

doi:10.13582/j.cnki.1674-5884.2024.03.004

基于文旅融合的旅游管理专业 课程思政创新探索

——以“旅游品牌建设与管理”课程为例

罗栋,李雨霞

(湘潭大学 商学院,湖南 湘潭 411105)

摘要:“旅游品牌建设与管理”是旅游管理本科专业的选修课程,其课程思政当前存在着文旅脱节、供需错位、知行失衡等三大教学痛点问题,这也是旅游管理专业课程思政面临的普遍问题。文化和旅游深度融合发展为改进旅游管理专业课程思政提供了创新视野及因应策略。具体来说,就是要以立德树人为根本任务,以学生为中心,构建文旅融合特色课程思政模式,深度挖掘思政元素,重构教学内容模块,拓展课程思政资源,创设开放教学环境和互动教学平台,创新嵌入式、融入式、渗透式的课程思政融入方式,优化问题导向式自我学习、案例探究式合作学习和项目实战式实践学习三大教学方法,完善形成性评价体系。

关键词:旅游管理专业;课程思政;文旅融合

中图分类号:G641

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2024)03-0020-06

旅游管理专业课程以培养又红又专的高层次复合型创新文旅人才为目标,蕴含着丰富的思政元素。“旅游品牌建设与管理”是旅游管理专业的专业选修课程,主要讲授旅游品牌设计、旅游品牌文化、旅游品牌传播等内容,担负着课程思政育人的重要任务,但在课程思政教学过程中面临着文旅脱节、供需错位、知行失衡等教学痛点问题,这也是旅游管理专业课程思政面临的普遍问题。进入新时代,文化和旅游深度融合发展为旅游管理专业课程教学改革提供了更丰富的要素资源,也为破解其课程思政难题、提升课程思政水平提供了创新思维与对策方法。

1 文旅融合视角:旅游管理专业课程思政教学痛点分析

习近平总书记强调:旅游与文化密不可分。

2018年文化和旅游部正式组建,文旅融合进入一体化深度融合发展阶段^[1]。这为推进旅游管理专业建设与课程思政改革提供了崭新视野。“旅游品牌建设与管理”是旅游管理专业基础课程和必修课程的拓展和深化,是旅游管理专业教学体系的有机组成部分。湘潭大学“旅游品牌建设与管理”课程组,立足于文旅融合这一新背景新思维,通过对社会期待、学情、专业特色等方面进行分析后发现,当前“旅游品牌建设与管理”课程思政建设主要存在三大痛点问题。

1.1 文旅脱节问题

党的二十大报告提出,要“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合”。与此相适应的是,旅游专业教育应全面贯彻落实文旅融合理念,始终坚持“以文塑旅、以旅彰文”,坚持

收稿日期:2023-11-11

基金项目:湖南省教育厅高等学校教学改革项目(HNJG-2021-0409);湖南省教育科学“十四五”规划2022年度课题(ND229174);湖南省学位与研究生教学改革研究项目(2023JGSZ065)

作者简介:罗栋(1980—),女,湖南湘潭人,副教授,博士,主要从事旅游经济、旅游教育研究。

“以文化人”,自觉在教学活动中传承和发扬中国特色社会主义文化,自觉运用中国特色社会主义文化培根铸魂。然而,在“旅游品牌建设与管理”教学过程中,基于文旅融合理念的教学实践还处于零散阶段,往往强调基础理论和学科前沿较多,“就旅游谈旅游”“就文化讲文化”现象比较常见,缺乏融合思维,在专业教育中落细、落小、落实思政教育有待加强。文旅脱节问题实质上反映了思政育人与专业教育之间的“两张皮”问题或“融合不深”问题。以文旅融合为着力点突出价值引领是该课程思政创新改革的核心内容。

