

立德树人视角下高职《旅游市场营销实务》课程思政体系构建研究

尤俊生

六安职业技术学院, 安徽 六安 237158

摘要: 高职《旅游市场营销实务》作为旅游管理专业核心课, 承载培育专业技能与正向职业素养双重职能。但是当前多数院校该课程教学仍偏重营销技巧讲授, 思政元素碎片化融入、育人目标模糊、教学载体单一等问题普遍存在, 难以实现技能培养与价值引领同步推进。本文立足高职旅游专业学情, 厘清课程思政建设内在价值, 梳理课程思政落地现存短板, 从教学内容重构、课堂实施革新、协同教研机制搭建、评价机制完善四个维度搭建完整课程思政体系, 将文化自信、诚信经营、文旅惠民等思政内涵嵌入营销全流程教学, 旨在为同类经管类专业课思政建设提供可实践参考, 助力培育兼具专业能力与家国情怀的旅游行业技术技能人才。

关键词: 立德树人; 高职; 旅游市场营销实务; 课程思政; 育人体系

DOI: 10.64649/yh.jydk.issn3080-2660.202609003

0 引言

随着文旅产业高质量发展, 市场对旅游从业者的要求不再局限于销售策划、客户运营等专业能力, 更看重从业者文化认同感、职业诚信与社会责任。高职旅游管理专业承担输送一线文旅服务人才的使命, 落实立德树人根本任务, 需要把价值引导贯穿专业课程全过程^[1]。《旅游市场营销实务》覆盖市场调研、产品设计、宣传推广、客户维护等全模块教学, 天然具备融合红色文旅、非遗传播、乡村文旅振兴等思政内容的空间。但现阶段不少高职课堂依旧延续重技能、轻德育的授课模式, 教师缺少系统的思政融合思路, 思政内容多为生硬穿插, 与营销知识点割裂, 无法形成长效育人体系。学生在学习中容易形成“重业绩、轻操守”的片面认知, 不利于长期职业发展。基于这一现实, 围绕立德树人核心要求, 探究适配本课程的课程思政完整构建体系, 目的是要打通专业教学与思政育人的融合路径。

1 立德树人导向下课程思政建设的内在育人价值

1.1 夯实学生职业底线, 树立文旅诚信经营理念

高职学生毕业后大多直接进入旅行社、景区、文旅电商等一线岗位, 旅游营销直接对接游客消费, 虚假宣传、低价团诱导消费等行业乱象, 根源在于从业者职业道德缺失^[2]。传统课堂只讲解营销引流、盈利转化技巧, 很少结合行业负面案例开展道德引导, 学生容易形成“只要达成业绩可以变通手段”的错误认知。将立德树人融入课程思政, 能够把诚信经营、游客权益保护等内容嵌入市场定价、宣传策划、客户服务等教学模块, 结合不合理低价游、虚假文旅宣传等真实行业案例开展辨析教学, 让

学生清晰区分合法营销与违规牟利的边界。在日常课堂实训中设置模拟营销场景, 引导学生主动拒绝虚假宣传套路, 把守住职业底线转化为内在自觉, 从源头减少未来从业过程中的道德失范行为, 塑造符合文旅行业规范的职业人格。

1.2 传播本土地域文化, 厚植青年学生文化自信

旅游营销本质是地域文化向外传递的媒介, 文旅产品策划、景区宣传、文旅IP打造等教学内容, 是开展文化教育的优质载体。以往课程教学多聚焦通用营销模型, 很少结合本地红色资源、非遗民俗、乡村文旅特色开展教学, 学生对本土文旅资源认知浅薄, 难以在后续工作中主动推广本土文化。依托立德树人育人目标搭建课程思政体系, 可将地方非遗、红色旅游、乡村振兴文旅项目作为课堂实训素材, 让学生以营销策划人的身份设计文旅推广方案。学生在调研、策划、展示的全过程主动挖掘家乡文化亮点, 理解文旅产业承载的文化遗产使命, 打破只看重商业收益的单一思维。在完成营销实训任务的同时, 加深对本土文化价值的认同, 逐步建立文化自信, 未来走上工作岗位能够主动担当地域文化传播者。

1.3 贴合文旅发展大势, 培育学生社会服务意识

新时代文旅产业强调文旅惠民、乡村文旅振兴、全域公共文旅服务, 旅游营销不能只追求企业盈利, 还要兼顾公共服务、乡村增收、群众精神文化需求。传统课程教学以企业盈利为唯一导向, 缺少社会层面价值引导, 学生看待营销工作容易局限在商业收益层面。课程思政以立德树人为核心, 把乡村旅游助农、红色文旅公益推广、老年文旅便民服务等内容融入课堂, 通过乡村文旅营销策划、公益文旅宣传等实训项目, 引导学生理解旅游行业的社会职

