

数字经济背景下旅游电子商务职业人才培养研究

陈意山

(桂林旅游学院)

摘要: 数字经济对旅游电子商务人才的技能和素质提出了更高的要求。通过分析目前企业对旅游电子商务岗位的需求情况,以及目前广西区高校的旅游电商人才培养现状,针对目前存在的企业对旅游电子商务岗位的需求与高校培养的人才职业技能不够匹配的问题,提出了基于能力本位的旅游电子商务课程体系构建思路,并以岗位能力指引课程体系规划,围绕岗位能力的要求优化设计课程教学内容,同时提出了针对岗位能力需求强化课程实践教学力度和以职业岗位能力引导课程教学方法改革的措施。

关键词: 旅游电子商务; 职业教育; 人才培养

一、引言

我国旅游行业不断通过数字技术赋能,伴随着新冠疫情的逐渐消退,互联网+旅游业态的不断涌现,旅游行业对人才的要求也今非昔比。我国在旅游行业职业教育方面发展迅速,为行业发展提供了大量的新鲜血液,但是在人才的培养过程中也存在一些问题。首先,旅游职业教育的人才培养定位在适应社会发展的情况下不断改进,但是落后于数字经济时代下各行各业的发展速度,其定位从最开始的“走本科教育路线”到现在的“理论技能两手抓”。此外,校企在人才的输出和需求方面出现了数量和质量两个维度的不匹配。旅游企业急需高质量的数字应用型人才,而同时与旅游相关的毕业生就业相对全行业而言又是相对困难的。为了培养出更符合行业需求的高技能人才,优化课程体系刻不容缓,需围绕市场培养学生职业能力,实现学生的职业能力与社会需求相统一。

二、国内外研究现状

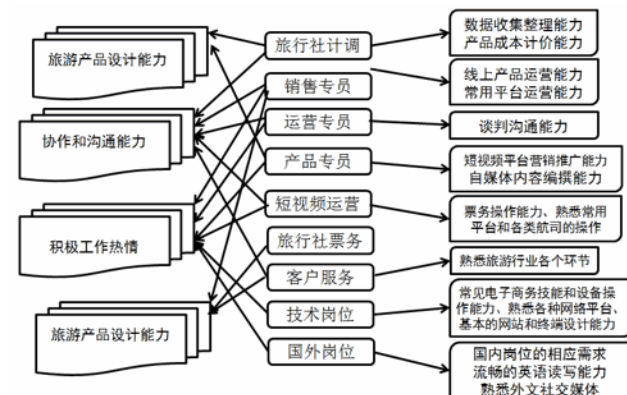
旅游电子商务发展走到了我国电子商务实践的前沿,旅游电子商务的发展离不开既熟练掌握电子商务技术又精通旅游业务的复合型人才。马国庆提到我国旅游产业在全域旅游背景下得到了很大程度的发展。因此,旅游产业对旅游专业人才的需求也日益旺盛,只有使用产教协同育人的方法,才能培养出更具实践能力的旅游职业人才。杨香花回顾高校旅游电子商务课程教学研究的历史进程,从旅游电子商务课程教学问题与对策、课程目标与定位、课程内容体系构建、教学方法、实践教学、教学改革、教材研究等方面对国内高校旅游电子商务课程教学眼界的研究状况进行了阐述,并对未来的研究做了展望。郭珊珊的调查显示旅游企业电子商务类岗位主要就是网络营销推广和一线服务人员,应聘者的应变能力、责任心态度是受到企业比较重视的方面。

能力本位教育源于二十世纪六十年代左右美国和加拿大学者的研究,于八十年代推广至其他发达国家,在职业教育培训得到了广泛的应用和发展,同时我国在改革开放之后这种思想经加拿大引入国内。其核心思想是以岗位职业需要为中心,确立培养目标。由教学单位聘任行业专家组建专业委员会,按照岗位群的需要,细分岗位能力需求,从而确定从事行业所应具备的能力,明确人才培养目标。再由教学单位的教学管理人员,以专家核定的岗位能力为课程教学培养目标,设置课程学时、教学组织和内容、考核形式,通过最终的考核来确认教学是否达到了相应课程的岗位能力培养要求。与传统的职教教学模式相比,能力本位教育具有四方面的优势:教学目标明确,针对性和可操作性强;课程内容以职业分析为基础,结合理论知识与实践技能训练在学科课程体系中;重视学习者个别学习,注重学习效果;反馈及时,评价客观,为标准参照评价。

三、旅游电子商务岗位需求现状分析

(一) 基于能力需求的企业旅游电子商务岗位期望

在基于能力本位教育的理论指导下,经过与旅行社、景区、酒店和招聘平台的相关问卷调查和数据搜索,筛选了一批与旅游电子商务相关的岗位(如旅行社计调、销售专员、运营专员、产品专员、短视频运营、旅行社票务、客服、技术岗位、国外岗位),并分析总结这些岗位所需要的学历要求、职业资格证书要求、具体工作能力要求。



(二) 旅游岗位需求结构变化现状

1、岗位需求与互联网接轨日趋紧密。

对于如何使旅游企业通过互联网平台引流,扩大企业影响力的措施上,很多中小企业没有跟上新媒体快速发展的步伐。而对于一些具备一定规模的旅游企业而言,比较快捷的方式是借助各种 OTA 平台推广。而通过 OTA 平台进行产品和企业推广运营,所需岗位和技能要求只需要对平台和电脑操作能力的熟练即可。而随着移动智能终端和 4G 网络的快速普及催生了短视频的蓬勃发展,在社交语言从文字、图片之后向短视频迈进的同时,旅游企业也开始尝试使用短视频和直播推动企业发展。2020 年新冠疫情的肆虐,而旅游景区通过短视频和直播推动了旅游者对景区的期望和关注度,并希望能够在疫情结束后激发这些旅游者的消费欲望和消费潜力。2020 年 4 月初故宫和故宫博物院的网上直播共计有 3492 万人次的观看量。2020 年 7-11 月携程以“BOSS 直播”为核心的 40 余场直播与高星级酒店深度捆绑,成交总额超 11 亿元,产品核销率近 5 成,为酒店带货超百万间。网经社《2021 年度中国电子商务人才状况调查报告》显示,47.02%的企业急需淘宝天猫等传统运营人才;46.53%的企业急需新媒体、内容创作、社群方向人才;57.43%的企业急需主播、网红达人方向人才;26.73%的企业急需客服、地推、网销等方向人才;23.76%的企业急需复合型高级人才。

2、传统岗位的能力需求变化。

现有旅游企业热切需要既拥有专业技能,又通晓互联网、物联

网、自媒体平台运用的复合型人才，而现有课程体系还在慢慢地与新知识、新技能接轨，无法快速满足岗位需求变化的要求。以广州某信国际旅行社有限公司旅游产品经理的工作职能为例，该岗位需要完成旅游休闲娱乐业态产品开发，有 O2O、团购、本地休闲娱乐、生活服务类商家开拓经验为佳；有服务意识、工作责任心强，节奏快速、高执行力；具备较强的沟通能力、业务拓展能力，和优秀的谈判技巧。其中就需要应聘者对电商类平台比较熟悉。而几年前，旅游产品经理对旅游产品的开发是不需要涉及到线上的旅游产品开发。随着这些电商平台逐渐涉足旅游类产品，其广大的消费群体，促使旅游企业不得不开拓线上渠道为企业争取客流，也就意味着旅游产品经理必须与时俱进，通过电商平台开展线上旅游产品业务，紧贴互联网开拓新的流量，线下业务份额逐步转向线上业务转移趋势明显。

