

# 基于IP定位的《职业礼仪》课程思政教学改革

宋艳秋

浙江邮电职业技术学院, 中国·浙江 绍兴 312000

**【摘要】**本文从学生认知和实践的隐性根源出发, 基于专业性质、工作岗位及学生个人发展定位对礼仪的发生情境进行分析, 形成了从IP定位出发的《职业礼仪》课程思政教学改革整体逻辑, 并列出了具体的思政教育切入点与教学实施方法。以解决学生课堂所学与实际应用脱节的矛盾, 调动学生课程学习的积极性, 从而实现礼仪课程“立德树人”的根本任务, 为学生的职业发展和可持续发展助力。

**【关键词】**IP定位; 职业礼仪; 课程思政; 教学改革

**【基金项目】**本文为2022年浙江省教学研究项目《基于IP定位的〈职业礼仪〉课程思政教学改革》(项目编号: 33400QT22JG34)研究成果之一。

IP是当下网络流行语, 原指互联网的IP地址, 即Internet Protocol的缩写, 由四组数字(0-255)构成, 中间由点号分隔。后来引申为互联网文化方面, 特指知识产权Intellectual Property, 简称IP。互联网时代, IP已经变成了一个符号、一种价值观、一部自带流量并且可以创造更高附加价值的内容。

个人IP定位, 指的是把个人当做品牌去打造, 能根据自己的擅长、过去的积累、能调动的资源以及想改变某一个领域的决心, 去发现和找到一个细分(垂直)的领域或行业, 给自己贴上一个容易识别的标签, 去做这个领域的“代言人”, 最后持续不断和全方位的去这个领域的内容营销。

个人IP定位是明确的自我认知, 明确我是谁, 我能做什么, 我能提供什么价值或资源; 个人IP定位是自身努力的

一个方向, 需要制定短中长期的规划, 需要站在更高一级的位置上看待问题; 个人IP定位是基于目标的一种自我驱动和自我管理; 定位的效果源于他人对自身的反馈与评价。

## 1 《职业礼仪》课程思政教学改革源头

礼仪是规范的展示, 更是沟通与生存的哲学; 是静态的优雅, 更是动态的传达; 是源于心而形于外的艺术, 是一个个人标签中重要的组成部分。

很多学生毕业后发现课堂所学的礼仪知识、常规礼仪规范和做法, 似乎并无法运用或持续。原因很多, 有行业企业对员工的要求问题, 有人际交流场景环境的问题, 有个人知行差距的问题。礼仪课程课堂教学效果再好, 学生学完了如果没能在生活或工作实际中得以运用, 也就失去了课程的价值和意义。

表1 《职业礼仪》课程整体教学逻辑

《职业礼仪》课程整体教学逻辑框架		
问题场景	初入大学, 你印象最深的“人”“事”“物”是什么? 试举一例。 你学的是市场营销专业, 你觉得礼仪和营销的关系是什么?	
解决方案	是什么 礼仪是你这个人这个产品的外显 愉悦的体验-喜欢-深度接触-信任-互惠(成交) 不好的体验-排斥-远离-无价值传递-滞销	无处不营销, 万物皆产品 建立“个人产品”的品牌化运作思维
分析原因	为什么 人的本质: 社会性动物 人类三种需求: 安全感、满足感、关联感 马斯洛需求层次理论5个层次	认知决定行动, 行动影响认知, 知行改变格局
给出路径	学什么 课程体系角度: 职业形象设计-仪容礼仪、仪态礼仪、服饰礼仪 职业交往礼仪-见面礼仪、公务礼仪、应酬礼仪 职业语言礼仪-倾听技巧、表达技巧、提问技巧 职业拓展礼仪-应酬礼仪、仪式礼仪、涉外礼仪 品牌传播角度: 个人定位: 专业需求、个人能力、兴趣爱好三者交叉的区域就是自己的发展定位 营销推广: 形象管理(日常穿搭、社交举止、活动参与、公开表达、朋友圈形象等) 内容营销(日常生活、旅行见闻、学习思考、感受分享等) 事件营销(校内外活动、活动策划、裂变传播) 价值变现: 线上线下(自媒体、直播、短视频、特长变现、兼职创业、人脉链接等)	在课堂内外学习, 的内观外省中学习, 在与生活的互动中学习
	怎么学 内外兼修, 表里如一 内修外显, 知行合一 灵活应用, 诸行归一	
总结	问题场景-解决方案(品牌思维)-分析原因-给出路径 无处不礼仪, 无处不营销	

课程思政的本质是通过“协同”而实现“立德树人”，将知识传授、价值塑造和能力培养相统一。现实的课程教学中往往由于各种原因而将这三者进行了割裂，课程思政要求教师在教育中积极探索实质性介入学生个人日常生活的方式，将教学与学生当前的人生遭际和心灵困惑相结合，有意识地回应学生在学习、生活、社会交往和实践中所遇到的真实问题和困惑，真正触及他们默会知识的深处，亦即他们认知和实践的隐性根源，从而对之产生积极的影响。

