

旅游管理专业课程教学模式改革研究

孙景荣

南京晓庄学院旅游与社会管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年11月30日; 录用日期: 2025年12月27日; 发布日期: 2026年1月5日

摘要

本研究针对地方院校旅游管理专业核心课程“旅游市场营销”存在的学习主动性欠缺、教学内容创新性不足、营销策划能力训练不深、课程考核方式较单一、数字化工具应用不足问题,以新文科理念为指导,从优化教学设计、重构教学内容、创新教学路径、应用数字工具、构建综合考核模式五方面进行创新改革,有力推动旅游管理专业人才培养的质量提高。

关键词

旅游管理专业, 教学模式改革, 旅游市场营销

Research on the Reform of Teaching Mode for Tourism Management Specialty Courses

Jingrong Sun

School of Tourism and Social Management, Nanjing Xiaozhuang University, Nanjing Jiangsu

Received: November 30, 2025; accepted: December 27, 2025; published: January 5, 2026

Abstract

This study aims to address the problems of lack of learning initiative, insufficient innovation in teaching content, inadequate training in marketing planning ability, single course assessment method, and insufficient application of digital tools in “Tourism Marketing”, a core course of tourism management major in local colleges and universities. Guided by the concept of new liberal arts, innovative reforms are carried out from five aspects: optimizing teaching design, reconstructing teaching content, innovating teaching paths, applying digital tools, and constructing comprehensive assessment models, which effectively promote the quality improvement of talent cultivation in

tourism management major.

Keywords

Tourism Management Major, Reform of Teaching Mode, Tourism Marketing

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着文旅深度融合战略的不断推进、旅游大数据的广泛使用以及旅游新媒体快速发展,文旅行业对旅游新媒体营销人才需求不断增加,传统旅游教学模式培养的营销人才已经不能满足行业新的需求,需要对旅游传统教学模式进行改革。目前学界关于旅游管理专业课程教学模式改革研究的更多集中“旅游英语”[1]-[3]“旅游经济学”[4]“旅游规划”[5][6]“导游实务”[7][8]等课程方面,对“旅游市场营销”课程研究相对较少。因此,本研究以旅游管理专业核心课程“旅游市场营销”课程为例,对课程教学模式进行改革创新,助力旅游管理专业人才培养。

2. “旅游市场营销”课程教学模式存在的问题研究

“旅游市场营销”课程是旅游管理专业核心必修课程,通过学习该课程,让学生掌握旅游市场营销学基本概念、基本方法和基本理论,提升学生旅游市场营销策划的能力。但在实际教学过程中,该课程面临以下问题:(1) 学生学习主动性不足,传统讲授法下的学习,学生更多处于被动接收的状态,在课堂上,学生参与互动的积极性不高,主动性学习动力不足,课后较少查阅资料开展自主学习;(2) 教学内容创新性不够,随着大数据和旅游新媒体的快速发展,旅游市场需求、旅游市场细分、旅游营销方式等都出现新的变化,原来的教学内容由于教材更新缓慢,教材里面涉及的内容和案例等严重滞后于旅游行业的发展[10];(3) 营销实践能力训练不深,传统讲授法更多强调知识的讲解,基本概念和基本理论的掌握,对营销实践能力的训练略显不足,从而形成重知识、轻能力的问题;(4) 课程考核方式较单一,传统教学模式,更多强调期末考试的比重,过程性考核比重较小,但随着学生个性化需求的不断增加,原有的考核模式已经不再适应新发展的需要;(5) 数字化工具应用不足等问题,传统教学模式更多集中线下讲授,随着在线教学技术不断发展,传统的线下教学模式已经不能满足学生个性化需求发展,迫切需要借助在线教学资源,更好服务于教学。

3. “旅游市场营销”课程教学模式创新措施研究

本研究从优化教学设计环节、重构教学内容、构建综合考核方式、创新教学路径、引入数字化工具等措施,对旅游市场营销教学改革模式进行创新。

3.1. 优化教学设计环节,解决课堂学生主动性不足的问题

基于对分课堂教学法,优化教学设计环节。对分课堂的核心理念是把一半课堂时间分配给教师进行讲授,另一半时间分配给学生以讨论的形式进行交互式学习[9]。对分课堂包含教师内容讲授、学生内化吸收、小组讨论、小组交流和教师答疑五个过程。教师课堂先讲授各章的内容框架和重难点内容,学生课后围绕讲授重点、难点和课后思考题进行自学和完成作业,下一次上课开展小组讨论,各小组重点讨