3、岗位综合素质要求明显提高

近几年旅游业发展质量和水平的提升，各个工种岗位职能更趋细分和专业化，因此旅游企业岗位所需的综合素质需求日益提升。笔者对部分企业的管理人员和 HR 进行的调查和访谈，被访谈者均对从业者的工作态度、敬业精神、职业操守等职业道德素养都非常看重，约八成企业对岗位实践能力的要求较高，而剩余两成的企业认为知识与实践并重。岗位所需的学历层次不一，各层次的要求存在一定的差别。相关调查显示学历需求为中职和高职的岗位主要对技能有具体的要求，而学历需求为本科的岗位，则需要具备全面的知识和能力和较高的整体素质。调研结果也发现一个问题，即目前部分旅游企业对本科毕业生认可度一般，主要体现在学生的职业技能不够数量，实践动手能力差，客户服务意识有待强化。一般情况下，为了让本科生能够适应岗位的工作需要，并成为管理干部的储备人选，会制定企业培训和一线岗位实践的方。此外，旅游行业大部分岗位都要求良好的服务意识和礼仪，部分高层次岗位在外语能力和英语口语、协调能力方面会有更高的要求。

4、岗位需求数量的变化

2021 年麦肯锡全球研究院报告表明，全球未来将有 3.75 亿人口面临重新就业的趋势，而中国占据三成。在某些人工智能暂时还无法替代人类工作的领域（如设计类工作、技术应用、管理咨询和社会互动类的岗位）需求增长明显，技能需求低、重复性劳动多的部分岗位需求降低明显。这些变化首先体现在一些传统岗位的需求逐渐减少。信息技术的快速发展和人工智能技术的逐渐广泛，这些技术的应用给各行各业的传统就业岗位带了一定的冲击。例如，人工智能技术能够非常简单地处理一些简单重复和规则确定的问题，诸如景区安检、景区导游和讲解。几乎所有行业的一些简单重复性的岗位，都非常容易受到冲击和替代。其次，体现在一些新兴岗位的需求增加，例如与互联网和电子商务结合比较紧密的内容推广专员、旅游产品经理等岗位，该岗位需求都需要熟悉新媒体技术的运用，以便能够和现代的互联网青年更加快捷的沟通和交流。

四、旅游电子商务课程体系优化设计

（一）以能力本位为中心构建课程目标

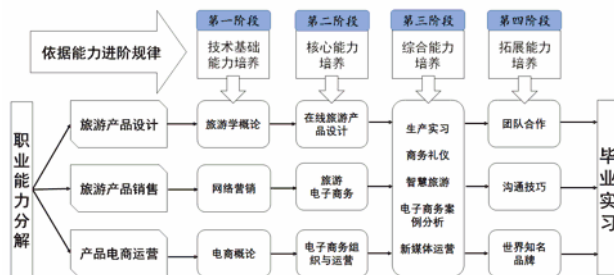
旅游电子商务课程体系服务于人才培养的目标，根据人才培养的目标，划定课程体系的建设和实施的最终目的。为了培养符合企业要求的人才，以企业所需人才岗位的能力要求作为人才培养的目的，各类课程的课程目标则是以课程对应的岗位为参照标准，为了完成各个岗位所需能力的培养而确立。为了让各类课程对岗位能力的培养能够相互衔接、互不冲突，就需要课程体系的规划实施，系统协调各类课程的课程目标以最终构建课程体系乃至人才培养方

案的培养目标。课程体系的核心课程设计需要具备完整性，同时兼顾各门课程的知识传递关系。课程体系中的课程之间存在一定先后顺序的关系，有着严谨的逻辑关系，表现在课程的先修课程和后续课程上。因此在构思课程体系的核心课程需要专业负责人和教研室主任对体系中包含的课程进行合理的规划，在知识体系和技能体系上都要综合考虑。

在对课程体系课程的教学目标进行构思和设计时，需要考虑到授课对象、师资、软硬件等各方面问题，同时也需要课程群的任课老师沟通交流课程的教学目标，减少知识点和技能点在课程过渡过程中的重复和遗漏。例如在《网络营销》课程中，学生可以掌握网络营销的基本理论和基本概念，以及一定的营销推广实践能力。该课程教学采用案例和实践操作来进行，目的就是为了提高学生营销推广过程的分析实际问题、解决实际问题的能力。而《旅游电子商务》课程可让学生学习旅游电子商务基础理论知识，了解旅游电子商务主要应用领域，掌握旅游电子商务主要应用方法。这两门课程就会在知识点和技能点上存在一定的重复和交叉，因此在讲授和练习过程中需要进行综合考量，把握课程的先后关系和知识技能的传承。

（二）以岗位能力指引课程体系规划

人才培养方案课程体系是为实现了人才培养目标，使学生在知识、能力、素质等各方面达到培养目标，依据培养目的指定的任务按照课程门类特点进行一定顺序的课程组合。以能力本位理论来引导岗位能力规划课程体系构建，在适应职业教育教学特点的情况下，以树形结构将职业能力进行细分成产品设计、产品销售、产品运营等三大主线，从基础能力、核心能力、综合能力、扩展能力等四个维度进行课程体系的构建。这种课程体系的构建需要将传统理论到应用的教学模式，转变为技能知识融入一般知识、从应用操作中回归基础理论、用实践应用效果检验知识和理论掌握、最终达到综合能力提升的新模式。



（三）围绕岗位能力的要求优化设计课程教学内容

首先，以锻造学生思想政治素质为中心，以德育引领改革课程内容。为了强化学生职业认同感和服务意识，全方位理解专业特点，课程体系中安排了集中实践平台的生产实习、电子商务综合实验等课程，其目的是让学生能够在进校后尽快对职业和岗位有一定的认知和理解，再辅以创新创业基础课程给予学生创业和职业生涯的规划，能够让学生清楚的理解专业内涵，明确毕业后岗位定位和五年左右的职业规划。其次是重构和精炼偏重理论的课程。主要是删除部分没有实践课时的纯理论课；优化重构多门课程的核心内容，结合学校优势，精炼出一门专业核心理论课如《旅游学概论》。这样能够在总课时不变的基础上，增加更多实践课时到一些实践性较强的课程中(如新媒体运营、电商组织与运营等课程)，从而夯实了岗位技能的基础。这些课程的优化重构精炼，将能够在固定的教学时数资源限制下，教学效果能够趋向最优化。

(四) 针对岗位能力需求强化课程实践教学力度

各种实践课程是学生掌握岗位技能的重要和综合性的教学环节。它能够让学生在见习和实习过程中,在思想上培养学生职业道德,在技能上强化学生实践动手能力和岗位专业技能,在素质上夯实学生职业素养。旅游电子商务课程体系中包括了基础实践的认识实习和生产实习,以及综合实践的专业社会调查、第二课堂、电商视觉传播设计实践、电子商务综合实验、毕业实习、毕业论文(设计)等课程。除了在课程上保证了岗位技能学习的需求,同时在硬件上也需相应的校内外实践教育基地,才能严格执行人才培养方案,高质量完成实习实训教学任务。在师资上,可以采用企业内部技能培训、企业和学校双导师制等方式,作为旅游电子商务人才的多种培训模式。总之构建职业教育课程体系的核心之一是实践课程群,它们是提高学生的岗位应用能力和就业竞争力的坚实保障。所以优化基于能力本位的课程体系,需要对专业实践教学环节加大力度,从课程、师资、硬件、软件各方面强化。

(五) 以职业岗位能力引导课程教学方法改革

通过“教学互助,以练促学,以练助教”的循环迭代式课程教学实施方法,在教育、学习、练习、应用等不同的教学环节中行程循环迭代,从而能够让学生的技能得到锤炼。在这种课程实施模式下,需要学校能够不能只关注教学,而要关注学生是否掌握的岗位技能。企业如果能够在整个教学过程中能够和学校共同培养,并和学校、教师一起确认学生的实际学习效果、技能掌握情况,并提出修改和改进意见,让教师更新教学方法和模式,将会使得整个循环迭代式的课程教学实施方法能够不断革新,这样也能够适应企业日新月异的岗位技能需求。

五、结论

本文对广西旅游企业的旅游电子商务人才需求情况进行了调查研究,结果显示大部分旅游企业在日常工作流程中,已经逐渐互

联网化。主要体现在传统旅游企业岗位的技能需要掌握更多互联网运营和推广工具,电商运营、社群开发等电商化岗位需求旺盛,毕业生专业对电子商务和新媒体运营专业的需求增加,旅游企业对岗位的综合素质和职业综合能力要求逐年提升。针对以上变化,本文提出了基于能力本位的旅游电子商务课程体系构建思路,并以岗位能力指引课程体系规划,围绕岗位能力的要求优化设计课程教学内容,同时提出了针对岗位能力需求强化课程实践教学力度和以职业岗位能力引导课程教学方法改革两个措施来提升学生的综合能力。

