

基于职业能力的旅游景区营销课程创新研究

胡燕

黑龙江旅游职业技术学院,黑龙江哈尔滨 150086

[摘要] 在经济快速发展的推动下,不同的旅游项目不断涌现,且规模逐渐增大。多数旅游景区的管理过于简单,同时,缺少统一的管理制度及标准,需要景区做好复合型人才储备工作,也对高校相关专业学生培养提出更高要求。为了实现以上目标,教师应该在对学生职业能力培养的基础上,不断创新旅游景区营销课程。文章对以职业能力建设为目标的旅游景区营销课程创新进行了策略性研究,从校企合作、实践教学和线上、线下融合等方面进行了探索。文章对职业院校的课程设置具有一定的指导意义,对于其课程改革,尤其是线上、线下融合教学方式的实施,具有一定的实践指导意义。

[关键词] 职业能力;旅游景区;营销课程创新;管理能力

[中图分类号] JF590

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-7740(2021)25-0091-03

引言

当前,我国政府出台多项政策扶持职业院校快速发展,通过广州、深圳等经济发达地区先行先试,积累了职业院校创新课程改革的典型经验,对于其他地区做好职业院校课程改革具有很好的指引意义。以基于职业能力建设的旅游景区营销课程为例,旅游资源是旅游景区是不可缺少的关键构成部分,同时也是保证各地区经济建设的基础保障之一。新时期的发展背景下,人们对旅游的需求呈现多样化趋势,景区的数量不断增多,人们将关注重点放在景区品质、文化及管理方面,为了满足现代化发展要求,旅游景区需要不断提升自身的管理能力及服务质量。

一 创新校企合作的思想意识

为了在职业能力提升的基础上加强旅游景区营销课程创新,应该对校企合作提高重视,采用企业与学校深度合作的办学模式,同时结合景区的特点,设立青年就业实习基地,不仅能帮助高校毕业的大学毕业生解决就业难的问题,还能为企业选择及培养具备较高专业技能及综合素质的复合型人才,例如:海南职业技术学院,部分旅游系的学生在当地景区的重要部门得到较快的成长及发展,甚至部分学生能在自身岗位上承担重要的管理职务。各大高校也可以结合企业对人才的需求,制定切合实际的教育教学规划,针对景区旅游产品的特点,对相应的教材进行深入研究和开发,让学生的岗位适应能力及专业技能得到提升,进而提升教学效果及质量^[1]。

另外,基于职业能力的旅游景区营销课程在校企合作上的创新还应在这样几个方面开拓思路。一是将职业能力的培养同区域经济发展相结合,尤其要重视区域发展特色对职业能力的新的要求、新标准,

以此来推进旅游景区营销课程的创新发展。二是在课程设置上,更多的将综合职业能力作为教学内容,强调真实工作环境对职业技能的要求,构建真实工作场景的教学环境,帮助和引导学生模拟工作岗位情境,提前进入工作角色,增强角色认知。三是在校企合作的评价方式上,突破评价时间和空间的限制,在引用多方评价主体的基础上,将评价时段同教学进程统筹考虑,将教学评价融入教学过程,促进教学过程更科学化、规范化。

二 理论与实践深度融合的教学方法创新

(一) 打下坚实的理论基础

高校应该对新时期的旅游市场做好调查及分析,深入了解旅游景区管理实际情况,让学生对旅游景区的发展现状有一定的认知,同时针对不同景区的实际特点及产品类型做好归集和分类,加深印象和理解。例如:在2010年时,珠海长隆国际海洋度假区投入200亿元开始建设,相关负责人及管理人员去往20多个国家做调查,景区建设地点选择在珠海横琴,之所以将此区域作为首选,因为此地具备先天地理位置的优势,横琴不仅是第三个国家级的开发区,还与港澳地区相毗邻,具备许多环境及政策优势。同时,除了国内的游客外,还对东南亚其他国家的游客有很强的吸引力。

(二) 增设实践教学环节

为了提高旅游专业学生的市场营销能力,学校及教师应该采用理论与实践相结合的课堂教学运行模式,将某景区的经营管理作为主题,带领学生走进旅游景区进行实践体验,从开展管理思路设计开始,编制科学合理的营销规划,并走到相应的岗位上进行亲身体验,加强与旅游景区资深工作人员的沟通和交流,学习和借鉴其工作经验,在提升职业能力的

基础上,掌握专业对应岗位的适应技巧^[2]。

(三) 以课堂教学为中心带领学生展开讨论

为了让学生对课堂教学内容拥有更加深刻的理解,需要结合旅游景区的实际管理情况,同时提出相对较为敏感的问题,让学生充分发挥自身的想象力,结合专业知识和能力,在课堂上以小组的形式展开讨论,通过以上过程,可以让学生分析问题和解决问题的能力得到提高。例如:在2011年时,迪尼斯乐园在上海浦东新区开始投入建设,此项目的总投资金额为245亿元人民币,教师可以围绕此项目提出几个较为专业的问题,如“对欢乐谷会有冲击吗?”以及“其他旅游景区的客源会不会分散?”等。

