

产教融合背景下高职新业态课程开发研究与实践

——以“房车露营地营销策划”为例

许亚元, 沈 宏, 吴 燕
(安徽机电职业技术学院, 安徽芜湖 241000)

[摘 要] 旅游产业转型升级, 高职旅游管理专业需围绕新业态、新岗位进行新业态课程开发。高职产教融合政策背景为校企协同开发课程提供了制度保障。文章基于房车露营旅游新业态发展背景, 依托地方特色产业和校企合作平台, 依据 ADDIE 课程开发理论, 结合教学实践经验, 围绕课程目标、课程内容、课程资源、课程实施、课程评价五个阶段, 对“房车露营地营销策划”课程的开发展开了研究, 以期对高职旅游管理专业如何根据地域特点打造特色课程、培养旅游新业态专门人才具有一定的借鉴意义。

[关键词] 产教融合; 旅游新业态; 房车露营地; 营销策划; 课程开发

[中图分类号] G718.5; G642.3 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 2096-711X(2026)16-0073-04
doi:10.3969/j.issn.2096-711X.2026.16.025 **[本刊网址]** <http://www.hbxb.net>

当前, 我国自驾游与房车露营产业正处于快速增长和转型升级期, 市场发展潜力较大, 国家层面也相继出台了多项政策支持房车露营地建设与业态创新。但是, 房车露营地运营管理、营销策划等方面的专业技术技能人才短缺, 高职院校针对房车露营地细分方向的课程体系尚不健全, 与行业龙头企业协同开发房车露营地方向课程十分必要。本研究对标房车露营旅游新业态、对接产业人才新需求, 依托地方产业和校企合作平台, 以具体课程“房车露营地营销策划”为研究对象, 进行产教融合新业态课程开发的研究。本研究以 ADDIE 模型为课程开发的理论依据。该模型提出了系统化课程开发的五个阶段: 分析 (Analysis)——通过需求和课程分析, 明确课程目标; 设计 (Design)——基于分析结果, 设计课程结构、内容、教学策略等; 开发 (Development)——开发课程配套的教学资源; 实施 (Implementation)——在真实的教学环境中实施课程; 评价 (Evaluation)——全面衡量课程的效果和影响。

一、课程开发背景与意义

(一) 课程开发背景

产教融合是职业教育发展的重要途径, 也是推动职业教育高质量发展的基础工程。自驾游与房车露营是中国旅游发展的新形态, 是增长速度很快的新兴市场, 国家也出台了一系列支持自驾游和露营地的文件。房车和营地具有亲近自然、情感交流、愉悦身心等突出属性, 逐渐成为一种新的旅游和生活方式, 房车露营行业前景广阔。然而, 房车露营地运营与管理人才远不能满足行业快速发展的需求, 急需培养房车露营地运营与管理专业人才。目前, 国内缺少与房车露营地行业相关的课程内容, 多数作为某些课程中的一个部分, 缺乏完整的课程内容体系。因此, 基于产教融合, 进行房车露营地运营与管理方面的专业建设和相关课程的开发具有很强的必要性。

(二) 课程开发可行性

途居露营管理股份有限公司隶属奇瑞控股集团, 是中国房车露营地知名品牌。为服务区域经济和地方企业、打造特色专业方向、培养房车露营地运营与管理高素质技术技能人才, 本课程所属的旅游管理专业与途居露营管理股份有限公司达成了校企合作, 共建了“途居露营产业学院”和房车露营地实训基地, 成立了订单班, 共同制定了专业房车露营旅游方向的人才培养方案, 并设置了房车露营地方向特色课程体系, 其中便包括“房车露营地营销策划”课程。与途居露营开展深入的校企合作, 为本课程的开发提供了坚实的行业后盾和产教融合基础。总之, 本课程主要是依托房车露营旅游新业态的发展和行业实力企业的合作而开发。

本课程开发的校内教师团队多次进入途居露营旗下直营营地开展实地调研, 且多名团队教师在途居露营管理股份有限公司进行了实践锻炼, 积累了一定的行业实践经验, 收集了丰富的课程开发素材和企业真实案例; 团队参与 1+X 旅行策划职业技能等级证书师资培训, 具备一定的产品设计与策划技能; 课程所属专业为“现代学徒制试点专业”, 专业教师有丰富的校企合作教学经验。此外, 本专业已开设“旅游市场营销”“旅行策划”等课程, 为“房车露营地营销策划”课程的开发奠定了一定的基础。总之, 本课程由旅游管理专业校内教师团队和途居露营管理股份有限公司共同开发, 课程开发的理论和实践基础深厚, 具有较强的可行性。

