

移动互联网时代下的旅游网络营销教学优化研究

董佳音, 荆耀霆

三亚学院旅游与酒店管理学院, 海南旅游消费研究院 海南三亚

【摘要】随着移动互联网技术的广泛应用, 旅游产业格局正经历着显著重塑, 推动旅游网络营销逐步成为现代教育体系的关键内容。当前教学实践却面临多重困境: 传统教学模式存在内容滞后、实践平台匮乏、产教融合不足等问题, 这些问题严重制约着人才培养与产业需求的衔接效率。针对现存问题, 本研究致力于构建以实践创新能力为导向的立体化教学模式, 通过以下策略实现教学体系的优化: 融合翻转课堂; 项目式学习与角色模拟结合; 引入行业专家与典型案例; 强化实践与创新能力培养; 优化考核体系。通过教学优化改革实现知识向实践的转化, 从而满足旅游企业对高素质人才的需求。研究为移动互联网时代旅游网络营销教学改革提供了理论支持与实践路径, 助力教育链与产业链深度融合。

【关键词】旅游网络营销; 教学改革; 移动互联网; 产教融合

【基金项目】三亚学院 2024 年中青年教师专项培养项目(教学类)“移动互联网时代下的旅游网络营销教学优化研究”(课题编号: SYJPZQ2024068)研究成果

【收稿日期】2025 年 1 月 24 日

【出刊日期】2025 年 2 月 26 日

【DOI】10.12208/j.ije.20250082

Research on optimization of teaching tourism online marketing in the era of mobile internet

Jiayin Dong, Yaoting Jing

Faculty of Tourism and Hospitality Management, Hainan Tourism Consumption Research Institute, University of Sanya, Sanya, Hainan

【Abstract】 With the wide application of mobile Internet technology, the tourism industry pattern is experiencing significant reshaping, and promoting tourism network marketing has gradually become the key content of the modern education system. The current teaching practice is facing multiple dilemmas: the traditional teaching mode is lagging behind in terms of content, lack of practical platforms, and insufficient integration of industry and education, which seriously constrain the efficiency of the articulation between talent cultivation and industrial demand. Aiming at the existing problems, this study is committed to constructing a three-dimensional teaching mode oriented to practice and innovation ability, and optimizing the teaching system through the following strategies: integrating the flipped classroom; combining project-based learning and role simulation; introducing industry experts and typical cases; strengthening the cultivation of practice and innovation ability; and optimizing the assessment system. Through the optimization of teaching reform to achieve the transformation of knowledge to practice, so as to meet the demand of tourism enterprises for high-quality talents. The study provides theoretical support and practical path for the teaching reform of tourism online marketing in the era of mobile Internet, and helps the deep integration of education chain and industry chain.

【Keywords】 Tourism Internet Marketing; Teaching Reform; Mobile Internet; Industry-Teaching Integration

随着移动互联网技术的迅猛发展重构了旅游业的消费场景与营销模式。行业数据显示, 2023 年我国在线旅游市场交易规模已达 1.2 万亿元, 其中移动端信息

检索与产品预订占比超过七成。在此背景下, 旅游企业正将大数据画像、精准化推荐、短视频传播等创新技术整合为市场突围的战略工具。然而, 传统旅游网络营销

作者简介: 董佳音(1994-)女, 陕西人, 硕士, 旅游与酒店管理学院, 海南旅游消费研究院, 三亚学院, 助教, 研究方向为旅游市场营销、智慧旅游; 荆耀霆(1994-)男, 湖南人, 硕士, 旅游与酒店管理学院, 三亚学院, 助教, 研究方向为文化旅游、旅游营销。

教学仍滞后于行业实践, 教学内容多聚焦于早期网络广告与 SEO 优化, 缺乏对社交媒体运营、用户生成内容 (UGC) 等新兴时代背景下内容的覆盖, 导致学生难以适应行业快速迭代的需求。

当前旅游网络营销教学面临一些问题: 教学内容与实践脱节, 教材更新缓慢, 案例陈旧 (如电子邮件营销), 难以匹配移动互联网时代的技术特征, 教学定位不清晰^[1]。教学模式相对单一, 教学方法也比较依赖理论讲授, 忽视了项目式学习与跨学科整合的重要性^[2]。产教融合浮于表面, 校企合作多停留于讲座形式, 缺乏深度实践平台。这些问题导致学生普遍面临“知识转化难”“创新能力弱”等职场瓶颈。因此, 如何通过教学优化构建“理论—实践—创新”一体化培养体系, 成为旅游管理专业教育改革的关键命题。

