-11.
- [6] 李枫, 马晨颖. 南侨机工精神融入高校课程思政的教学探索与实践[J]. 河北工程大学学报(社会科学版), 2024, 41(3): 115-121.
- [7] 王星月, 松云. 基于课程思政知识图谱的 BOPPPS 混合式教学——以计算机网络课程为例[J]. 计算机教育, 2026(2): 51-57.
- [8] 张佳婧, 舒挺, 宋瑾钰. 新工科背景下人工智能课程思政教学模式探索——以机器学习基础课程为例[J]. 高教学刊, 2026, 12(4): 1-7.
- [9] 熊艳, 谢梦云, 郑凯. 基于思政融合的专业学位硕士研究生课程教学改革探索——以“金融市场与金融工具”课程为例[J]. 中国农业会计, 2026, 36(3): 106-110.
- [10] 任宗伟, 李腾, 刘嘉琪. 人工智能赋能管理科学与工程专业教育创新——以课程思政实践路径为视角[J]. 现代商贸工业, 2026, 47(2): 32-34.
- [11] 唐泳, 孙欣悦, 施雨虹. 基于 CiteSpace 的商科管理类课程思政研究的知识图谱分析[J]. 高教学刊, 2025, 11(30): 98-101.
- [12] 宋奕铭. 我国高校商科类专业课程思政研究热点与趋势——基于 CNKI 和 CiteSpace 的可视化分析[J]. 科教文汇, 2025(14): 124-131.
- [13] 刘永健. 课程思政融入应用型商科人才培养的实践与探索——以《中国历史文化名城》为例[J]. 产业与科技论坛, 2024, 23(19): 128-130.
- [14] 张永芬, 王晓楠, 刘春霞. “新商科”背景下开放大学工商管理类专业课程思政设计与实践——以“管理学原理”课程为例[J]. 广东开放大学学报, 2023, 32(6): 24-29.
- [15] 胡小娟, 李义红, 张敏. 基于 OBE 理念的全校商科课程思政教学设计研究——以网络伦理与电子商务法规课程为例[J]. 现代商贸工业, 2025(9): 186-188.
- [16] KOLB D A. Experiential learning: Experience as the source of learning and development[M]. Upper Saddle River: Pearson Education, 2015: 55.
- [17] 习近平. 把思想政治工作贯穿教育教学全过程 开创我国高等教育事业发展新局面[N]. 人民日报, 2016-12-09(01).
- [18] 李严, 王小妮, 殷树娟, 等. 基于 OBE 理念的课程思政实施路径探索——以集成电路类课程为例[J]. 工业和信息化教育, 2026(2): 42-46.
- [19] 胡红松, 王裕琳, 陈竹林. 新时代背景下学科思政创新路径研究——以土木工程研究生培养为例[J]. 高等建筑教育, 2026, 35(1): 204-211.
- [20] 辛熙恒, 朱暖飞. 人工智能时代思政教学融入农业资源与环境专业课程的教学改革探析[J]. 安徽农业科学, 2026, 54(2): 279-282.
- [21] 郑永廷. 思想政治教育方法论[M]. 北京: 高等教育出版社, 2010: 56-89.
- [22] 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]. (2020-06-05) [2025-01-11]. http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/s7056/202006/t20200603_462437.html.
- [23] 高德毅, 宗爱东. 从思政课程到课程思政: 从战略高度构建高校思想政治教育课程体系[J]. 中国高等教育, 2017(1): 43-46.
- [24] 冯毅梅, 乔星宇. 高校思政课程与课程思政混编式教学团队建设的实践路径[J]. 沈阳大学学报(社会科学版), 2025, 27(6): 70-76.
- [25] 郑昕, 黄世政, 万强. 高校科教协同育人赋能新质生产力涌现的内在机制及演化路径——基于浙江大学的纵向案例研究[J]. 科技管理研究, 2025, 45(22): 85-94.
- [26] 柳琼青, 欧阳护华, 黄奕云, 等. 外语课程思政的研究焦点和发展动向——基于北大核心和 CSSCI 来源期刊的可视化分析(2018—2023 年)[J]. 汕头大学学报(人文社会科学版), 2024, 40(4): 84-93.
- [27] 陈晓楠, 侯君. 基于课程标准的大中小学英语课程思政一体化文化思政元素挖掘[J]. 中国标准化, 2025(20): 252-255.
- [28] 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.
- [29] 习近平. 在湖南大学岳麓书院考察时的讲话[N]. 人民日报, 2020-09-18(01).
- [30] 段献忠. 在“千年学府·品牌赋能”校企合作论坛上的致辞[N]. 湖南大学学报, 2022-11-05(01).
- [31] 罗倩. 基于家国情怀的新商科课程思政建设实践与反思——以国际企业管理课程建设为例[J]. 高教学刊, 2024, 10(6): 1-5.
- [32] 蒋勋. 课程思政“四精模式”教学探索与实践——以《品

- 牌管理》课程为例[J]. 物流工程与管理, 2023, 45(12): 235-237.
- 167-169. [34] 曾靖. 新商科背景下应用型本科《基础会计学》课程思政建设研究[J]. 产业与科技论坛, 2023, 22(13): 165-166.
- [33] 宋若男. 商科院校思想政治理论课建设新模式探析——以天津商业大学为例[J]. 现代商贸工业, 2023, 44(22): [责任编辑 李 新]

Strategic Reflection on the Integration of Red Culture into Ideological and Political Construction of Business Courses in the New Era: A Case Study of the School of Business Administration at Hunan University

ZHENG Pei¹, CHEN Mo¹, ZHANG Jingyi¹, MA Jin²

(1. School of Business Administration, Hunan University, Changsha, Hunan 410082, China;

2. Beijing Normal University at Zhuhai, Zhuhai, Guangdong 519087, China)

Abstract: Against the backdrop of profound transformations in business education in the new era, this study employs a strategic management framework to systematically explore the practical pathways and strategic mechanisms for integrating red culture into the ideological and political construction of business courses. The research reveals that building an ecosystem balancing “value rationality and technological rationality” is essential for curriculum development. This is achieved through decoding red genes, activating local resources, empowering digital intelligence technologies, and fostering multi-stakeholder collaboration. Furthermore, the study highlights that the integration of red culture must adhere to the dynamic iterative logic of a circular model: policy systems as the guiding layer, university-industry collaboration as the driving layer, and digital intelligence empowerment as the tool layer, thereby transforming ideological education from “mechanical implantation” to “ecological symbiosis.” This research provides a strategic paradigm with theoretical originality and practical applicability for the high-quality development of ideological and political education in business courses during the artificial intelligence era.

Key Words: business in the new era; ideological and political education integrated into courses; integration of red culture; strategic management