

产教融合背景下《酒店市场营销》一流课程创新教学模式研究

——以海口经济学院为例

李华丽

(海口经济学院时代旅航管理学院, 海南 海口 571127)

【摘要】2019年10月, 中华人民共和国教育部发布《教育部关于一流本科课程建设的实施意见》。同时我校正在推进产业学院建设, 深化产教融合, 加快高水平应用型本科教育水平提升。本文对海口经济学院酒店管理专业《酒店市场营销》一流课程创新教学模式进行研究, 对该课程性质及学情进行了分析, 探讨了该课程改革需解决的问题, 提出了课程教学模式创新性改进建议, 创新适用于应用型本科学生能力和素质需求的教学模式, 深入推动产教融合协同育人。

【关键词】酒店市场营销; 产教融合融合; 教学模式; 教学体系

2019年10月, 中华人民共和国教育部发布《教育部关于一流本科课程建设的实施意见》, 建设适应新时代要求的一流本科课程, 全面开展一流本科课程建设, 树立课程建设新理念, 推进课程改革创新, 提高教师教学能力, 完善以质量为导向的课程建设激励机制, 形成多类型、多样化的教学内容与课程体系。同时在当前, 我校正在推进产业学院建设, 深化产教融合, 加快高水平应用型本科教育, 全面提高人才培养能力, 引导各专业主动面向区域、面向行业、面向产业办学, 深化人才培养供给侧结构性改革, 促进教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接。我校酒店管理专业在岛内外与多家五星级国际酒店建立了校企合作关系, 在产教融合不断推进的背景下, 本文对一流课程《酒店市场营销》创新教学模式进行研究, 探讨如何构建融合行业最新发展、时空大数据技术、课程思政等元素满足不同层次学生需求的产教融合教学内容体系, 创新适用于应用型本科学生能力和素质需求的教学模式, 深入推动产教融合协同育人。

一、课程性质与学情分析

《酒店市场营销》是酒店管理专业本科的专业核心课程, 从2013年酒店管理本科第一届招生以来开始开设, 本课程作为酒店管理本科专业的核心课程, 至今已有7届酒店管理本科学生对该门课程进行了学习。本课程于2021年获评省级一流本科课程(线下课程)。

本课程以学生能力培养为核心, 以就业为导向, 通过实施项目伴随式教学, 结合实际分析一定旅游现象中所包含的经济规律和趋势, 并对酒店的市场营销现状和发展趋势及营销环境进行分析和解决具体问

题, 有效制定营销策略, 培养学生进行酒店营销调研、市场细分及市场定位的能力, 强化实践技能的训练, 突出应用能力的培养。通过本课程的学习, 使学生正确理解酒店市场营销基本理论, 使学生能够具备分析酒店营销环境的能力, 及时跟踪顾客行为, 具备制定营销方案的策划及执行能力。本课程是酒店管理专业顶岗实习、实践的准备课程。

二、课程与教学改革要解决的重点问题

(一) 教学内容过于局限, 与酒店营销新业态结合不紧密

该课程主要讲授传统的4P策略, 即产品策略、促销策略、价格策略和销售渠道策略。课程中对更新的营销理论如4C营销理论(Customer、Cost、Convenience、Communication)、4S营销理念(满意satisfaction、服务service、速度speed、诚意incerity)等涉及的不多, 新的营销理念如关系营销、整合营销和网络营销等也没有太深入探讨。

(二) 教学方法上以教为主, 学生的主观能动性体现不足

本课程的教学主要是多媒体教学、案例教学, 虽然在课程设计上组织学生进行辩论赛、产品设计等内容, 学生也能参与到实践环节中, 但大部分时间还是传统的讲授, 即老师讲、学生听, 不能很好地达到教学效果。

(三) 教学环境单一, 不能很好体现“应用型”本科教育

在教学环境的创设上局限于课堂, 主要是利用多媒体教学手段进行理论教学, 结合案例或围绕某一市场营销热点问题进行分析讨论, 虽然提高了同学们的学习积极性, 但是理论和实践依然脱节, 学生在学完

本课程后不能很好地将理论知识应用到实际工作中。

(四) 课程考核方式不灵活, 难以对学生进行科学全面的考核

该课程的考核方式是闭卷考试, 平时成绩占30%, 期末成绩占70%。这种考核方式存在一定的缺陷, 那就是学生平时的实践报告、PPT制作及展示等成绩都只能在平时成绩中体现, 所占比例有限。按照国家教育部的文件要求, 需要加强考试管理, 严格过程考核, 加大过程考核成绩在总成绩中的比重。

(五) 价值塑造、知识传授和能力培养三者融合度不足, 课程思政需加强

本课程内容教学过程中与思政有一定结合, 如在营销环境分析时涉及到国家政策、法律法规等内容时, 会正确引导学生形成正确的价值观念, 但内容毕竟太少。

三、《酒店市场营销》课程教学模式创新性改进建议

(一) 工作流程为轴, 优化课程教学内容

该课程内容设计坚持工作任务导向的原则, 走模块化基础酒店市场营销路线, 优化课程内容, 以酒店营销计划制定的工作流程顺序为逻辑主轴组织教学, 结合酒店营销新业态, 将酒店市场营销环境分析、酒店消费者购买行为分析、酒店市场营销调研、酒店目标市场决策、酒店产品策略、酒店价格策略、酒店渠道策略、酒店促销沟通策略串联起来, 优化课程实施过程。

(二) 教学过程中以学生为主体, 教师引导

1. 教学中突出培养学生主动学习能力

学生能否主动思考、主动参与、主动分析讨论、主动搜集相关资料等各种主动性对于本课程目标的实现有至关重要的影响。因此, 在教学中, 突出学生学习主体的地位, 采取合适的教学方法调动学生主动学习的兴趣和热情, 教师改变传统说教模式的习惯, 成为课堂教学的组织者和引导者, 要组织课堂教学内容、表现手法、环节控制, 通过提问、讨论、分析、辩论赛、作品展示等方式引导学生学习, 达到快乐学习的目的。

2. 翻转课堂, 把讲台交给学生

如《酒店宴会产品设计》内容的教学上, 可以采取翻转课堂的教学方式, 以班级授课加小组学习两种方式。在预习阶段, 提前布置了产品设计任务, 根据产品设计理论知识, 同学们分组进行产品设计和PPT制作, 在课堂上由小组成员进行汇报。在小组汇报时, 鼓励其他同学认真聆听、动脑思考, 要求小组间相互评价, 指出优缺点, 从而更加有效地理解知识点。通过理论知识的初步学习和老师发布在学习通里往届学长的作业, 进一步延伸学生的旧知识, 启发学生

对理论知识的深度理解, 从中发现更多的规律和设计技巧, 提高自己的认知水平。

3. 把教室变为思想碰撞的赛场

如在进行市场定位内容的教学时设计辩论赛环节, 由学生自由站位选择正方或反方, 对某五星级酒店市场定位“三星级的价格五星级的享受”进行辩论, 整个辩论赛环节由学生自主推荐主持人、辩手、评委, 最后老师总结。通过辩论赛, 同学们更好地理解了整个产品的概念, 对理论知识进行了升华, 有效地提升了营销策划能力, 还锻炼了团队协作能力, 加强了PPT的制作能力, 提高了语言表达能力和控场能力, 同学们得到了有效的锻炼和提升。

4. 任务驱动导向, 走模块化教学路线。

结合学院模块化教学改革的要求, 课程设计走模块化, 从培养酒店营销理念入手, 打破以知识传授为主要特征的传统教学模式, 灵活运用模块化案例教学、案例分析、小组讨论、实地调研、启发引导、汇报交流、多媒体、辩论赛、课程实践等教学方法与手段, 形成融“教、学、做”为一体的课程特色。

(三) 整合资源, 打造产教融合教学环境

1. 课堂理论教学环境

教室是理论学习的阵地, 充分利用多媒体教室进行理论教学, 夯实学生的理论基础, 为分析问题、解决问题做充分的准备;

2. 线上辅助学习环境

充分利用学习通平台进行线上辅助学习, 本课程在学习通进行建课, 并将课件、录课视频、案例、作业、章节测验、课外读物推荐及其它相关资料上传学习通平台, 同学们可以利用课余时间通过学习通进行辅助学习。通过学习通平台, 学生提前进行阅览和预习, 拓展了课堂容量, 延伸和拉长了课堂时间, 创新课堂管理, 赋予课堂新的场景。同时教师和学生可以随时随地在学习通平台上进行交流和互动, 教师也可以更为精准的监控学生的学习情况, 加强对学生的过程考核和管理。

3. 校外实训基地教学环境

本专业跟岛内外多家国际品牌五星级酒店建立了教学实习合作关系, 在本课程教学上, 可以将酒店的营销策划案引入课堂进行案例教学, 也可以组织同学们到酒店营销部门进行岗位实践。本课程在酒店管理模块课程实训中, 组织同学们到酒店实地调研, 提前拟定调研提纲, 根据提纲与营销部门管理人员进行面对面访谈, 最后形成报告, 并进行答辩, 有效加深了同学们对课程的理解, 提升了酒店营销应用能力。