现有对策建议中也提出扩展课程教学内容^[3]、采取灵活的考核方式^[4]、加强课程产学研协同发展、优化教学团队结构^[5]等不同层面来进行课程优化改革。本研究聚焦移动互联网时代旅游网络营销教学的优化路径, 以求探索适应行业需求的教學模式。研究旨在解决传统教学与时代背景、学生能力与人才需求间的差距, 来推动产教深度融合, 为旅游网络营销人才培养提供理论与实践参考。

1 旅游网络营销教学优化的意义

1.1 学生能力提升的新契机

在旅游教育转型进程中, 教学体系优化被视为提升学生能力的关键方法。在移动互联网时代, 旅游网络营销已成为旅游行业的核心竞争领域, 要求学生不仅掌握扎实的理论知识, 更需具备将知识转化为实践的能力。教学优化通过引入翻转课堂、项目式学习等先进教学模式, 激发学生的主动学习热情, 培养解决实际问题的能力。同时, 跨学科整合教学使学生能综合运用多学科知识, 形成系统的网络营销思维。此外, 与行业专家的互动和实战案例的学习, 让学生紧跟行业动态, 掌握前沿技术, 为未来的职业发展奠定坚实基础。

1.2 学校教育改革的重要方向

教学优化是学校教育改革的重要方向, 旨在培养适应时代需求的创新型人才。传统教学方式往往侧重于理论知识的灌输, 而缺乏与实践的紧密结合。本课程的教学优化通过强化实践教学、引入行业案例、加强跨学科整合等措施, 使教学内容更加贴近实际, 教学方法更加灵活多样。这不仅提升了教学质量, 也促进了学生综合素质的全面发展。同时, 教学优化还推动了教师队伍的专业成长, 提升了教师的教学能力和水平, 为学校

教育改革的深入指引了发展方向。

1.3 企业人才需求的有力支撑

旅游网络营销教学优化对于旅游企业而言, 是满足人才需求、提升竞争力的有力支撑。随着移动互联网技术的快速发展, 旅游企业对网络营销人才的需求日益迫切。教学优化通过与企业合作共建实践平台、邀请行业专家授课等方式, 使学生能够深入了解企业实际需求, 掌握行业前沿技术。这不仅提高了学生的就业竞争力, 也为企业输送了大量具备实战能力的网络营销人才。同时, 教学优化还促进了产学研深度融合, 为企业发展与创新都提供了智力支持。

2 旅游网络营销教学问题分析

2.1 传统教学与移动互联网背景下教学的问题差距

移动互联网技术的普及对旅游网络营销课程的教学发出了新的挑战, 但传统教学模式仍存在着一定的滞后性。传统旅游网络营销教学往往侧重于理论知识的讲授, 而缺乏与实际应用紧密结合的教学内容。例如, 许多教材仍然停留在网络广告和网络促销层面, 未能涵盖如大数据分析、个性化推荐算法、智能搜索引擎营销等现代数字化营销手段。移动互联网技术的快速发展导致旅游网络营销手段也在随之不断更新, 然而当前的旅游网络营销教学材料往往不能及时反映这些变化。一些教学案例仍然只关注如电子邮件营销、简单的 SEO 优化等更适合 Web2.0 时代的营销手段, 而忽视了新兴营销方式。传统教学方法通常依赖于教师讲授和学生被动接受, 缺乏互动和实践环节。课堂讨论、案例分析等教学方法应用不足, 导致学生缺乏实际操作能力和解决问题的能力。并且, 评估体系相对不健全。传统评估方式主要依赖理论考试和作业成绩, 忽视了对学生实践能力、创新思维和团队协作能力的全面评价^[6]。这些教学问题的产生都说明了旅游网络营销教学优化的必要性。

2.2 学生职场适应能力的提升与旅游企业人才需求的差距

在移动互联网背景下, 旅游企业在招聘网络营销人才开始关注多元性和高质量, 旅游企业对网络营销人才的要求早已从“理论掌握”转向“实战能力”。然而, 当前旅游网络营销教学在学生职场适应能力的提升方面仍存在显著差距, 主要体现在学生实践能力的培养不足以及产教融合不够深入两个方面。