因此，要解决学生课堂所学与实际应用脱节的矛盾，需要从学习源头上研究对象，调动学生课程学习的积极性，需要基于专业性质和工作岗位及学生个人发展定位对礼仪的发生情境进行分析，形成以职业情境引领，以身份情境（个人定位）考核的闭环教学模式，只有这样，礼仪知识才能够真正落地，课程所学才能够为学生的职业发展和可持续发展助力。

## 2 从定位出发的课程整体教学逻辑

下面，以高职市场营销专业《职业礼仪》课程教学为例，进行基于IP定位的课程思政教学改革剖析。

### 2.1 职业情境为引领

结合市场营销专业特点（职业情境）建立礼仪课程“是什么（礼仪即营销，产品即自己）-为什么（营销需礼仪，礼仪即沟通）-学什么（课程体系角度、品牌传播角度）-怎么学（课堂内外、在生活中修为）”的整体逻辑框架，在此基础上，通过“问题场景-解决方案-分析原因-给出路径”四步教学法进行课程知识点传授。如表1。

课程教学过程中，可将社会精神、公序良俗、社会风尚、职业精神、包容、协作、团结、尊重、和气、宽厚、推己及人、己所不欲勿施于人等德育元素无痕融入，在对名人名言（亚里士多德）、心理学理论（马斯诺需求层

表2 以职业为导向的课程个人定位逻辑

基于专业成长的个人定位逻辑框架			
定位的具体内容	什么是定位?	艾·里斯(AI Ries)与杰克·特劳特的定位理论 个人IP概念	知晓定位的意义与重要性
	为什么要做定位?	提升个人魅力 提升信用感 为自己的产品或其他收益模式背书	让别人知道你是谁，你有什么特色、性格，能提供哪些价值，能解决什么问题
	怎么定位?	1. 你现有的资源? (家庭背景、人脉资源、核心技能、兴趣爱好) 2. 目前行业趋势? 营销专业就业岗位? 3. 可参考的案例或工具? 4. 上述分析与参考基础上的自我定位	
定位的精准传播	1. 内容 (个人形象、态度、知识、产品) 2. 渠道 (自媒体、公众平台、线上线下) 3. 分享 (知识、经验、案例等和自身定位相关的有价值的信息) 4. 优化 (管理公众形象, 有所为有所不为)		定位是可变的, 是不断优化过程
定位的影响力提升	1. 与人合作 2. 借势借力 3. 圈层社群 4. 粉丝裂变		在不断优化中借势提升

次)的分析与解读中融入思政教育;在人物与故事的分享中融入思政教育;在对课程(礼仪)与专业(营销)的关联解读中融入思政教育;在对“品牌思维”(把自己当产品)的树立与引导中融入思政教育。

### 2.2 个人IP定位为依据

在整体框架基础上，结合礼仪课程教学中的角色定位理论（如表2，什么是定位，为什么定位，怎么定位，怎么传播），以个人身份预设为“情境”的出发点，指导营销专业学生完成基于专业成长的个人定位。（见表2）

在四步法（问题场景—解决方案—分析原因—给出路径）教学中运用问题法、案例法、示范法、讨论法、调研法等进行理论传授与实战总结，使学生知晓个人定位的逻辑及传播渠道，明白形象塑造与形象传播对个人影响力提升的重要性，树立“内外兼修”的形象力提升意识，并能生活中践行。

在具体教学过程中，结合定位的步骤和流程，可以以“我不只是……，我还可以是……”作为推演练习，如：我不只是学生，我还可以是网络创业者；我不只是学生，我还可以是团队管理者；我不只是学生，我还可以是销售员；我不只是销售员，我还可以是广告文案；我不只是直播销售员，我还可以是美食家，等等，引导学生给自己的人生开出更多（一个主专长，多个副专长）的窗口。也可以参照表3进行定位设计。

个人身份定位确定之后，再引导学生结合身份定位进行职业形象塑造及各种渠道的职业形象传播。

表3 个人定位表示例

形象照(略)	身份	品牌顾问、茶品牌电商负责人
	性格	积极、主动、热情、大方、严谨、细致、追求完美
	产品	地方特色茶产品
	客户群	有兴趣，爱生活，乐养生的中青年群体
	价值	传承茶文化，传播茶精神，以茶会友，共享风华人生
	知识能力体系	懂茶道，懂美学，懂客户，懂心理，会茶艺，会营销。 1. 鉴别茶叶品质，根据茶叶的品质选取合适的水质、水量、水温 and 冲泡器具，进行茶水艺术冲泡。2. 向顾客介绍名茶，进行茶叶销售，讲解饮茶及保管方法等茶文化知识。3. 按不同茶艺要求，选择或配置相应的音乐、服装、插花、熏香等环境。4. 能辨别生茶和熟茶，能把它们的色香味都发挥到完美的境界。5. 对经营的产品品类有全面的了解，熟悉各种茶叶的产地、特性及冲泡方法。
自我形象描述：专业、职业、利落、品味品质	圈层	商业圈、艺术圈、文旅圈
	副业兴趣	插花，设计，制作文创产品
	输入渠道	专业课程、互联网平台、实战项目
	输出渠道	各新媒体平台及线下活动平台