(三) 课程开发意义

本课程开发的意义主要体现在以下几个方面。本课程依据房车露营旅游行业发展对营销策划职业岗位的需要而开发, 并与途居露营公司开展深入合作, 旨在基于产教融合, 丰富和完善旅游管理专业课程体系, 培养具有房车露营地营销知识和技能的人才, 满足房车露营地对高素质服务与营销人才的需求, 填补相关空白; 充分结合房车露营休闲度假旅

收稿日期: 2026-6-26

基金项目: 本文系安徽机电职业技术学院 2023 年校级质量工程项目“基于产教融合的新型活页式教材建设研究——以《房车露营地营销策划》教材为例”阶段性成果 (项目编号: 2023xjjyyb02); 2023 年度安徽省高校哲学社会科学研究项目“短视频传播对城市居民乡村旅游目的地决策的影响研究”阶段性成果 (项目编号: 2023AH052687); 2025 年高校中青年教师培养行动项目——青年骨干教师境内访学研修资助项目阶段性成果 (项目编号: JNFX2025181); 2025 年度安徽省高校哲学社会科学研究项目“数智赋能主客互动: 乡村旅游情感传导与地方依恋协同建构研究”阶段性成果 (项目编号: 2025AHGXSK30518)。

作者简介: 许亚元 (1990—), 女, 安徽芜湖人, 安徽机电职业技术学院副教授, 主要从事旅游市场营销研究。

游发展新趋势,打造与芜湖汽车文化高度融合的区域特色鲜明的旅游管理专业课程;依托房车露营地、研学旅游、自驾游等行业发展和国家政策支持大背景,服务芜湖地方企业和经济发展,为企业提供相关培训服务、智囊服务,输送人才;面对旅游产业的转型升级和新业态发展,以学生为主体,专注于露营地营销策划人才的培养,通过课程中真实的、鲜活的、生动的企业案例,切实提高学生的学习兴趣,拓展学生的专业视野,提高学生的岗位实践技能、综合素质、就业竞争力,提升学生的岗位适应能力和职业可持续发展能力;促进教师了解房车露营旅游等旅游新业态,加强对旅游行业新业态的关注度,提高教师对自驾旅游、研学旅游、露营地发展等国家政策的解读能力,提升教师眼界和专业课程的开发能力。

二、课程开发路径与设计思路

(一)课程开发路径

开展深入的调研和访谈,了解房车露营地行业现状与发展、房车露营地营销管理人才和岗位需求、企业对岗位能力的要求。按照课程目标对接岗位需求与岗位能力标准、课程内容对接岗位能力要求和岗位典型工作任务、课程教学过程对接岗位真实工作过程的核心逻辑来开发课程,并通过课程评价与反馈,对课程进行持续改进。融入新型业态、依托产教融合,在课程目标、教材、课程资源、教学场景、教学师资、课程评价等方面实现校企协同、共建共享。思政教育与专业课程有机融合是课程开发的重要内容,将课程思政理念有机融入课程开发中。

(二)课程开发设计思路

课程开发团队进行“岗位能力”分析,梳理岗位核心能力要求。以营销策划基本原理为主线,将真实的企业营销策划活动引入课程,以企业营销策划真实工作过程为导向,设计八个教学项目,针对每个教学项目,设计若干典型工作任务,并创设真实的工作情景,开展项目教学和任务驱动教学。将企业真实案例和新鲜案例融合到课程中,注重案例教学,可在相关理论和技能学习过程中,穿插案例阅读与分析,强化学生对理论和技能知识的消化吸收,典型工作任务完成之后,设计项目训练和任务拓展,促进学生对知识的应用。针对每个典型工作任务,具体设计思路如下:工作情景任务引入—学生接受任务—教师解析任务,讲授所需知识与技能点—学生探索任务—教师引领与指导—学生完成任务—教师评价任务—学生任务拓展。

三、课程开发实践

(一)明确课程目标

确定课程目标是课程内容和结构设计的前提,产业发展对人才和岗位的需求是课程目标确定的依据,课程目标制定要符合企业对人才的规格要求,对接产业岗位需求和岗位能力标准。本课程开发团队基于房车露营地行业的人才和岗位需求调研,确定房车露营地运营与管理高素质技术技能人才培养目标,梳理出房车露营地运营与管理典型工作岗位。例如,营地外派经理、运营专员、项目专员、采购专员、前台接待、客房协调、餐厅服务、营销策划、产品专员、销售协调等,并对这些岗位的核心能力要求进行提炼分析。其中,房车露营地营销策划岗位能力要求包括:能针对露营地行业和产品开展市场调研,提出营销建议;能根据客户需求制定活动策划方案,负责活动方案的策划、组织实施、协调控制、复盘总结;能对活动进行宣传设计,优化视觉体验;能准确把握市场、洞悉用户需求,开发适应市场需求的营地产品;能进行营地市场开发、营地产品推广;能够撰写策划方案;具备较强的沟通协调能力和团队协作意识;具备爱岗敬业、认真细致的职业精神;具有创新意识等。对接上述岗位能力要求,制定