论未解决问题，小组讨论结束后进行汇报，重点汇报小组讨论内容和未解决问题，最后是教师答疑和课程总结，教师负责解答未解决问题并进行课堂总结。

3.2. 重构教学内容，解决教学内容创新性不足的问题

对“旅游市场营销”课程教学内容进行重构，形成“8P”为核心的理论架构，首先是探查(probing)，即旅游市场调查，其次是分割(partitioning)，即旅游市场细分，第三是优先(prioritizing)，即旅游目标市场选择，第四位是定位(positioning)，即旅游市场定位，最后再加上 4P 策略，产品(product)、价格(price)、渠道(place)和促销(promotion)，共同构成 8P 理论架构。将旅游营销学前沿研究成果及时更新并融入课程教学中，同时将旅游行业最新的营销案例引入课程当中。此外，定期到旅游企业进行调查，梳理旅游营销发展新趋势，岗位的新要求，及时将其转化教学内容，融入课堂教学中。

3.3. 构建了综合考核方式，解决考核单一的问题

考试总评成绩由平时成绩，期中成绩和期末成绩组成，其中平时成绩和期中成绩占到 60%，期末成绩占到 40%。平时成绩由课堂互动、课堂签到、小组讨论、章节学习、话题讨论等组成。期中成绩通过 3 次过程性考核进行评价，平时成绩、期中成绩和期末成绩均按照百分制评定，再分别按照所占比例计算出总评成绩。通过课程考核方式创新，构建了由平时考核、期中考核、期末考核为辅的综合考核方式，探索出适用于课程平时考核方式，包括小组讨论、旅游问卷设计、在线学习、课堂互动、读书笔记等、期中考核题型(数据分析题、问卷设计题、项目策划题等)和总结出课程期末考试的命题题型(以能力考核题型为主，以记忆考核题型为辅)和内容(将旅游业营销最新的案例以及旅游营销前沿研究领域融入考试)，详见图 1。

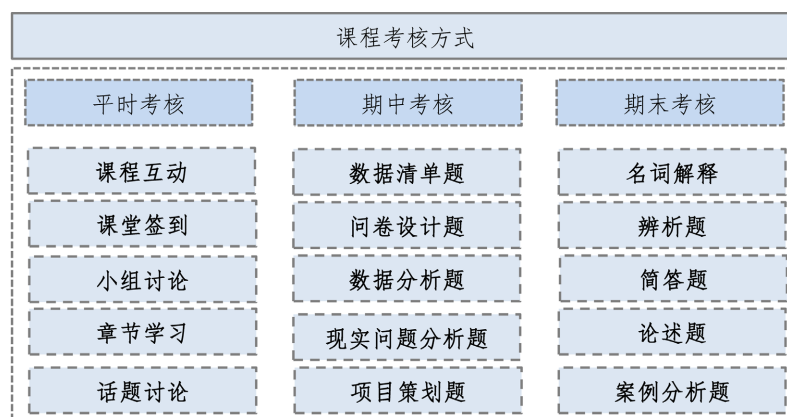


Figure 1. Course assessment methods

图 1. 课程考核方式

3.4. 通过教学路径创新，解决了重知识，轻能力的问题

通过思政元素与课程育人结合、理论与实践结合、课程学习和研究学习结合等路径，有效提升课堂教学质量。思政元素和课程育人结合，在讲授专业知识时，要结合课程中蕴含思政元素，实现专业知识和家国情怀、企业社会责任、文化自信、环境保护等有机结合；理论和实践相结合，主要引入业界最新的旅游营销案例进行课程教学，提升学生运用理论分析现实问题的能力，邀请旅游企业、酒店、新媒体公司等开展行业讲座，介绍旅游营销最新的发展以及旅游新媒体的运营模式等；课程学习和研究学习结合，主要针对旅游企业存在问题，开展专题研究，同时引入旅游顶尖期刊的前沿研究进课堂。