### 2.3 个人IP定位下的职业形象塑造和传播

首先引导学生知晓职业形象是一个系统的工程，需要内外兼修。思想系统是职业形象的核心系统，包括职业理想、职业信念、职业道德、职业品质、职业心理等；行为系统是职业形象的运作系统，包括为人处事行为、人际交往行为和工作能力行为等外表系统是职业形象的外在系统，包括眼神、表情、服装、服饰、动作等。

如在讲授职业形象塑造之仪容礼仪时，出发点即为个人的“自身定位”，问题情境包括：你是谁？和你的定位相符的职业形象是什么样的？你现在的形象和你的定位之间的差距如何？如何让自己的形象符合自己的定位，提升的步骤和方法是？如表4。

根据学生的个体定位情况及优劣势引导学生扬长补短，在明确的自我认知基础上进行针对性的仪容仪表方面的职业形象塑造和提升。

表4 从个人定位出发的自我形象塑造示例

从个人定位出发的自我形象塑造（自知、自律、自达）	
我眼中的自己	开朗、自信、努力、认真
别人眼中的我	有亲和力，内敛，做事比较踏实
我的身份（预设）是	品牌顾问、茶品牌电商负责人
和我的（预设）身份相符的形象是	温婉大方、沉静稳重、职业干练、秀外慧中
我现在的形象和我的定位之间的差距	内在的知识文化素养还不够，外在只是一个普通的女大学生，着装和仪态都比较随意，需要内外兼修提升自己的气质
仪容修正	学化淡妆，做符合脸型的发型修饰
服饰修正	关注职业装及新中式穿着
仪态修正	站坐行走手势表情等仪态规范
语言修正	学习与人沟通技巧，营销技巧与直播话术、直播运营技巧，考取普通话一乙证书

### 3 具体思政教育切入点设计与教学实施

基于定位，在对礼仪课程教学中的日常生活情境与职场情境进行整理后，设计具体的思政教育切入点，并在教学过程中运用问题法、案例法、示范法、讨论法、调研法等进行理论传授与实战训练。

如教授“职业形象之仪容礼仪”时，可在对心理学理论“首因效应”（第一印象）（他人评价）的分享中融入思政教育，在对首因效应的众关联效应（晕轮效应、期望效应、马太效应等故事和案例）的解读中融入思政教育，在人物与故事的分享中融入思政教育。通过“问题场景-解决方案-分析原因-给出路径”四步教学法进行课程知识点传授，引导学生知其然，知其所以然。课后让学生进行仪容仪表自检自查和自纠，收集整理朋友圈微信头像并分析，并依据自我定位设计个人微信头像。

不同主题实践任务，学生以小组或个人形式完成考核。将学生日常礼仪表现及礼仪学习态度纳入过程考核，结合学校组织的各项大赛中的礼仪活动，如开幕式活动、签约活

动、创业学生店开店剪彩活动等实施“以训代考”、“以赛代考”等，过程考核和结果考核兼顾，并进行及时反馈与改进指导，形成基于IP定位的学生礼仪课程思政教学闭环改革。在这个过程中，不管是学生个人的“职业形象”还是课程教学，都是从IP定位出发的不断优化过程。如图1。



图1 基于IP定位的《职业礼仪》课程思政教学流程

综上，基于IP定位的《职业礼仪》课程思政教学改革，结合礼仪课程教学中的角色定位理论，以个人定位为出发点，在对课程（礼仪）与专业（营销）的关联解读中融入思政教育，在对“品牌思维”的树立与引导中融入思政教育（职业形象、职业精神），在自我审视与他人评价中融入思政教育（定位的传播），指导营销专业学生完成基于专业成长的个人定位，再以个人定位为依据，进行职业形象的塑造与传播，将礼仪课程教学内容与学生专业成长、个人成长相结合，分层分类，有的放矢，为学生的职业发展和可持续发展助力。

#### 参考文献：

[1]艾·里斯,杰克·特劳特.定位[M].北京:机械工业出版社,2021.  
 [2]周秋玉.高职院校礼仪课程德育功能渗透研究[J].成才之路,2020,(20).  
 [3]朱玲.思政教育在高职院校礼仪课程中的缺失与重构研究[J].中国多媒体与网络教学学报,2022,(05).  
 [4]颜珺.高校礼仪教育“课程思政”的路径探索[J].陕西教育,2021,(07).  
 [5]乔桂萍.思政教育与礼仪教育融合探究[J].中学政治教学参考,2021,(39).  
 [6]何萍.高校《商务礼仪与沟通》课程的思政探索与实践[J].公关世界,2021,(15).  
 [7]赵九而.高职院校“社交礼仪”教学中课程思政的定位研究[J].山西青看,2020,(08).  
 [8]罗芳.基于就业导向的高职礼仪教育创新策略[J].职业技术,2016,15(08).

#### 作者简介：

宋艳秋(1979—)，女，副教授，齐齐哈尔大学汉语言文学专业毕业，浙江大学教育史硕士。