尽管学生在校期间学习了大量的网络营销理论知识, 但由于缺乏实际操作机会, 这些知识往往停留在书

本层面,很难转化为解决实际问题的能力。这最终会导致学生走向实际工作岗位时感到力不从心,无法快速适应企业的实际工作要求。同时由于资源限制,许多学校无法为学生提供充足的实践平台,如校企合作项目、网络营销实训基地等。这限制了学生实践能力的培养,使得他们在实际工作中缺乏足够的经验。这样的问题也很难培养出学生的创新能力,也导致了学生相对缺少解决问题的能力,难以在激烈的市场竞争中脱颖而出(孙峰,2024)^[7]。产教融合这个概念不断被各大高校提及又不断被强化,是我国高等教育主动适应国家创新驱动发展和人才培养结构性改革的一项重要制度安排。虽然许多学校与企业建立了合作关系,但合作形式往往停留在表面。这些合作形式缺乏深度,难以真正实现产教融合的目标。这种教育供给与产业需求的差距也要求本课程在应对技术变革时不断改革优化。

3 移动互联网时代下旅游网络营销教学优化对策

在移动互联网时代背景下旅游网络营销教学确实出现了一些问题。为了优化教学效果,提升学生的实践能力和创新思维,本章提出了多项教学优化对策。这些对策从教学方法、教学过程和教学考核入手,共同构成了旅游网络营销教学的多元化、实践性和创新性体系。

3.1 高效运用翻转课堂

翻转课堂通过对知识传授和知识内化的颠倒安排,改变了传统教学中的师生角色并对课堂时间的使用进行了重新规划,实现了对传统教学模式的革新^[8]。在旅游网络营销教学中,教师可以利用网络平台发布预习材料,尤其是行业报告、相关案例分析等,要求学生提前学习并思考相关问题。课堂上,教师则组织小组讨论、案例分析、实操演练等活动,促进学生深入理解网络营销理论,提高解决问题的能力。在翻转课堂中教师更需关注对学生汇报成果的评价,同时关注不同学生的水平并因材施教的加深学生对知识的理解和对实操技能的认知。比如在讲授“社交媒体营销”章节时,教师可以提前发布关于社交媒体平台特点和营销策略的视频材料,要求学生在课外自主学习。课堂上,教师组织学生进行小组讨论,分析具体旅游企业的社交媒体营销案例,并设计营销策略。这种教学方式不仅加深了学生对社交媒体营销的理解,还锻炼了他们的团队协作和创新能力。

3.2 项目式学习与角色模拟结合

项目式学习(PBL)与角色模拟教学法通过真实任务与情境化体验,促进学生知识内化与技能迁移^[9]。在旅游网络营销教学中,教师可设计综合性项目(如“旅

行社官网设计与运营”),要求学生在理论阶段学习旅游产品设计、用户画像分析等知识,实操阶段以小组形式分工完成网站搭建、产品上传(酒店、签证、旅游线路等)、社交媒体活动策划等任务。在任务作业中学生需分别扮演产品经理、内容运营、数据分析师等角色,模拟企业真实工作流程:产品经理统筹项目进度,内容运营策划短视频与文案,数据分析师监测用户行为并优化投放策略。期末考核中,小组需提交完整项目报告并进演讲,教师结合企业导师评价(如广告转化率、用户互动数据等)进行评分。通过“项目实践+角色模拟”的双重驱动,学生既能掌握网络营销全流程技能,又能提升团队协作与岗位适配能力。

3.3 引入行业专家与实战案例

引入行业专家和实战案例是提升教学质量和增强学生实战能力的有效途径。在旅游网络营销教学中,教师邀请旅游网络营销领域的专家进校讲座或授课,分享最新行业动态和实战经验。同时,教师还可以选用具有代表性的行业案例进行分析讨论,让学生了解网络营销的实际应用和效果评估方法。目前已邀请哔哩哔哩(bilibili.com)百万粉丝量内容博主进行选题分享、以及去哪儿&同城高级内容产品经理进行旅游平台内容推荐算法分享。学生不仅了解了新媒体营销不同方面的应用方法,还通过与行业讲师的互动交流,加深了对旅游网络营销的理解和认识。同时通过选取具有代表性和时效性的案例,让学生在实际操作中学习网络营销的策略和技巧。基于知识点选取不同主体的旅游网络营销典型案例进行分析,如“因一只玩偶爱上一座城——城市IP创意营销”,以案例分析的形式分享业界最新案例,涉及到目的地、景区、产品、活动网络营销,让学生分析并讨论其成功之处和可借鉴之处。