参考文献:

- [1]马国庆.全域旅游背景下旅游职业教育产教协同育人方法探析[J].现代职业教育,2019(26):12-13.
- [2]张睿,陆云,刘艳玲,黄燕玲.融入创新创业教育的旅游电子商务课程改革[J].福建电脑,2020,36(03):98-99.
- [3]杨香花.高校旅游电子商务课程教学研究综述[J].辽宁高职学报,2017,19(01):58-62.
- [4]杨香花,吕鹤剑.“互联网+”时代旅游电子商务人才需求调查研究[J].辽宁高职学报,2017(9):18-23.
- [5]和震.高等职业教育中的能力本位教育与素质教育[J].湖南第一师范学报,2002(2):42-44.
- [6]李广宏,宋娇.广西本科类大学旅游管理应用型人才培养机制探究[J].经贸实践,2017(22):335.
- [7]郭珊珊.“互联网+”时代旅游电子商务人才需求调查[J].当代旅游,2019(11):56.
- 【基金项目】2020年广西旅游职业教育改革研究项目“数字经济背景下旅游电子商务职业人才培养模式研究”(2020LYHZWY021);2021年度广西高等教育本科教学改革工程项目“应用型本科院校校企协同构建电子商务专业‘全覆盖全过程全融通’实践育人模式研究”(2021)GA356)

(上接第58页)

五、结语

在乡村振兴背景下,在向第二个百年目标奋进的征程中,考察江苏省百年村小在其兴衰起伏中所反映的教育发展共性,破解中国百年村小绵延不绝的基因,探讨政策制度、乡土民风、杰出人物、学校主办者对其存续的施力影响,从一系列现实问题出发,反观中国村小普遍面临的困境,并提出未来发展新思路,对完善和促进百年村小在教育现代化转型和新时代乡村振兴中的价值焕新,推动乡村教育高质量发展具有重要意义。

参考文献:

- [1]江苏省地方志编撰委员会.江苏省志第77卷:教育志[Z].江苏古籍出版社,2000.161.
- [2]任剑涛.从自在到自觉——中国国民性探讨[M].西安:陕西人民出版社,1992.3.
- [3]程天君,王焕.从“文字下乡”到“文字上移”:乡村小学的兴衰起伏[J].教育学术月刊,2014,(8).
- [4]徐四海.江苏文化通论[M].南京:东南大学出版社,2016.237.
- [5][8][10]中华人民共和国统计局.2016中国统计年鉴[M].北

京:中国统计出版社,2016.535.

- [6][7][9]中华人民共和国统计局.2021中国统计年鉴[M].北京:中国统计出版社,2021.504.
- [11]中华人民共和国教育部.2020年教育统计数据[EB/OL].http://www.moe.gov.cn/jyb_sjzl/moe_560/2020/.
- [12]中国教育统计年鉴委员会.2020中国教育统计年鉴[M].北京:中国统计出版社,2021.504-505.
- [13]刘丽群.农村课程资源开发深层困境:乡村文化边缘化[J].中国教育学报,2009,(7).
- [14]庞守兴.农村教育到底为了谁——对当前发展农村教育两个误区的辨析[J].教育发展研究,2006,(8).
- [15]教育部等八部门.新时代基础教育强师计划[EB/OL].http://www.moe.gov.cn/srcsite/A10/s7034/202204/t20220413_616644.html.
- [16]袁利平,姜嘉伟.中国乡村教育话语体系的百年演进及其现实启示[J].陕西师范大学学报(哲学社会科学版),2022,(1).
- [作者简介]宗佳怡,扬州大学教育科学学院2019级本科生;樊嘉怡,扬州大学教育科学学院2019级本科生(扬州225000)