1.2 供需错位问题

我国旅游业已进入全面大众旅游时代的重要战略期,旅游业高质量发展对旅游管理专业高层次人才的需求更加强烈^[2]。中国旅游研究院课题组在《中国旅游人才发展报告(1949—2021)》中指出,人才紧缺、供需错位等始终是行业面临的攻关课题^[3]。旅游本科课程教学同质化和旅游人才需求分层化之间的矛盾比较突出。在旅游本科教育发展过程中,“专业不专”“专业不强”现象长期存在,专业课程教育存在比较严重的同质化现象,培养模式相近,专业课程相似,专业特色和学校特色比较模糊,学生综合素质和专业素养难以适应未来旅游业发展变化和学生自身发展要求。作为专业选修课程,“旅游品牌建设与管理”课程内容仅围绕品牌基础理论建构,或“与旅游无关”,或“与旅游关系不大”,无视旅游品牌发展特殊规律,与社会发展现实联系不紧密。以现代旅游业发展需求为导向的“旅游品牌建设与管理”课程教学改革势在必行。

1.3 知行失衡问题

旅游管理专业是典型的应用型专业。旅游业的高质量发展亟须既有理论高度又有实践深度、既有专业化能力又有宽阔视野的人才。旅游业的发展本质决定了对旅游人才有理论和实践的双重要求,旅游课程必须紧密结合理论研究与实践操作。旅游管理专业本科教育在“宽口径、厚基础”培养模式下长期存在“重理论轻实践”倾向,实践能力和相关技能的培养不足,对现实复杂性问题认识和理解不足。在学习本课程之前,学生学习了“管理学原理”“微观经济学”“市场营销学”“旅游学概论”等专业基础课程和必修课程,已初步掌握旅游管理专业的基础理论知识框架,对旅

游行业发展有初步认识,具有朦胧的品牌意识,渴望有机会参与旅游发展相关的实践锻炼,也非常需要夯实基础、提升技能。在“旅游品牌建设与管理”课程中,“说得多做得少”“眼高手低”等现象较常见,缺乏对旅游系统的现实洞察和品牌管理的实战探索。坚持实践导向推进“旅游品牌建设与管理”课程实践教学非常必要。

2 文旅融合特色:旅游管理专业课程思政创新模式构建

为解决“旅游品牌建设与管理”课程教学中存在的主要痛点问题,提高课程教学质量,提升人才培养质量,湘潭大学“旅游品牌建设与管理”课程组坚持以立德树人为根本任务,以“学生为中心”为教学理念,结合旅游管理专业的“红色育人”特色,构建了“文旅融合特色课程思政模式”。这一模式具体是指在“旅游品牌建设与管理”课程教学过程中,坚持以“知识建构—能力培养—价值塑造”为主线,深度挖掘思政元素,重构教学内容模块,拓展课程思政资源,创设开放教学环境和互动教学平台,创新嵌入式、融入式、渗透式三大课程思政融入方式,优化问题导向式自我学习、案例探究式合作学习和项目实战式实践学习的特色教学方法与手段,完善形成性评价体系,全过程全方位实现以文育人、以文化人,打造文旅融合特色“金课”,培养“又红又专”高层次复合型创新文旅人才。

这一模式的核心特色在于“文旅融合”。第一,文旅融合是时代与旅游行业发展的背景和底色。文化和旅游的融合发展经历了“文”“旅”简单相加的基础融合阶段、“文”“旅”互相促进的改良融合阶段,进一步迈入了以文化和旅游有机结合、文化和旅游高质量发展为特征的深度融合发展新阶段^[4]。全面贯彻落实党的二十大精神,推进文化和旅游深度融合发展与高质量发展,是当前我国文旅行业的战略任务,“文化和旅游要在更广范围、更深层次、更高水平实现深度融合发展”^[5]。第二,文旅融合是该旅游课程教学的重要目标之一。既要在知识层面和理论层面浸润文旅融合的内涵与特征,同时也要在能力层面学会如何文旅融合,怎样实现文旅融合好、融合优,更要在思维层面提升融合思维,提升文化自信。第三,文旅融合是“旅游品牌建设与管理”课程内容

的重要内容板块。“以文塑旅、以旅彰文”作为文旅深度融合的根本方向,也体现在课程内容上。课程每一章节的具体内容与知识点上,文化始终是旅游品牌的灵魂,旅游品牌承载和传播文化,文化与旅游水乳交融,融为一体。最后,文旅融合是“旅游品牌建设与管理”课程思政建设的关键着力点。在旅游品牌生命周期的任何阶段,即实务操作环节,无论是旅游品牌的定位、设计、形象塑造、品牌文化塑造,还是旅游品牌的传播、创新、战略、危机管理等,都要求坚持正确的价值导向,始终坚持以文化人、以文育人,培养“又红又专”的旅游人才。