3.4 强化实践与创新能力培养

强化实践与创新能力培养是提升教学质量和增强学生综合能力的关键。在旅游网络营销教学中,教师更注重培养学生的实践能力和创新思维。所以在任务安排中教师设计的任务相较传统作业更具有挑战性和实践性,鼓励学生进行自主研究和创新实践。同时,学校层面为学生提供了一些创新资源和支持,如创新实验室、创业孵化平台等,为学生的创新实践提供条件和保障^[10]。在该课程中,课程组教师与当地部分景区、酒店达成合作,校企合作的方式包含了“校企课程内容共建”“行业专业导师指导”“企业实践项目设计”“校企交流活动”“人才培养输送机制”等内容,力图为学生提供全方位实践支持。

3.5 动态评估与多元化考核体系构建

传统市场营销专业的教学评价带有较强的应试色彩, 易导致人才培养陷入高分低能的恶性循环链条中^[1]。为强化教学反馈的实时性与考核的全面性, 需构建“过程—结果”的动态评估机制。一方面, 引入动态监测工具: 通过企业周报、平台运营数据看板等形式, 要求学生定期汇报社交媒体矩阵的访问量、转化率等核心指标, 教师结合数据分析动态调整教学策略。另一方面, 优化考核形式: 采用项目报告(如旅游产品推广方案)、实操演练(如广告投放模拟)、行业导师评分(如企业专家对短视频内容的转化效果评价)等多元化方式, 覆盖知识应用、创新能力与职业素养等多维度能力。同时, 将课堂参与度、小组协作表现等过程性指标纳入考核体系, 确保“重结果更重成长”。通过行业讲师深度参与评价(如“目的地 IP 策划案”评分), 使考核标准贴近企业需求, 为学生职业发展提供精准导向。

4 结语

随着移动互联网技术的迅猛发展和普及, 旅游网络营销已成为旅游教育中重要的一部分。本文通过对移动互联网时代下旅游网络营销教学的问题进行深入分析, 并针对性地提出了多项教学优化对策, 旨在提升学生的实践能力和创新思维, 以适应快速变化的行业需求。旅游网络营销教学优化在提升学生能力、推动学校教育改革和满足企业人才需求方面具有重要意义。未来, 本课程将继续深化教学优化改革, 不断探索和实践更多有效的教学方法和手段, 以适应移动互联网时代对旅游网络营销人才的需求和挑战。

参考文献

- [1] 徐芹. 互联网+视角下电子商务市场营销教学优化研究[J]. 湖北开放职业学院学报, 2023, 36(13): 149-151.

- [2] 岑指昊. 实践技能提升背景下中职医药市场营销教学优化探究[J]. 学园, 2020, 13(11): 17-18.
- [3] 李凤. 地方应用型本科高校产教融合: 困境、机理、方向[J]. 中国高等教育, 2020, (09): 57-59.
- [4] 刘娟. 浅议中职市场营销教学效果的优化策略[J]. 职业, 2013, (17): 135-136.
- [5] 李百吉, 孙佳慧, 伍京华. 本科市场营销教学团队的结构优化途径[J]. 中国科教创新导刊, 2012, (34): 153.
- [6] 梁志勋, 易云飞, 施运应, 等. 基于专创融合的计算机类专业创新创业人才培养探究[J]. 西部素质教育, 2024, 10(05): 18-21.
- [7] 孙峰. 陕北地域文化元素融入艺术设计专业课程的路径研究[J]. 上海包装, 2024, (10): 226-228.
- [8] 张金磊, 王颖, 张宝辉. 翻转课堂教学模式研究[J]. 远程教育杂志, 2012, 30(04): 46-51.
- [9] 杨薇, 韩慷慷. 基于电子商务生产性实训基地的市场营销课程实训设计——以扬州技师学院为例[J]. 科学咨询(科技·管理), 2022, (11): 75-77.
- [10] 林云芳. 基于双创理念的跨境电商实践教学模式设计与优化[J]. 科教文汇, 2024, (07): 120-123.
- [11] 杨庆. 大数据环境下市场营销专业教学实践改革分析与研究[J]. 湖北开放职业学院学报, 2022, 35(07): 142-143.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS