

高校旅游营销混合式教学实践探讨

柯 炯¹ 李治霞² 黄友均¹

(1. 重庆科技学院, 重庆 400000;

2. 中国人民解放军陆军勤务学院, 重庆 400000)

摘要: 随着现代旅游业的迅速发展, 旅游企业之间的竞争日益激烈, 而信息技术更是加速企业竞争的催化剂。于是, 高校旅游营销课程纷纷拓展教育新模式, 微课教学、翻转课堂、混合式教学、项目式教学等开展得如火如荼, 并且已经在过去的改革进程中取得了重要成果。其中, 得益于信息技术便捷性而迅速发展的混合式教学优势尤为明显, 促进了大学生随时随地学习新知识, 为其带来了与日常课堂学习完全不同的学习体验。因此, 本文以混合式教学模式的应用意义开篇, 讲述了高校旅游营销课程教学的现状与融合混合式教学模式发展的有效性策略, 希望能够为一线教育者提供更多借鉴与参考。

关键词: 高等教育; 旅游营销; 混合式教学; 改进策略

顾名思义, 旅游营销课是一门集旅游学与营销学为一体的交叉学科, 其具有较强的综合性、实践性, 更能够培养学生形成良好的实践素质与综合素质。其是一门建立在旅游学、经济学、行为学和管理理论基础上的应用科学, 是旅游管理、酒店管理专业的必修课程。该门课程的教学目标是要求学生通过系统的学习课程, 要求学生掌握营销学的理论知识, 帮助学生树立正确的旅游市场营销理念, 熟悉和掌握旅游市场营销的手段和方法, 具备较强的旅游市场营销策划能力, 为开展旅游市场调研, 旅游企业产品的开发与创新、促销等工作打下扎实的任职基础。而传统的教学方式是教师的一言堂, 填鸭式的教学形式, 不利于实现旅游营销课的目标。因此, 教师在教学实践中应当跳出传统教学模式框架, 尽可能给予学生更多思考和锻炼的机会, 让学生基于自身视野、能力进行判断, 一方面强化学生的关键能力, 另一方面增强学生的学习体验感与实践参与感。在互联网背景下, 教师根据旅游营销课的特点, 立足于信息技术在课程教学中的应用, 构建旅游营销课混合式教学模式, 进一步引导学生进行合作式、自主式和探究式学习, 提高学生的学习效果, 提升课程教学质量, 力求通过教学创新实现更高效、高质量的课程教学。

一、混合式教学模式的应用意义

(一) 打破了传统教学模式的限制

实际上, 混合式教学模式并没有统一的定义, 也不是说教师一定要按照怎样的路径授课, 其具有良好的包容性与灵活性, 能够充分发挥教师的特色, 当然也能够兼容学生的身心特点与成长规律。它是基于学生需求, 贯穿课上课下, 融合传统课堂, 实践教学与网络教学, 借助智能评价体系实现“以学生为中心”“以教师为主导”的创新型教学模式。一般我们普遍认为其可以包含多媒体教学、微课视频教学、翻转课堂模式等, 同时能够实现线上与线下的联动, 促进学生学习兴趣增长, 促进学生学习收获增多。综上所述可以看出, 混合式教学模式是基于学生需求, 贯穿课上课下, 融合传统课堂, 实践教学与网络教学, 借助智能评价体系实现“以学生为中心”“以教师为主导”的创新型教学模式。

与传统教学模式对比, 混合式教学模式完全打破了相应的限制, 也充分利用现代化教育技术实现了从无到有的突破。长远来看, 混合式教学模式的广泛应用对教育事业的发展具有深远意义, 更对学习有着潜移默化的积极影响。

(二) 充分体现了信息技术的优势

一般来说, 大多数高校都或多或少地受到了更多来自政府、企业、社会等方面的支持, 也大多配备着较为先进的硬件设施与软件系统, 这无疑为混合式教学法的推广和应用奠定了坚实基础。互联网上拥有海量的学习资源, 一方面, 丰富的线上教学资源无疑成为广大学子的福音, 包括高校的学生和企事业单位的社会学习者都能有机会得到高品质的学习。另一方面, 由于线上学习时间和空间不受限, 学习的自由度扩大。如何在无约束的环境下把控自我, 有效完成线上学习, 是对学习者的考验。因此, 如何把控线上教学环节, 保证教学质量是目前混合式教改中的凸显问题, 这就十分考验高校教师的教学能力与经验。也就是说, 混合式教学模式的搭建虽然简单, 但依然需要教师精心过滤教学资源, 将内涵丰富的文本、图片、视频等融入到课堂教学过程中, 借助信息技术的优势发挥提升教学效率、教学质量, 以此来突显混合式教学模式在课程教学中的重要意义。对于高校教师来说, 其应当借助混合式教学推进教育改革与创新, 力求借助新时期重要资源促进教育事业向好发展。