3.5. 搭建在线课程资源, 解决数字化工具应用不足

搭建在线课程资源, 运用知名的在线教学平台, 建设旅游市场营销在线课程, 建立教学资源库, 具体包括旅游市场营销案例库、过程性考核题库、作业库、课件等; 借助旅游市场营销虚拟仿真实验室, 开始虚拟仿真教学, 旅游市场营销虚拟仿真教学主要提供旅游企业虚拟仿真环境, 让学生真实体验和学习旅游营销部门管理人员工作内容, 解决现实无法解决的问题。

4. 课程教学改革成效

通过课堂教学模式改革, 取得一定成效。(1) 通过问卷调查的方式, 对旅游管理专业学生进行调查, 发放问卷 47 份, 回收问卷 47 份。调查结果显示, 87% 的学生喜欢该课程的上课方式, 96% 的学生认为该课程作业适中且能完成, 87% 的学生认为课上讨论、思考和课后自学对旅游营销知识的巩固提升有积极作用, 79% 的学生认为旅游市场营销课程中参与小组讨论的积极性较高, 91% 的学生认为旅游市场营销课程提高了自身的学习兴趣, 72% 的学生认为旅游市场营销学课程提升了团队协作能力, 64% 的学生认为在旅游市场营销课程中总是有或经常有自主学习的动力; (2) 在旅游营销相关的学科竞赛方面, 学生参加全国高校精英挑战赛品牌策划大赛、全国高校商业精英挑战赛文旅与会展创新创业实践竞赛和全国高校精英挑战赛营销模拟决赛, 获得国赛奖项多项。

5. 结论与展望

本研究针对地方高校旅游管理专业核心课程旅游市场营销存在的问题, 以新文科理念为指导, 从教学设计、教学内容、教学路径、教学考核和教学数字化五方面进行创新改革, 有力推动旅游管理专业人才培养的质量提高。未来研究还需要从以下几方面开展: (1) 在课程小组讨论的过程, 存在“搭便车”的现象和讨论效率不高的问题, 如何组织有效的小组讨论, 激发学生参与讨论的积极性, 成为未来需要重点研究的问题; (2) 如何更深入将线上教学和线下教学融为一体, 构建基于对分教学的线上线下融合的教学模式, 也是未来研究的重要方向; (3) 对课程教学模式改革开展深入研究, 研究该模式在旅游管理专业其他专业课程适用性的问题, 例如可以考虑推广到“研学理论与实务”“研学旅行课程执行与实施”“研学基地课程设计实施与品牌打造”等文旅研究方向选修课中。

基金项目

2020 年江苏高校哲学社会科学研究一般项目“青少年研学旅行行为与供给侧调整策略研究”(项目编号: 2020SJA0472)。

参考文献

- [1] 陈胜. 基于云班课的高职高专旅游英语内容依托式教学改革[J]. 西部旅游, 2021(3): 54-56.
- [2] 郭菲. 《旅游英语》课程教学模式改革初探[J]. 旅游纵览(下半月), 2016(8): 259-260.
- [3] 刘寒雨. 基于产出导向法的高职校企协同在线开放课程建设研究——以旅游英语课程为例[J]. 产业与科技论坛, 2020, 19(14): 245-246.
- [4] 罗正业, 黎泽平, 张耀凯. 基于“四堂联动、三项融通、校企共赢”的旅游经济学课程教学模式改革探索[J]. 兴义民族师范学院学报, 2025(3): 92-101.
- [5] 李万莲, 王良举, 林传红, 等. 基于能力培养的《旅游规划》课程建构主义教学模式改革[J]. 淮南师范学院学报, 2018, 20(5): 23-26.
- [6] 肖瑜. 基于 OBE 理念的旅游规划与开发课程混合式教学改革实践与研究[J]. 中国多媒体与网络教学学报(上旬刊), 2024(2): 158-161.
- [7] 李平. “导游业务”课程思政教学改革与实践[J]. 济南职业学院学报, 2023(3): 60-63, 69.

-
- [8] 刘韵琴. 典型工作任务驱动的高职旅游专业动态模块式教学模式改革——以《导游实务》为例[J]. 教育现代化, 2016, 3(35): 41-43.
 - [9] 张学新. 对分课堂: 大学课堂教学改革的新探索[J]. 复旦教育论坛, 2014(5): 5-10.
 - [10] 白雯, 石婷婷, 刘晓丹. 高校旅游管理专业教学模式的创新与实践探索[J]. 吉林广播电视大学学报, 2025(4): 13-15.