(四) 提高对旅游市场调查的重视

教师不能局限在课堂教学内容中,应该对学生进行正确引导,带领他们走进市场,对最新旅游行业的情况做好了解,同时加强在日常生活中对旅游市场的关注,掌握最新资讯,站在实际的角度进行深入分析,并对景区的发展历史做全面调查和了解。例如:在2001年时,论坛的成立大会在临时会场举行,由于没有空调,再加上空间狭小,导致很多参会人员出现汗流浹背的情况,为了避免此类现象再次发生,在2002年建立了博鳌亚洲论坛的永久会址,同时与其匹配的五星级酒店也建设完成,博鳌论坛的每一次会议举办,都对海南地区的经济建设起到强有力的助推作用^[3]。

三 创新旅游市场营销课程的课堂教学方式

(一) 提高学生角色设计的科学性

教师应该对旅游市场营销课堂教学方式进行合理创新,将班级内的学生进行分组,成立一个“公司”,之后经过小组讨论明确公司的名称,树立自身的经营理念,并拥有内部的合理组织架构,对不同学生的岗位职能进行确定,之后选出一位董事长,提出小组学习目标,时刻对公司的进展进行监督和观察。再选出总经理,负责公司的经营及学习目标的实现,而人事主管的主要职责是对学生进行业绩考评,计调主管负责学习任务的分配,最后是后勤主管,主要管理公司运营费用及其他较为繁杂的事项。结合不同的岗位职能,严格按照教师的要求将学习任务完成。

(二) 提高教师角色设计的合理性

做好旅游市场营销课程的创新教学,全面提高教师角色设置的合理性是关键内容。在具体实施时重点体现在两个环节,一个是教学活动开展的前期,另一个则是教学该站的后期。教师应该对自身提出较高要求,再将教学过程进行细化,针对不同的时

期扮演相应的角色,对学生的学习进行引导和组织。在教学过程开展的初期,教师应该以组织者进行自我定位,而到了教学后期,教师应该主要起到鼓励和监督的作用,如以上内容中,建立的“公司”,如果有小组的业绩与其他组别相比存在较大差异,学生会容易出现气馁或者放弃的情况,此时需要教师的鼓励和开导,让他们可以用自身擅长的方式去解决遇到的难题,针对学生畏惧讲台的现象,教师应该做好心理疏导,使其增加勇气和自信,利用表扬适当代替批评^[4]。

(三) 提高教学方法设计的全面性

1 采用问题情景教学模式

为了让学生的自主学习能力得到有效提升,教师应该带领学生对问题进行深入探索和研究。当前,对于情景式的教学方式,在全教育阶段已经取得了丰富的教学经验,特别是基于综合职业技能教育的形式,情景式教学更有利于职业院校开展教学设计。一方面,情景式教学是在校企合作的基础上衍生开来的,其本身需要学校和企业双方的硬件资源和软件资源,情景设置得越贴近工作实际,对学生的教育意义也会越大。另一方面,情景式教学要合理发挥教师的引领作用,变课堂主角为学生,强调培养学生独立提出问题、分析问题和解决问题的能力,如可以利用问题情境创设的形式,教师对桂林及张家界美丽的风景照进行利用,对学生提出一系列问题,如:“这是哪里?”“你们想要去旅游吗?”等。通过以上问题引导学生进入课堂学习,同时,可以激发学生对课堂学习的积极性。之后提出“在你眼里什么才是旅游?”让学生自由发挥,探讨自身对旅游的理解,最后通过教师的配合讲解,让学生对旅游的认知更加深刻。

2 以启发的方式开展课堂教学

启发式的教学方法是将教和学进行有机结合,经过教师的组织,将其应用到实际的课堂教学中,可以得到较为显著的教学效果。教师还应该对信息的交换加强重视,将有效的教学方法与课堂外的内容进行综合。同时加深对学生特点及认知规律的了解,让学生的思维得到发散,明确学生在学习中的主体地位,改变传统死记硬背的学习方法,尤其对旅游景区营销课程的学习来说,需要学生具备一定的灵活性^[5]。

3 利用实际案例进行课堂教学

为了提高课堂教学的有效性,教师应该对旅游企业市场营销的具体案例进行利用,将其带入课堂,让学生的知识涉猎范围得到拓宽。在开展案例教学

过程中,教师应该对多媒体设备进行合理运用,为学生播放制作的PPT,并让学生以小组的形式选择成员,进行讲解和放映,等所有的小组都讲解完毕,进行组间评价及教师评价,通过以上方式,不仅可以免去传统课堂教学的沉闷及枯燥,还能让学生的主观能动性得到充分发挥。并且通过课堂互动可以增进教师与学生之间的感情,有利于日后教学过程中的有效交流。

四 信息化背景下基于职业能力培养目标的旅游景区营销课程创新分析

随着现代信息化技术的快速发展和教育信息化2.0的全面推行,特别是这两年受疫情因素制约,线上教育发展迅猛,为职业院校探索线上+线下融合的教学方式创新提供了更多的可能。

(一) 课前教学手段与学情分析

首先,从教学资源角度分析。线上+线下融合的教学方式有利于学生增强自学能力,有利于整合教学资源,还有利于培养学生综合职业技能。为了实现这些教学目标,需要学校做好软件和硬件的教学准备。软件主要是从师资力量配备、教学理念转变、教学手段更新角度增加培训交流机会。硬件主要是从机器配置、授课条件、网络状况等角度进行有力支撑,确保线上+线下融合教学顺利开展。其次,从教师角度分析,区别于过去单一线上或者单一线下的授课方式,线上+线下融合教学方式对教师提出了更高的要求 and 更严的挑战。一方面,教师需要打破过去的授课体系,重新构建适合于线上+线下融合教学的授课体系;另一方面,作为整个教学过程的设计者,教师需要从多个角度多种身份审视整个过程是否科学、规范,并贯彻落实每个教学过程,引导学生完成授课目标。最后,从学生角度分析,线上环节需要学生足够的独立学习能力、需要较强的主动学习能动性。线下学习需要学生对学习内容有足够的思考,并能够准确组织语言配合老师的教学环节,在教师做了充分的资料准备基础上,学生需要提前预习课程内容,完成线上知识点掌握环节,准备好不清楚的问式,在线下环节和老师还有同学一起讨论,这就是线上+线下融合教学方式的基本教学准备。

(二) 教学过程

线上+线下融合教学过程,顾名思义就是通过线上和线下两个教学环节完成知识的传授。对于职业院校而言,为了更好地培养学生综合职业技能,需要更宏观的视野对教学过程进行设计,特别是选取那些适合与分组讨论的教学内容,进行线上+线下融合教学设计。第一步,教师做好教学准备,将课程

内容的知识点、获取途径等课程资料上传至线上平台,将授课时间、地点通知学生,及时跟进学生是否完成预习的规定动作;第二步,线下授课时,为了保证更好的小组讨论氛围,帮助教师及时掌握学生掌握情况,需要助教进行配合,将学生分成若干学习小组,比较科学的数量比例是20—30人配备一名助教老师,教师通过小组讨论情况和学生互评情况,对学习内容及时纠正。

(三) 教学评价

通过线上+线下融合教学方式的有效实施,其教学效果是否如预期还需要进行教学后评价。一方面可以通过调查问卷的方式,询问教师、学生和教学管理机构对于线上+线下融合教学方式的建议和意见。另一方面,可以通过企业用人的角度,确立学生掌握综合职业技能小分项并核定计分,从而了解学生知识掌握情况,便于后续教学过程进行修改完善。

五 结语

综上所述,对基于职业能力的旅游景区营销课程创新来说,既可以通过完善校企合作方式来实现,也可以通过线上+线下融合教学方式来实现,但是需要注意的是,不管采用哪种方法,都需要教师带领学生走进旅游市场,掌握实时动态,并深入分析旅游市场的需求,加强与企业的合作,为学生创造进入企业实践和实习的机会,不仅可以使就业问题得到良好解决,还能实现针对企业需求的人才定向培养,让学生在步入社会后更加适合自身岗位。教师应该改变单一枯燥的教学方式,增加实践以及情境教学内容,让学生对学习更感兴趣,进一步提升教学效果^[6]。

[参考文献]

- [1] 唐也婷,张磊.基于职业岗位能力培养的“景区服务与管理”课程实景教学研究与实践[J].当代旅游,2018,(12):1.
- [2] 崔玉华.基于职业能力培养的市场营销课程教学改革[J].北京工业职业技术学院学报,2012,11(3):103-105.
- [3] 彭真,李元清.基于职业能力培养的高职旅游专业课程改革——以“旅游市场营销”课程为例[J].高等农业教育,2014,(9):116-119.
- [4] 罗晖.基于职业能力的旅游景区营销课程创新刍议——以海南职业技术学院为例[J].湘潮(下半月),2011,(4):115-116.
- [5] 张颖.基于职业能力需求分析的高职旅游专业课程体系优化研究[D].广西师范大学,2015.
- [6] 罗霖.基于工作过程导向的高职旅游类专业课程体系创新研究[J].湖北函授大学学报,2016,29(6):138-139.