基于这一模式,“旅游品牌建设与管理”课程思政教学目标设置主要围绕三个层面展开。(1)知识目标:应熟悉和掌握旅游品牌建设与管理相关的基本理论、系统知识和管理方法,形成旅游品牌建设与管理理论框架体系;(2)能力目标:理解并能灵活运用旅游品牌建设与管理的基本理论与操作方法和技能,培养并提升收集分析信息能力、分析和解决问题能力;(3)思政目标:强化品牌意识,培育工匠精神,增强文化自信,坚定理想信念,传承弘扬中华优秀传统文化和革命文化、社会主义先进文化,深化政治认同和家国情怀。

3 文旅融合赋能:旅游管理专业课程思政创新路径设计

根据“旅游品牌建设与管理”文旅融合特色课程思政模式,在教学目标的指引下,课程思政创新路径主要从重构教学内容、拓展教学资源、创设教学环境、创新课程思政方式、优化教学方法与手段等五个方面进行设计、实施,从而为该课程思政全程育人、全方位育人和以文化人、以文育人赋能增效,以更好地彰显专业特色,实现人才培养目标。

3.1 三模块重构课程教学内容

“旅游品牌建设与管理”作为一门专业选修课程,既要体现专业课程的理论前沿性,又要有较高的实践性要求,同时还要体现高阶性和创新性要求。通过品牌管理教材掌握基础理论,专业理论文献和实操案例构建旅游品牌知识体系,体验式实践项目实现应用与实践,三位一体重构课程教学内容体系,实现课程内容整合。一是基础理

论选用经典《品牌管理》教材,内容编排具有全面性和应用性,主要依赖于老师讲授,体现系统性特征。二是专业理论文献由具有较高专业价值的中外理论文献组成,专业实操案例来源于老师和学生共同收集整理,主要依赖于老师讲授、学生自主学习相结合,实现学术训练和案例分析提高,体现高阶性要求和创新性要求。三是体验式实践项目由教师根据教学内容有意识设计而成,依赖于团队充分分工与深度合作,同样体现高阶性要求和创新性要求,具有挑战性。三大内容模块充分互补,不可割裂,构成完整的课程内容体系;同时,又各具不同功能,合理搭配利用,充分发挥课程最大作用。

3.2 三举措拓展课程思政资源

一是共建课程思政案例库。师生开发共建形式多样的课程资源案例库(文字、图片、语音、视频等),既包括完整的案例教学文本,也包括少量微视频案例。如“旅游品牌发展历史”这一章节的案例库,就搜集整理了锦江饭店与董竹君、酒店业改革开放与北京建国饭店、韶山红色旅游与毛家饭店等案例。案例库通过挖掘思政元素,以案例教学讨论、学生团队利用分享、案例传播共享等方式实现案例迭代,提升案例教学质量。

二是共读经典与前沿学术文献。充分利用中国红色旅游创新发展研究基地、湖南省旅游研究基地等平台优势,以传统纸质文献、电子文献形式收集整理学科经典与前沿文献,包括著作、论文、标准、政策文件、研究报告等,通过老师领读、小组共读及个人深度阅读等方式启发培养学术思维。每一章都列出了要求精读和泛读的学术文献,要求学生根据自我发展和能力水平要求,选择性开展学术训练,要求撰写读书笔记、思路启发和扩展性阅读体会等。

三是共享练习与项目数据资料。整合利用线上线下知识练习资源,如学习通 APP 上本课程的课程视频、案例、试题库与作业库等,如教材开篇案例、练习与思考题、课后拓展训练等。有效利用各类项目资料成果,如参加学科竞赛、参观景区或企业、旅游策划规划项目、情景游戏、科创项目、虚拟仿真实验等。全国大学生红色旅游创意策划大赛、湖南省大学生旅游专业综合技能大赛、湖南省大学生酒店商业策划创意大赛等各类旅游专业竞赛为学生提供了大量实践练习机会。

3.3 三结合创设开放教学环境

一是线上课堂+线下课堂相结合,让学习更加便捷。综合运用多媒体、计算机网络、学习通APP、MOOC线上课程、资料云盘等软件和硬件教学手段,丰富教学资源助力学术水平和实践能力双向提高。本课程线上学习采用湘潭大学孙丰国教授主讲的“品牌管理:思维引导与案例解析”课程,内容讲解有趣有料,案例丰富且生动活泼,受到广泛欢迎。

二是传统课堂+翻转课堂相结合,让学习更加主动。灵活运用多种教学方法,讲授法精讲透原理,案例法和项目实战法灵活运用,尽量克服“学习微笑曲线”,生成有情有理、有虚有实、有滋有味的传统优质课堂。以学生为中心建设翻转课堂,“五步翻转课堂法”重构教学流程,课前学习MOOC线上课程“品牌管理:思维引导与案例解析”相关内容+指导联系+测试反馈理论学习效果+课中运用理论分析解决问题+汇报反馈整体学习效果。

三是校内课堂+校外实践课堂相结合,让学习更接地气。利用学校实践第二课堂,通过布置定向任务、课程实验等推进课堂教学延伸,将湘潭大学校史馆、三道拱门、校门广场等地标建筑故事及学校办学历史等红色文化内容引入课堂;利用社会实践第三课堂,通过请进来、走出去、学科竞赛、科创项目等机制,充分利用好湘潭大学旅游管理专业实践教学基地,如韶山、彭德怀纪念馆、窑湾历史文化街区等,推进实践教学对接。

3.4 三方式增强课程思政功能

在教学实践过程中,逐渐构建和形成课程思政的三种课程思政方式:嵌入式课程思政独立运用,融入式课程思政水乳交融,渗透式课程思政润物细无声。三种方式融会贯通、融合运用,实现课程思政与专业教育深度融合,同向同行。

一是嵌入式课程思政。这一方式主要指相对独立的思政内容“小”模块嵌入整个课程内容体系中,小模块大作用,是课程内容的有机组成部分。案例教学中嵌入式课程思政有大量运用,如“旅游品牌设计”内容关于杭州文旅的logo设计案例分析,汉字“杭”的篆书演变,航船、城郭、建筑、园林、拱桥等要素融入,构图简洁精致,展现中国气韵和传统美学,中国文化的自信就油然而生了。如在“旅游品牌危机管理”内容中,专题讨论

2021年7月张家界面对突如其来疫情时的“教科书式的危机应对”案例,在学习危机管理原则和策略的同时,不仅被温情与理性感动,更重要的是,作为中国旅游人的责任与使命感就被激发了。

二是融入式课程思政。这一方式主要指思政元素巧妙融入理论知识、操作技能、实践训练的学习过程,思政与课程如盐入水,融为一体。该课程最显著的融入是品牌意识和工匠精神的融入,在旅游品牌建设与管理的任何环节,这都是底色。著名酒店品牌文化:希尔顿的微笑、广州白天鹅的宾至如归等,无不体现着酒店企业以顾客为本、精益求精的工匠精神,星星点点的思政元素在专业课程中闪耀发光。加强对学生职业伦理道德的教育与培养,锤炼品格,亦是课程思政的重要目标。

三是渗透式课程思政。这一方式是更为“潜”层面的教育,润物细无声地感化,比如老师身体力行,定好位、讲好课、服好务,以良好素养和高尚品格影响感化学生;又如学生通过体验式训练,通过团队成员之间的相互合作,学会承担责任、自省自查、分享助人、磨炼意志等。

3.5 三方法有效激发学习动力

一是问题导向式自我学习。每一章节都以一个中心问题串联内容,遵循“目标引领—问题导向—任务驱动—活动载体—学习检测—反思强化”流程,强化学生在问题中自我学习、探索未知。在“旅游品牌传播”章节学习中,提出核心问题“旅游品牌传播如何利用好新媒体”,围绕这一主题,通过新媒体传播理论学习,通过比较分析“文旅局长们卷起来”系列短视频案例,小组进行新媒体传播实践探索等一系列学习,收获知识,回答问题,检验效果。

二是案例探究式合作学习。课程教学方法最大的特色是案例法的深度灵活使用,各章节既有开篇案例和思考案例等完整的案例分析讨论内容,也有大量散见于小知识点的微案例、视频案例等。在“旅游品牌传播”章节学习中,通过对文旅局长们的短视频传播探索的多案例分析与讨论,同学们关注了现实,提升了综合能力。

三是项目实战式实践学习。按照旅游品牌自然生命周期的过程开展项目实战,从学生进入不同的旅游品牌项目组开始,重要节点设计项目实战式体验环节,形成连贯的过程,分阶段汇报和期末总结汇报相结合,强化品牌意识,提升实践能

力,深度体验旅游品牌发展的全过程。这一过程贯穿课程学习的整个阶段,实时检验学习效果。

4 文旅融合效应:旅游管理专业课程思政创新成果评估

文旅融合推动了文化和旅游事业高质量发展,也必将促进旅游管理专业课程思政实效提升。当然,这一效应实现程度需要从全要素、全过程进行科学评估。要坚持老师、学生、社会三元主体评价,坚持过程透明化、形式多样化、标准明确化的“三化”考核要求,完善形成性评价体系,与教学过程融为一体,扩展评价广度,延伸评价深度,促进教师和学生共同成长。利用学习通 APP 数据反馈,建立知识库、工具和准则,融入日常教学。进一步降低期末考试成绩所占比例,采取微课视频、课前测试、课堂互动、章节测试(线上)、作品评价、小组合作探究、课内实验、期末考试等多种评价方式整合,形成即时性反馈和阶段性反馈的“双反馈机制”,获取终身学习成长动力。

4.1 课程思政实施过程质量评估

要坚持全要素、全过程评估,构建实施即时性反馈评估、阶段性反馈评估、终结性反馈评估的三阶段反馈评估机制。一是课程准备阶段。要从教师角度评估包括学情分析和资源建设,如教学内容分析、教学目标设定、课程素材准备、教学内容的把握等在内的完成质量,从学生角度评估主要包括知识内容的预习复习、实训准备等方面的完成质量。二是教学实施阶段。要从教师角度评估包括时间的合理分配、教学内容的安排、教学手段方法的灵活运用、项目式体验训练的布置与指导等方面情况,从学生角度评估包括理论知识学习与运用、学术提升、实践锻炼等方面情况。三是课程总结与反思阶段。要对作业与评价的反馈、教研教改的钻研与学习等方面情况进行评估,适时调整,及时改进。

4.2 课程思政铸魂育人实效评估

要坚持价值引领,以学生为中心,挖掘品牌课程本身丰富的思政元素,积少成多,文旅融合,让旅游品牌课程“红”起来,真正实现专业传授与课程思政同向同行,提升铸魂育人实效。湘潭大学旅游管理专业是国家一流本科专业、全国高等学校第一类特色专业和湖南省重点专业,在长期办学过程中逐渐形成了以红色旅游为研究特色,以

红色文化育人为专业育人特色。课程思政创新的成果亦很好地支撑本校旅游管理专业红色育人的专业特色,“红色研学培养旅游管理专业学生社会主义核心价值观的探索”获得湘潭大学教学成果奖二等奖。

从学生课程学习质量来看,成绩有所提升,专业学习能力均呈现出良好的发展态势。从近三年的数据来看,期末总评成绩反馈显示,成绩优秀和良好比例均有所提升。同时,课堂大量互动要求和课程资源的共建、共读、共享机制等“倒逼”学生大量阅读专业文献和撰写实践案例素材,部分同学为同学们讲解学术论文,部分同学开始撰写学术论文,专业理论素养有所提高。从学生课程实践能力来看,通过加强实践训练,培育职业伦理道德,培养了学生的批判思维和创新思维,使学生的应用实践能力“强”起来了。在沉浸式模拟体验中,团队小组分工合作,有实战有挑战,有汇报有反思,提升了学生的综合能力。学生积极参与各项社会活动、大学生暑期社会实践活动、专业课程调研活动等,在湖南省大学生旅游管理专业综合技能大赛、湖南省大学生酒店管理商业策划创意大赛、湖南文旅推广活动等比赛表现优秀,获得省级一、二、三等奖多项。

4.3 教师课程思政教学能力评估

要抓住教师队伍这一关键,全面考察教师课程思政教学能力状况。湘潭大学“旅游品牌建设和管理”课程组教师团队的教学能力得到提升,师德师风建设取得显著成效,课程建设和教学团队建设成果丰硕,教学竞赛成绩优异。主讲教师获得2023年湖南省高校教师教学创新大赛课程思政组三等奖、2019年湖南省普通高校教师课堂教学竞赛三等奖、湘潭大学教师课堂教学竞赛二等奖。在全国大学生红色旅游创意策划大赛、湖南省大学生旅游专业综合技能大赛、湖南省大学生酒店管理商业策划创意大赛等各类竞赛中担任指导老师,多次获一、二、三等奖。优秀课程建设情况方面,“旅游品牌建设和管理”课程立项为湘潭大学课程思政示范课程;作为主讲教师之一参与的“红色旅游与文化遗产”课程被评为2021年湖南省线上线下混合式一流课程、2019年湘潭大学精品在线开放课程。课程组教师以教带研、以研促改,在教学研究方面取得了丰硕成果。课程组成员主持多项教学改革相关科研项目,包括湖

南省教育科学规划课题“过程视野下高校红色文化育人质量提升策略研究”、湖南省普通高等学校教学改革研究项目“集成创新视角下的高校应用型专业创业教育改革研究——以湘潭大学旅游管理专业为例”“新文科背景下高校旅游管理类专业‘金课’建设研究”等。发表了《过程论视角下新时代爱国主义教育新探》《集成创新视角下高校应用型专业创业教育改革研究》等学术论文。在成果辐射方面,课程组教师多次面向同类型高校和相关专业分享创新经验,尤其是在课程思政实践过程中逐渐构建形成的嵌入式、融合式、渗透式三种课程思政模式,获得一致好评。在取得建设成效的同时,课程团队在创新与改革的过程中也明确了课程下一阶段持续改进的方向,如进一步整理教学案例出版辅助教材、进一步提升

信息化教学能力水平等。

参考文献:

- [1] 张飞. 文旅融合: 历程、趋势及河南路径[N]. 中国旅游报, 2020-06-05(03).
- [2] 马晓芬, 戴斌. 旅游人才高质量培养的新时代课题[J]. 旅游学刊, 2022(8): 10-12.
- [3] 中国旅游研究院. 中国旅游人才发展报告(1949—2021)[EB/OL]. (2022-04-22)[2023-02-22]. <https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404761005526745119>.
- [4] 谢朝武. 消除现存结构性问题 加快推进文旅深度融合[N]. 中国旅游报, 2022-12-27(02).
- [5] 胡和平. 推动文化和旅游高质量发展[EB/OL]. (2022-02-06)[2023-02-22]. https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/202204/t20220406_932289.htm.

Innovation of Ideological and Political Education Path in Tourism Management Courses Based on the Integration of Culture and Tourism: Taking “Tourism Brand Construction and Management” as an Example

LUO Dong, LI Yuxia

(School of Business, Xiangtan University, Xiangtan 411105, China)

Abstract: “Tourism Brand Construction and Management” is an elective course for the undergraduate majors of Tourism Management. Currently, there are three main teaching pain points, namely the disconnection between culture and tourism, the dislocation of supply and demand and the imbalance of knowledge and practice, which are also common problems faced by the ideological and political courses of Tourism Management. The deep integration of culture and tourism provides an innovative vision and response strategy for improving the ideology and politics of tourism management courses. Specifically, it is necessary to be student-centered with moral cultivation as the fundamental task and we need to build the ideological and political model of courses with cultural and tourism integration, deeply explore ideological and political elements, restructure teaching content modules, expand curriculum ideological and political resources, create an open teaching environment and interactive teaching platform, innovate the embedded integrated and permeable integration methods of curriculum ideological and political education, optimize the three major teaching methods of problem oriented self-learning, case study cooperation and project combat practice learning, and improve the formative evaluation system.

Key words: Tourism Management; curriculum ideological and political education; integration of culture and tourism

(责任校对 葛丽萍)