4. 校内综合实训环境

课程结束, 由同学们以寒暑假小学期的形式策划一场校内酒店接待活动, 将理论知识运用到实践中。

本专业以寒假小学期形式进行的课程综合实训，如由本科同学全员参与进行总策划的东方慧人悦动鸡尾酒之夜，包括策划案撰写、招商引资、产品设计、价格制定、促销宣传、票务销售、场地布置、现场接待。整个酒会吸引了近 300 名师生购票参加，受到了学院领导、与会客人的高度评价。活动结束后让同学们进行答辩总结，有效地将理论与实践融合，提升了教学效果。

（四）注重过程考核，优化课程考核体系

改变以往的平时成绩 30%，期末考试 70% 的考核方式，采取考核内容更全面、更客观的方式。

本课程加大实践环节，并将学生平时的实践报告、PPT 制作及展示等在课程考核上体现出来，每一个学习性工作任务学习和完成的过程，都是一个考核的过程，老师根据学生完成的项目任务、团队协作情况等方面进行考核，所有任务完成后取其平均分，作为技能考核成绩。在学期末，学生集中进行专业理论知识考核。

（五）将思政内容贯穿到教学过程中，价值塑造、知识传授和能力培养相结合

通过有效的设计，潜移默化地形成学生正确的人生观、价值观，培养学生爱国爱党的素质。

1. 教学内容与思政融合

在教学内容上，应该将思政内容尽可能地贯穿到教学过程中，通过有效的设计，潜移默化地形成学生正确的人生观、价值观，培养学生爱国爱党的素质。如在营销环境分析内容学习上，结合国家政策、海南自贸区建设的相关政策，准确把握基本国情，掌握科学的世界观、方法论。在公共关系内容学习上，把思政教育内容融入内部营销，让学生从海口经济学院的一名学生角度出发，讨论如何共同维护学院的形象，从而引导学生增强集体荣誉感。

2. 社会主义核心价值观的培养

在酒店产品设计过程中，将设计的基本原则与践行社会主义核心价值观的理念融合起来。在设计过程中不能只考虑满足消费者需求和获得企业利润，不能为了获得利益而忽视了社会长期利益。要用社会市场营销观念来指导产品设计活动，如在开发过程中体现“绿色环保”。在设计过程中还要体现诚信原则，不能夸大宣传，要根据酒店的实际情况进行产品设计和促销宣传。如在营销环境分析内容学习上，结合国家政策、海南自贸区建设的相关政策，准确把握基本国情，掌握科学的世界观、方法论。

3. 正确人生价值观的培养

在产品设计任务中要求同学们以小组为单位，分工合作进行产品设计、PPT 制作和上台分享，这就有效地培养了同学们团队协作的意识和能力。酒店

作为服务型企业，要做好各种对客服务都需要餐厅、前厅、客房、工程、财务等部门的协同合作，必须从现在开始慢慢培养同学们的合作意识，为以后的工作打好基础。在公共关系内容学习上，把思政教育内容融入内部营销，让学生从海口经济学院的一名学生角度出发，讨论如何共同维护学院的形象，从而引导学生增强集体荣誉感。

四、结语

本课程广受学生好评，学生评价在课堂上学到了很多实用的东西，能很好地用于实践工作中。通过教学改革，同学们主动参与辩论赛、产品设计、酒会策划与执行等教学实践环节，取得较好的教学效果。经过几年的教学创新与改革，课程在教学理念、教学模式、教学质量等方面取得了质的飞跃，2022 年该课程参加海南省高校教师教学创新大赛获三等奖；2023 年该课程组老师组织学生参加全国高校酒店数字营销大赛获二等奖。

参考文献：

- [1] 曹晶. 产教融合视域下房务管理线上线下混合式“金课”建设探析[J]. 创新创业理论研究与实践, 2023, 6(08): 25-27.
- [2] 王祖良. 基于课程思政的“酒店品牌建设与营销”一流课程教学改革与实践[J]. 科教导刊, 2022, 480(12): 119-121.
- [3] 杨卉. 对分课堂与 TBL 相结合的酒店管理专业课程“教学验研”模式研究——以桂林旅游学院酒店管理专业课程教学为例[J]. 广西教育, 2022, 1239(15): 75-79.
- [4] 李瑛, 倪冰. 应用型本科院校一流课程建设困境与突破路径[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2022, 19(11): 141-144.
- [5] 孙国霞. 新文科建设与产教融合视域下的“酒店管理概论”金课建设研究[J]. 长春大学学报, 2022, 32(12): 90-94.
- [6] 杨熠. 产教融合背景下酒店管理专业多元化教学模式探析与实践[J]. 湖北开放职业学院学报, 2021, 34(14): 159-160.

基金项目：海口经济学院 2023 年度校级教育教学改革研究课题：产教融合背景下应用型本科酒店管理专业一流课程创新教学模式研究（项目编号：Hjyj2023009ZD）。

作者简介：

李华丽（1979—），女，湖南永州人，教授，研究方向：旅游文化、旅游营销。