能。学生在实操中体会文旅产业带动乡村就业、传承红色文化、丰富群众生活的多元价值,跳出单纯逐利的思维定式,树立兼顾经济效益与社会效益的职业观念,成长为契合新时代文旅发展需求的复合型技能人才。

2 当前《旅游市场营销实务》课程思政落地现存突出问题

2.1 教学内容融合碎片化,思政与专业知识脱节

多数任课教师没有系统梳理课程思政融合框架,思政内容仅在课堂导入、课后拓展环节简单提及,没有嵌入营销核心知识点,二者呈现割裂状态。讲解市场细分、产品定价、新媒体推广等核心专业内容时,依旧只讲授理论公式、实操技巧,文化传承、职业诚信等思政内容独立于知识点之外,无法形成连贯育人逻辑。部分教师仅在节日、主题教育活动临时增加思政素材,没有按照课程章节设计分层思政目标,思政融入随机性较强。学生听课过程中难以建立专业知识与价值观念的关联,无法理解思政内容对自身职业发展的实际意义,很难实现润物无声的育人效果,课程思政整体育人成效显著降低。

2.2 课堂教学模式单一,思政育人载体较为匮乏

现阶段课程授课依旧以教师理论讲授、PPT演示为主,实训项目多围绕商业盈利策划展开,缺少兼具专业训练与思政引导的实践载体。课堂互动局限于习题问答、小组简单讨论,没有设置文旅公益策划、红色景区推广、非遗文旅直播等沉浸式实训场景;校外实践仅对接商业旅行社、盈利性景区,很少联动乡村文旅示范点、红色教育基地开展实地研学^[3]。同时线上教学资源建设滞后,配套微课、文旅思政案例库、行业模范人物视频素材储备不足,教师只能依靠有限文字案例开展教学。单一枯燥的授课形式难以调动学生主动思考,思政教育停留在被动听讲层面,无法激发学生共情,价值引领效果微弱。

2.3 教师思政教学能力不足,融合设计缺乏系统思维

不少旅游专业教师在校期间主攻市场营销、文旅运营专业方向,缺少系统的思政教学培训,对立德树人育人要求理解不够透彻,难以挖掘知识点背后潜藏的思政元素。部分教师认为思政教育是思政课教师的工作,专业课只需完成技能教学任务,主观上缺少主动融合思政内容的意识。开展教学设计时,只能简单堆砌行业案例,无法搭建“知识点+思政点”的对应教学框架,对思政元素的挖掘浅尝辄止。院校也缺少常态化教研交流机制,教师之间难以共享成熟的课程思政教学设计方案,优秀教学经验

无法互通,长期以来教师思政教学能力提升缓慢,制约课程思政体系规范化建设。

2.4 课程考核评价体系片面,思政育人成效难以衡量

现有课程考核以试卷笔试、营销方案作业、课堂出勤为核心评判标准,考核指标全部围绕专业知识与实操能力设置,没有纳入职业素养、价值观念、文化认同等思政维度评价内容。即便学生在实训中主动设计公益文旅方案、自觉规避虚假营销套路,也无法在考核中获得正向激励;部分学生只看重试卷分数,忽视日常实训中的道德表现、文化传播意识。同时考核方式以终结性评价为主,缺少课堂表现、实训过程、校外实践等过程性记录,教师无法完整追踪学生思想观念的动态变化。片面的考核导向让学生重专业分数、轻品德养成,难以倒逼学生主动提升综合素养,课程思政育人成果无法量化体现。

3 立德树人视角下课程思政体系完整构建实施路径

3.1 重构分层教学内容,实现思政与专业深度耦合

教师需要系统拆解《旅游市场营销实务》全部教学单元,按照业务流程梳理四大核心模块的思政融合切入点:市场调研模块跳出单纯数据采集教学,植入乡村文旅民生走访、基层群众休闲需求调研等实践导向内容,引导学生建立文旅为民的服务思维;文旅产品策划模块重点挖掘地方非遗资源、红色革命旧址、乡土民俗资源,指导学生开发兼具文化内涵与市场潜力的特色文旅产品,树立文化传承意识;宣传推广教学单元紧扣文旅市场监管条例,结合新媒体传播规范讲解合规宣传要求,同步融入本土地域文化对外传播任务,平衡商业推广与文化输出的关系;客户关系管理模块以文旅行业投诉纠纷、低价团乱象为切入点,围绕游客权益保护、诚信待客、契约精神开展案例教学,夯实学生职业道德底线。院校同步组织专业骨干教师编写校本课程思政案例资源库,分类收纳乡村文旅振兴典型项目、全国优秀文旅从业者先进事迹、虚假宣传、强制消费等行业负面警示案例,形成可直接用于课堂的标准化素材包,彻底消除专业教学与思政教育“两张皮”现象,搭建逻辑连贯、梯度清晰的一体化育人内容框架。