二、高校旅游营销课程教学现状

(一) 旅游营销课程教学内容与形式较为单一

当前, 高校旅游营销课程教学内容与形式较为单一, 课程内容固化、课程考核体系不完善等问题。这些问题受教师传统教育观念的影响得不到质的飞跃, 短时间内更是难以实现现代化、信息化教育。在内容上, 许多教师局限在教材、教辅资料上, 缺乏对互联网资源、社会实践活动的开发, 以至于旅游营销课难以达到预期中的教育效果。在形式上, 鲜有教师积极尝试新的教学模式与方法, 受其信息素养限制更是难以实现信息化、现代化教育。久而久之, 旅游营销课被限制在理论框架下, 更使得学生对该门学科的兴趣逐渐消退。想要解决这一问题, 专业教师就必须跳出传统教学模式, 去探索信息技术与专业课程的融合, 去实践混合式教学创新, 以此来为专业课教学注入新的活力。

(二) 旅游营销知识与“信息化”兼容度不高

目前, 高校旅游营销课程所使用的大纲和教材都相对落后, 已经与电商环境、网络直播、信息技术等“热词”相去甚远。仅仅用营销学分析旅游市场是远远不够的, 这样学生也很难看到个人组织、小型工作室、年轻群体在旅游市场中的崛起, 这是多少真实案例也难以达到的教育效果。因此, 笔者认为旅游营销知识与“信息化”兼容度不高, 想要解决这一问题还需要专业教师行动起来, 去挖掘旅游市场中真实存在的案例, 利用混合式教学给予学生自主探索的机会, 让其了解到更加真实、更加生动的旅游市场、旅游产业与旅游企业。

（三）旅游营销实践活动没有实现可持续发展

笔者认为，高校旅游营销实践活动没有实现可持续发展，虽专业教师应当承担起重要责任，但学生的探索欲、求知欲缺乏也不容忽视。这一门课仅仅靠案例教学支撑是远远不够的，旅游学、营销学相融的知识还需要通过交流互动、亲身体验来锻炼，也就是说，教师完全可以多布置带有实践性与开放性的课后任务，而学生也完全可以发挥自身能量组织社会实践活动。想要解决旅游营销实践活动没有实现可持续发展问题，混合式教学模式的推广和创新也十分关键，信息技术能够为相关课堂注入新的活动，自然也能够丰富实践活动内容与形式，其关键就在于教师如何组织和学生如何创新。

三、高校旅游营销课程中混合式教学的应用策略

高等教育的核心在于系统化育人，也重要培养学生的关键能力，促进学生全面化、多样化、特色化发展。因此，高校旅游营销课程教师可以在系统课程教学中引入信息技术手段，让其点缀课堂教学，用其生动实践教学，为教育事业添砖加瓦。

在线上，高校旅游营销课程教师应当结合互联网资源开展教学工作，融合文案写作、网络营销、视频制作等较为新潮的教学内容激发学生学习兴趣，让学生利用便利的计算机、互联网自主探索，让学生实践信息化的营销手段，让学生掌握本专业课程、本专业的核心竞争优势。而这些网络课程也完全可以通过雨课堂、畅言课堂、蓝墨云班课、超星学习通等教育产品发放至学生端。以雨课堂为例，这一教学 App 中包含了签到、投票、选人、语音、抢答、随堂练习、课后作业等多个实用模块，教师更是可以通过直播来授课，一方面带领学生感受线上教学的魅力，另一方面引领学生探索信息化对于旅游行业、旅游企业的影响。在讲述重庆洪崖洞的旅游营销策略时，专业教师完全可以插入影视剧作品、经典华语歌曲等，以此丰富旅游营销课教学内容。基于此，学生也能够直观感受到重庆洪崖洞的本土特色，从而能够基于自身的艺术体验探索其与市场需求的契合点。讲述至此，教师还可以点击主题讨论，在线上教学中组织“生生交流”，让学生之间产生思想的碰撞与融合，以此来提高学生的专业课学习兴趣，增长学生的见识和体验。

在线下，可供教师自由发挥的空间很大，任务驱动教学、小组讨论教学等都可以融入到课程教学中来，并联动线上教学带给学生更好的观感与体验，激发学生思考探究，促进学生深度学习，扎实学生的旅游营销基础，强化学生的旅游营销关键能力。

以任务驱动教学为例，专业教师就可以结合旅游营销教学内容与发展需求制定任务，让学生以小组的形式提交大作业。例如，要求学生某个景区进行完整的营销策划，并且需要去到实地勘察具体情况，每一位学生也要在小组中做好擅长方向的工作。具体来说，学生要对该景区的旅游资源进行具体分析，规划其园内路线、景点规模、旅游条件、资源价值等的现状。学生还要对该景区进行市场调查，分析景区内游客的特征，了解游客的需求与对景区的期待。此外，学生还应当做好整理、分析、总结等具体工作，将零散的想法系统规划，最终以文本、图片、视频，甚至是 3D 建模、3D 模型的方式展现出来，构建出相应的营销策划案，并作出汇报。通过这样一个教学过程，相信学生的各项能力都已经得到了锻炼，旅游营销综合水平也有了相应的提升。

以小组讨论教学为例，教师需要构思与学生生活相近的主题，

并且还要充分考虑学生的旅游营销基础、学习能力等再进一步展开教学。例如，在讲解旅游景点的顾客周转率相关内容时，教师就可以用课堂举例，让学生通过讨论与交流说一说周转率是多少。由于高校普遍采用流动制授课，每天都有不同的教师和学生同一间班级中进行学术交流，那么一间教室的周转率也就要结合具体情况具体分析。不仅如此，专业教师还可以在授课过程中引入稍带有讨论性与争议性话题，如就中国旅游市场谈谈重振旅游业的营销策略。这一话题定能够引发学生激烈的讨论，并且为每一位学生提供畅所欲言的机会，从而能够达到较好的教育效果。教师可以在小组讨论环节引入多媒体教学、微课视频教学等，以其辅助课堂小组讨论顺利展开，以此来体现混合式教学在专业课程教学中的生动性。通过这样一个过程，相信学生的旅游营销基础能够扎实与牢固，其也能够逐渐摸索出适合自己的学习方法。

四、结语

总而言之，高校旅游营销课程具有较强的综合性与实践性，融入混合式教学能够使课堂更加灵动，而教师也可以通过线上渠道监督学生的自主实践活动情况，可谓是充分体现出了现代化教育技术的优势。在线上，相关专业教师应当积极创建旅游营销网络课程，通过网络课堂强化课程育人效果。在此基础上，微课资源、慕课视频、多媒体课件等也可以作为重要的资源广泛传播，供学生在课堂外的学习活动中高效利用。在线下，相关专业教师应当多组织互动教学与教学活动，争取通过师生交流、生生交流达到不一样的教育效果，让学生进行沉浸式旅游营销知识学习。

参考文献：

- [1] 银敏华, 康燕霞, 马彦麟, 邵显显, 齐广平. 线上线下混合式教学改革研究——基于本科生接受意愿视角 [J]. 湖北第二师范学院学报, 2021, 38 (09): 87-93.
- [2] 许海燕. SPOC 混合式教学应用于上海体育学院羽毛球限选课教学的实验研究 [D]. 上海体育学院, 2021.
- [3] 冯晓英, 吴怡君, 庞晓阳, 曹洁婷. 混合式教学改革: 教师准备好了吗——教师混合式教学改革发展框架及准备度研究 [J]. 中国电化教育, 2021 (01): 110-117.
- [4] 罗彩. 基于超星学习通的混合式教学在中职《电子商务基础》课程中的应用研究 [D]. 贵州师范大学, 2020.
- [5] 张宗梅. 基于 UMU 平台的混合式教学在中职文秘《公文写作》教学中的应用研究 [D]. 广西师范大学, 2020.
- [6] 李东. 基于 THEOL 平台的《旅游市场营销》混合式教学应用研究 [J]. 课程教育研究, 2019 (33): 246-247.
- [7] 孙晓东. “互联网+”背景下旅游市场营销课程混合式教学模式的研究与实践 [J]. 白城师范学院学报, 2021, 35 (5): 5.
- [8] 李宝龙. “市场营销学”课程混合式教学的探索与实践 [J]. 科教文汇, 2021 (26): 3.
- [9] 武亮亮. 高校混合式教学的实践及其特征探析 [J]. 教育现代化, 2020, v.7 (12): 108-110.
- [10] 余远坤. 基于 SPOC 的《市场营销》混合式教学改革与实践研究 [J]. 广东广播电视大学学报, 2018, 027 (005): 25-29.
- [11] 刘岚岚. 旅游市场营销课程混合式教学改革与实践探究 [J]. 当代旅游, 2020, 18 (35): 101-102.
- [12] 温韬. 基于翻转课堂的高校营销课程混合式教学模式研究 [J]. 大连大学学报, 2017, 038 (006): 111-114.