了本课程的教学目标。

(二)构建课程体系

1. 课程内容重构

课程内容重构是课程开发最核心的环节之一,基于产教融合的课程开发是专业理论知识和企业实践知识的融合。因此,结合营销策划基本理论内容和房车露营地产业特点、产品特性,基于房车露营地营销策划、产品专员等岗位的需求、能力要求、工作过程,建立课程项目模块和岗位典型工作任务,深度融入企业真实案例,根据完成每个工作任务所需要的知识、能力、素养要求,构建了本课程的内容体系。

本课程一共包含八个教学项目:房车露营地营销策划初识;房车露营地营销环境分析;房车露营地旅游消费者特征分析;房车露营地市场细分与定位;房车露营地产品策划;房车露营地活动策划;房车露营地价格和渠道策划;房车露营地促销推广策划。课程包含二十二个工作任务:认识房车露营地营销策划、房车露营地营销策划的方法、设计房车露营地营销策划书框架、分析房车露营地营销环境、房车露营地SWOT分析、房车露营地市场调研、房车露营地旅游消费者动机分析、房车露营地旅游消费者特征分析、房车露营地市场细分、房车露营地市场定位策划、研学教育营地产品策划、露营地度假营地产品策划、营地会奖营地产品策划、周边自驾游产品策划、营地节庆活动策划、营地赛事活动策划、营地文化活动策划、营地趣味活动策划、房车露营地价格策划、房车露营地渠道策划、房车露营地促销策划、房车露营地新媒体推广策划。在教学项目与工作任务中引入企业相关资源。例如:企业岗位职责与职业要求、员工工作手册、营销策划书、营销场景、调查问卷与调查报告、实地调研资料、营地产品实例、营地活动实例、产品价格实例、分销渠道实例、促销策划实例、新媒体推广实例等。

2. 课程教学策略

本课程采用理论与实践一体化教学,通过项目化实践操作训练,融理论于实践当中,形成理论引导—项目深入—任务实践的教學模式。本课程灵活采用理论讲授、案例分析、团队合作、社会调查、情景教学、任务驱动等多种教学方法实施教学;借助学习通等教学平台,上传教学资源、建立线上课程,实施线上和线下混合式教学;重视实践教学,汇编学生的实践成果,增强学生的自主性和自信心。

3. 课程内容更新

目前,我国房车露营地行业正处于高速发展和转型升级阶段,为适应行业发展需求,课程开发团队应当随时增加、减少、修改授课内容,对课程内容进行动态修订与升级,提升课程内容的灵活性和及时性。例如,房车露营地的产品和活动策划是本课程当中非常重要的内容,也是更新换代比较快的内容,因此需要根据房车露营地行业和企业经营实际进行内容的更新和调整;还应与时俱进,增加新媒体营销方面的内容。

4. 融入思政元素

“立德树人、育人导向”是教育之根本,课程开发不仅要考虑学生职业与岗位能力的培养,还要关注学生职业素养的养成与提高。在课程的开发建设中,应明确思政教学目标、进行思政教学设计、融入思政教学内容。《房车露营地营销策划》课程中的思政元素主要体现在以下方面:促进旅游行业新业态的认可度和理解度,促进职业精神、职业认同感和职业自豪感的养成;露营是一种新的生活方式,是满足人民对美好生活向往的重要形式之一,有利于社会主义核心价值观的传播;培育和增强学生的文化自信、文化认同、优秀传统文化;促进诚实守信、创新意识等职业素养的形成;传播生态旅游观念和文化;促进乡土情怀的养成。

(三) 开发课程教学资源

依据课程标准进行课程资源的开发,包括教学PPT、教案、任务书、教材等在内的课程资源。依托企业的资源优势,为课程开发提供丰富的教学资源。将企业真实、典型、新鲜案例融入课程;将企业培训资料、营销策划方案、工作规范与岗位标准等优质资源融入课程;利用校内房车露营地实训基地和校外途居露营地真实营地场景,拍摄图片及视频素材,丰富课程资源。