3.2 创新多元课堂模式,丰富思政育人实践载体

课堂需要突破书本理论局限,搭建“课堂情景实训+校外实地研学+线上自主拓展”三位一体立体化教学载体体系,打通课上、课下、线上、线下育人场景。课堂内部全面推行项目化教学与情景模拟实训,摒弃以计算、背诵为

主的传统习题,设置多层次实操任务:组织学生辨析不合理低价游营销套路、完成红色景区新媒体直播推广方案、设计非遗民俗文旅宣传策划案,让学生在方案打磨中自主分辨合规经营与恶性营销的边界;校外联动本地红色文旅基地、乡村旅游合作社、非遗体验工坊建立长期实践点位,定期组织学生实地走访调研,参与乡村文旅公益推广、红色景点义务讲解等志愿工作,在真实场景感知文旅产业助农增收、传承红色文化的社会价值;线上依托校内学习平台搭建专属思政资源专区,持续更新文旅行业模范人物纪实短片、家乡文旅风光宣传片、分层配套思政微课,不受时间空间限制供学生自主浏览学习。课堂互动环节增加小组成果汇报、公益策划路演、行业案例辩论等活动,让学生在动手实操、上台展示、观点交流的全过程自发感悟思政内涵,持续提升课程思政课堂的吸引力与育人感染力。

3.3 强化教师思政培育,搭建协同教研交流机制

院校需建立常态化师资培育机制,全方位提升旅游专业教师德育融合教学能力。定期面向全系专业教师开设课程思政专项培训,围绕职业教育立德树人根本任务解读政策要求,分步讲解从营销知识点中挖掘德育元素、设计融合教学环节的实操方法,纠正“思政教育仅属于思政教师”的片面认知。成立旅游管理专业课程思政专项教研小组,固定每周开展集体备课研讨,全体教师共同梳理各章节潜在思政切入点,交流成熟课堂教学设计、优秀教学案例,打通优质教学经验互通共享渠道,避免教师独自摸索产生的设计短板。推行跨学科联合教研模式,定期邀请思政专任教师、本地文旅行业资深管理者共同参与备课研讨,分别从思想政治教育理论、文旅行业一线实操两个维度优化课堂融合方案,兼顾理论深度与行业现实。

参考文献:

- [1] 冯玉华.产教融合视域下高职课程思政的实践路径研究[J].佳木斯职业学院学报,2026,42(7):193-195.
- [2] 狄燕.高职课程思政“四维协同”育人体系的构建与实施[N].延安日报,2026-06-23(004).
- [3] 闫跃跃.基于职业能力培养的高职空乘专业课程思政体系构建[J].学园,2026,19(6):10-12.

作者简介: 尤俊生(1976—),男,汉族,安徽六安人,本科,高级实验师,研究方向:旅游市场营销。

项目信息: 省级质量工程项目:《旅游市场营销实务》课程思政示范课程(2022kcsz275)。

3.4 完善多维考核机制,量化思政育人综合成效

重构“专业能力考核+综合素质评价”双向并行的综合考核体系,将过程性评价作为考核核心,细化思政维度量化评分细则。课程总成绩由四大板块构成,分值配比清晰区分能力与素养权重:专业理论笔试占40%,文旅营销完整方案实操占30%,课堂实训德育综合表现占20%,校外研学志愿服务实践表现占10%。细化德育板块评分指标,涵盖营销方案中本土文化挖掘深度、模拟营销场景下的职业操守表现、下乡研学志愿服务态度、小组合作中的责任意识等多个观测点,任课教师全程记录学生课堂发言、实训操作、外出实践中的真实行为表现,对主动践行诚信经营、主动宣传本土文化、积极参与公益文旅项目的学生设置正向加分激励。课程期末综合评定不再仅凭一张试卷、一份作业下定论,综合整个学期的过程记录、实操成果、实践表现综合评判学生专业水平与思想素养,依靠清晰的考核导向引导学生平衡技能学习与品德养成,实现课程思政育人成效可观测、可量化、可检验。

4 结束语

综上所述,立德树人是高职教育不可动摇的根本任务,《旅游市场营销实务》作为旅游管理专业核心课程,拥有天然的思政融合优势,课程思政体系建设是实现技能培育与价值引领协同发展的关键抓手。因此剖析当前教学中内容融合、课堂载体、教师能力、考核评价四大现实短板,从教学内容重构、课堂模式创新、师资培育、考核机制优化四个层面搭建完整可落地的课程思政实施体系,这可以为后续的教学推进提供完善的课程思政体系,从而引导高职旅游专业学生练就过硬营销本领,同时树立诚信从业、传承文化、服务社会的正向价值观,培育适配新时代文旅产业发展的高素质技术技能人才。