建设教学环境资源。本专业已与途居露营管理股份有限公司共建了校内实训基地,模拟房车露营地经营环境,为学生创造了一个生动有趣的学习环境。与途居露营公司共建了校外实训基地,让学生在真实的工作环境中进行学习和实践,例如,安排学生前往露营地实地参观、安排整周的校外实训基地实践教学活

动。课程开发教师团队建设。本专业聘请了露营地高级管理人员、直营露营地经理等企业工作人员担任课程兼职教师,参与课程开发,并承担一定比例的课程教学任务,尤其是实训教学;同时,邀请企业专家进校开展形式多样的讲座。课程开发由校内教师团队前往露营地企业进行实践,参与企业经营和管理工作,积极主动了解行业最新标准和动态,带回一线工作案例及经验,为课程开发进行知识与技能储备。

配套课程信息化资源。信息化资源在课程开发中起着重要作用,也是开展课程线上与线下混合式教学的重要基础。借助产教融合平台,充分发挥企业的主体作用,依托产业丰富的实践性知识和资源,建设课程配套的信息化资源。例如,将企业真实工作场景和工作内容,制作成视频、动画等信息化资源,并及时更新,方便学生在线学、课后学、自主学。本课程开发团队已前往校内房车露营实训基地和校外途居黄山、龙山、马仁山等营地拍摄了丰富的照片和视频资源。借助VR等三维动态资源,让学生体验真实企业工作环境与工作过程。途居露营公司旗下不少营地自建了VR资源,可以让学生沉浸式了解营地。制作线上拓展资料库和微课视频等,构建信息化资源库。具体包括:重难点讲解微课视频;房车露营行业发展动态、行业资讯报告、行业标准、行业政策、企业案例等拓展性线上资源。本专业已建成省级教学资源库,可通过资源库中资源的共建共享,丰富本课程的信息

(四) 课程实施流程

本课程对接房车露营地营销策划工作过程、按照“项目化—任务驱动”范式开展教学实施。教学实施过程中,坚持以学生为中心,遵循“先描述,后分析”的思路,体现“做中学、学中做”理念,引入企业真实工作任务,引导学生分析和解决任务,以典型工作任务驱动带入知识和技能讲解。

本课程的具体工作任务包括:房车露营地营销环境SWOT分析,包括优势、劣势、机会、风险、发展对策分析;设计、发放、回收、分析“房车露营地消费者旅游意愿和需求调查”问卷,撰写调研报告;针对中小

学群体、4~10岁儿童的家庭群体、18~28岁的大学生和年轻白领、公司团建群体、全年龄段美食爱好者、养宠和宠物爱好者、全年龄段中式传统文化爱好者、运动康养爱好者等不同的游客群体,进行房车露营地活动的策划、组织、实施;房车露营地人员推销方案策

划;房车露营地促销推广方案策划;房车露营地新媒体(微信公众号、小红书、抖音)推广方案策划;实景直播推广策划;撰写房车露营地整体营销策划方案。

《房车露营地营销策划》课程教学实施流程具体如下。围绕每个典型工作任务进行教学实施。首先,引入工作任务,明确任务目标和要求,教师带领学生进行任务分析;其次,教师讲解完成工作任务所需用到的相关理论知识,融入企业真实案例,教师通过案例展示和分析,让学生掌握完成工作任务所涉及的相关技能点;接下来,教师引导学生自主完成工作任务,并进行巡回指导,学生任务完成后,教师进行点评和总结;最后,教师提供相关拓展性学习资源,布置课后拓展性工作任务,助力学生补充和拓展知识,促进学生

(五) 建立课程考核评价体系

对知识的应用。以本课程“房车露营地活动策划”项目为例,引入工作任务“芜湖市小学生职业体验活动策划”。具体任务内容为:学生以校内房车露营地实训基地为场景进行活动策划模拟,分四批次接待200名芜湖市小学生,进行房车露营地职业体验。具体任务要求为:在特定预算的情况下,依据目标群体或活动对象的身心特点,挑选、采购活动物资,撰写主题活动策划方案,方案内容包括但不限于“活动名称(主题)、活动目标、活动对象、活动时间、活动地点、活动内容与安排、活动宣传、活动预算、注意事项、资料附件等”。学生开展任务之前,教师讲解相关理论知识,展示企业真实的活动策划案例。在任务结束后,教师请企业兼职教师对学生作品进行评价和落地指导,从而进一步完善学生的实践成果。

参考文献:

- [1]尹逸,马丽萍,王尔茂.健康中国战略下高职食品营养与健康专业新课程开发研究——以“慢性病防控膳食调
- [2]杨华,王丹丹.学前教育专业校企合作课程开发实践研究——以“幼儿故事讲述与表演”为例[J].湖北开放职业学院学报,2025,38(7):173-175.
- [3]李志宏.产教融合阶梯式课程的开发与实施——以电子商务专业“网店客服”课程为例[J].中国职业技术教育,2015(8):88-92.
- [4]熊翠威.基于产教融合的项目课程开发与实践研究——以《电子商务综合实训》为例[D].南昌:江西师范大学,2022.
- [5]王晓旻.新课标背景下高职行业英语校本课程开发与
- [6]黄万鹏,劳丽平.校企合作视角下高职滨海旅游类专业“海丝文化实务”课程开发的构想[J].西部旅游,2023(15):100-102.
- [7]冯雨芹,王明雨,史培博,等.现代产业学院模式下项目制校企合作课程开发研究与实践——以道路规划设计课程为例[J].创新创业理论与实践,2025(19):177-179.
- [8]祁兴普,刘萍,姚芳,等.产教融合校企“双元”育人课程开发——以焙烤食品加工技术课程为例[J].高教学刊,2024(22):168-171.

(下转第78页)

人才培养研究[J]. 现代英语, 2025(15): 50-52.

[3] 马莹妮. 数智时代职业本科“日语+跨学科”专业教学改革及实践探索[J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2025(7): 22-25.

[4] 朱惠东. 数智化赋能应用型本科高校外语课程与地域文化融入策略与实践[J]. 现代英语, 2025(9): 76-78.

[5] 郑敏. 数智化赋能产教融合探索日语职业人才培养新路径——以山东外事职业大学应用日语专业为例[J]. 数

字通信世界, 2025(4): 244-246.

[6] 杨威. 数智化转型时代高校英语课程思政的守正与创新[N]. 精神文明报, 2025-4-10(B2).

[7] 王志平, 柴梦然, 刘晓凡. 基于“三新”背景的新文科外语类专业高质量发展思路研究[J]. 河南教育(高教), 2025(3): 60-61.

[8] 莫慧, 张燕, 严雪娟. 生成式人工智能赋能高职外语教师数智素养提升路径[J]. 校园英语, 2025(12): 3-6.

Construction of Digital and Intelligent Talent Training System for the Japanese Major of Vocational Undergraduate Colleges from the Perspective of Industry-education Integration: Taking the Applied Japanese Major in Guangdong Institute of Commerce as an Example

MA Ying-ni

(Guangdong Institute of Commerce, Zhaoqing Guangdong 526040, China)

Abstract: Under the dual background of the rapid development of the digital and intelligent industry and the continuous deepening of industry-education integration in vocational education, The Japanese major of vocational undergraduate colleges faces problems such as the detachment of talent training from industry demands and the lack of digital and intelligent skills. Creating a digital and intelligent talent training system that meets the needs of industrial development has become an important task for the professional upgrade. This paper takes the applied Japanese major in Guangdong Institute of Commerce as the research object, starting from the core connotation of industry-education integration, in combination with the “applied and skilled” talent training positioning of vocational undergraduate colleges, systematically analyzes the establishment of the digital and intelligent talent training system, clarifies the training goals and requirements, analyzes the existing problems, and explores a path of industry-education collaboration, digital empowerment, and comprehensive quality emphasis for the cultivation, providing a reference for the digital and intelligent transformation of the vocational undergraduate Japanese major and the improvement of talent training quality.

Key words: industry-education integration; vocational undergraduate colleges; Japanese major; digital and intelligent; talent training system

(责任编辑:章樊)

(上接第75页)

Research and Practice on the Development of New Business Form Courses in Higher Vocational Colleges under the Background of Industry-education Integration: A Case Study of “Marketing Planning for RV Campgrounds”

XU Ya-yuan, SHEN Hong, WU Yan

(Anhui Technical College of Mechanical and Electrical Engineering, Wuhu Anhui 241000, China)

Abstract: With the transformation and upgrading of the tourism industry, higher vocational tourism management programs need to develop new business form courses centering on emerging business forms and new job roles. The policy background of industry-education integration in higher vocational colleges provides institutional support for the collaborative development of courses between colleges and enterprises. Based on the development of the emerging business form of RV camping tourism, drawing on local characteristic industries and college-enterprise cooperation platforms, and adopting the ADDIE course development theory combined with practical teaching experience, this paper explores the development of the course “Marketing Planning for RV Campgrounds” across five stages: course objectives, course content, course resources, course implementation, and course evaluation. It is hoped that this study will offer some reference for higher vocational tourism management programs on how to build distinctive courses according to regional characteristics and cultivate specialized professionals for new business forms in the tourism industry.

Key words: industry-education integration; new business forms in tourism; RV campgrounds; marketing planning; course development

(责任编辑:范新菊)