

# 山东文旅产业链数字化转型需求下旅游专业群课程体系重构研究

张楠 隋静 朱明镜

泰山职业技术学院

**摘要:** 数字经济时代,山东文旅产业链数字化转型加速,对旅游专业人才培养提出新挑战。本文聚焦教学层面,指出当前旅游专业群课程存在内容滞后、教学模式陈旧、师资能力不足等问题,课程设置与文旅新媒体运营、智慧旅游服务等产业需求脱节,教学实践难以支撑数字化能力培养。为此,针对性提出构建分层递进课程体系、创新数字化教学与评价模式、打造“双师型”团队等重构路径,旨在提升旅游专业教育质量,为产业输送适配人才。

**关键词:** 山东文旅产业;数字化转型;旅游专业群;课程体系重构

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6288.2025.10.139

## 引言

随着时代发展,文旅产业的边界不断拓展,与新技术、新消费模式深度融合,呈现出蓬勃发展的态势。在这一进程中,数字化转型成为文旅产业突破发展瓶颈、实现创新升级的关键路径,其催生出的文旅新业态、新模式,对旅游专业人才提出了前所未有的能力要求。

反观当下,旅游专业群课程体系却显露出诸多不适应之处。传统课程架构与教学模式,难以满足产业对具备数字化技能、跨学科知识整合能力人才的需求,导致人才培养与产业需求之间的鸿沟日益加深。因此,深入探究山东旅游专业群课程体系重构,让教育精准对接产业数字化转型需求,成为推动文旅产业可持续发展、提升旅游专业教育竞争力的重要课题。

## 一、山东文旅产业链数字化转型对旅游专业人才的需求特征

### (一) 数字化工具基础操作与场景应用能力

山东文旅产业数字化进程中,旅游专业人才需熟练掌握基础数字化工具的操作与场景化应用。在文旅产品线上营销环节,需精通微信公众号后台图文排版、H5页面制作,以及抖音短视频的剪辑与发布,能够独立完成文旅宣传素材的创作与传播。实际教学中,院校可将微信公众号运营、短视频创作等内容纳入实训课程,通过真实文旅项目任务驱动,让学生在课程实践中掌握从内容策划、素材制作到平台运营的全流程操作。在旅游服务场景,人才需熟练使用电子票务系统、智能客服工具,能够高效处理游客票务核验、在线咨询等工作。教学应强化模拟实训,设置真实服务场景的实操环节,使学生熟悉数字化服务工具的使用规范与应急处理流程,切实提升服务效率与质量。

### (二) 跨学科知识的整合与灵活运用素养

文旅产业数字化转型要求旅游专业人才具备跨学科

知识整合与运用能力。除旅游管理专业知识外,需掌握新媒体营销、数字内容创作等领域知识。在课程体系中,可开设“文旅新媒体营销实务”“数字文旅产品策划”等课程,通过课程融合与项目化教学,引导学生将旅游资源开发知识与新媒体传播技巧相结合,针对山东特色文旅产品设计个性化营销方案。例如,在课程实践中,学生需运用旅游文化知识挖掘产品特点,结合新媒体运营技巧制定推广策略,通过小红书、微博等平台进行精准营销,实现多学科知识的融会贯通与实际应用,培养符合产业需求的复合型人才。

### (三) 数字化场景下的创新实践与问题解决能力

数字化转型催生文旅新业态、新场景,对人才的创新实践与问题解决能力提出更高要求。教学过程中,应注重培养学生在数字化场景下的创意策划与执行能力,通过校企合作项目、课程设计作业等方式,让学生参与文旅产品线上推广活动策划、文旅数字内容创作等实践任务。例如,在“文旅活动策划”课程中,要求学生针对山东某景区设计线上推广方案,需综合运用数字化工具与创新思维,提出具有吸引力的活动创意,并制定可落地的执行计划。同时,鼓励学生在实践中发现问题、分析问题,通过团队协作提出解决方案,提升解决实际问题的能力,满足文旅产业数字化转型对创新型、实践型人才的需求。

## 二、当前旅游专业群课程体系存在的突出问题

### (一) 课程内容与数字化人才需求存在结构性错位

现行旅游专业群课程依旧以传统旅游学理论作为核心架构,在文旅产业数字化转型所催生的新业态、新岗位知识领域,存在明显的覆盖不足问题。在文旅产品营销领域,多数院校课程重点仍停留在线下推广策略,仅开设少量《旅游电子商务》课程,且课程内容仅局限于

基础平台操作，像是微信公众号运营矩阵搭建、抖音短视频精准投放等实操性强的内容，都未得到深入讲解。根据人力资源社会保障部发布的信息，文旅产业涌现出景区营销推广师等新工种，这意味着行业对线上营销技能需求大增，而现有课程无法满足。在旅游服务方向，课程对于电子票务系统、智能客服工具的教学，大多仅停留在理论介绍阶段，未能结合山东景区实际使用的票务系统开展操作实训，导致学生难以将所学理论知识转化为实际岗位技能。并且，跨学科知识融合课程严重匮乏，涉及新媒体营销、数字内容创作等领域的课程呈现碎片化分布状态，未能形成系统的课程模块，不利于学生构建契合产业需求的复合型知识结构。

从课程更新机制来看，旅游专业课程大纲通常以3-5年为一个修订周期，这与文旅产业数字化技术的快速迭代速度严重不符。例如，近年来兴起的文旅直播带货、小红书种草营销等新形态，未能及时融入课程体系，致使学生所学知识滞后于行业发展步伐。同时，课程内容中山东本土文旅案例占比较少，未能紧密结合《山东省文化和旅游数字化发展行动计划》中“打造齐鲁文化数字IP”等目标，削弱了课程与地方产业需求的适配程度。

### （二）教学模式难以支撑数字化能力培养目标

当下旅游专业教学主要以课堂讲授为主，实践教学多依赖传统模拟实训室，难以契合数字化能力培养的需求。在新媒体营销课程教学中，教师多采用“理论讲解+案例分析”的模式，学生缺乏真实账号运营实践，仅仅停留在对营销理论的了解层面，无法掌握账号定位、粉丝运营等核心技能。在旅游服务课程里，模拟实训场景与现实数字化服务存在较大差距，诸如智能客服工具的复杂应答逻辑、电子票务系统的突发故障处理等内容，均未纳入教学范围，使得学生实践能力与岗位要求脱节。

考核评价体系同样未能凸显数字化能力导向，多数课程还是以笔试成绩为主，对学生的数字化作品创作、项目执行能力缺乏有效的评估手段。例如在文旅活动策划课程考核时，仅依据方案文本进行打分，忽略了方案在新媒体平台的实际传播效果评估。而且，教学过程中与文旅企业的合作不够深入，企业真实项目进入课堂、校企双导师协同教学等模式尚未广泛推行，学生难以在真实的数字化工作场景中提升实践与创新能力，这极大地限制了旅游专业群课程体系对产业数字化转型的支撑作用。

## 三、山东旅游专业群课程体系重构的关键衔接要素分析

### （一）校企双向互动的需求响应机制

课程体系重构需以校企深度合作为纽带，建立常态

化的需求沟通渠道。山东院校可与省内文旅企业签订长期合作协议，定期组织行业专家、企业技术骨干与专业教师开展座谈，围绕文旅直播运营、新媒体账号管理等岗位需求，动态调整课程内容。例如，在课程大纲修订前，通过企业问卷调查、岗位技能需求访谈等方式，将台儿庄古城新媒体运营的实际流程、景区电子票务系统操作规范融入教学。同时，企业可向院校开放岗位见习机会，让教师参与文旅项目策划执行，掌握行业最新动态，反哺课程内容更新。这种双向互动机制能确保课程体系紧跟产业发展步伐，精准对接山东文旅产业链数字化转型需求。

### （二）课程模块间的能力进阶衔接设计

课程体系重构需注重不同教学阶段的能力培养逻辑。在基础教学环节，侧重培养学生文旅新媒体基础操作技能，包括微信公众号排版、短视频剪辑、电子票务系统基础操作等；进阶至专业核心教学阶段，引导学生将基础技能应用于文旅营销策划与服务流程优化，通过项目式教学让学生完成文旅产品线上推广方案设计、智能客服应答策略制定等任务；实践教学阶段，则依托校企合作项目，让学生参与景区真实的线上推广运营、智能客服系统维护等工作，在实际场景中解决复杂问题，强化综合职业能力。各教学阶段通过“基础技能掌握—技能综合应用—实战问题解决”的递进关系，形成从单一技能到综合能力的培养链条，避免课程内容重复与断层，确保学生能力培养与产业岗位要求相匹配。

### （三）教学资源与产业实践的有机整合路径

优质教学资源是课程体系有效实施的重要保障。在教材建设方面，摒弃传统纯理论教材，联合企业编写以文旅行业真实案例为载体的教学资料，如将济南文旅直播带货的成功经验、景区智能客服应答优化案例转化为教学内容。在教学平台建设上，充分利用现有的在线学习平台，搭建涵盖文旅行业动态、企业操作规范、岗位技能培训视频等资源的共享库，供师生随时查阅学习。此外，鼓励院校与企业共建实训基地，将企业文旅账号运营、电子票务系统管理等真实工作场景引入教学，让学生在实操中巩固知识，提升职业素养，实现教学资源与产业实践的深度融合，为课程体系重构提供有力支撑。

## 四、山东旅游专业群课程体系重构的实施路径

### （一）构建分层递进的课程内容体系

课程体系重构需打破传统学科壁垒，以岗位能力需求为导向重塑课程架构。在基础课程阶段，强化文旅行业数字化工具应用教学，如将微信公众号运营、短视频拍摄剪辑等实操技能纳入必修内容，通过集中实训课程，

要求学生完成不少于3个文旅主题新媒体作品创作,确保熟练掌握基础工具操作。专业核心课程则聚焦文旅产业数字化转型中的核心业务,围绕文旅产品线上营销、智慧旅游服务等方向,设计项目化教学模块。例如,在文旅营销课程中,以山东某景区的线上推广为真实项目,引导学生从市场调研、方案策划到执行落地全程参与,培养其综合运用数字化手段解决实际问题的能力。

同时,注重课程内容的动态更新机制建设。建立由行业专家、企业代表和专业教师组成的课程评估小组,每学期对课程内容与产业需求的匹配度进行评估。针对文旅直播带货、新媒体社群运营等新兴业态,及时将行业最新案例和操作规范融入教学内容,确保课程体系始终契合山东文旅产业链数字化发展趋势。通过分层递进的课程设计,形成“基础技能—专业能力—创新应用”的能力培养链条,提升课程体系的实用性和前瞻性。

### (二) 创新数字化教学模式与评价机制

教学模式革新是实现课程体系重构目标的关键。在教学方法上,推行任务驱动式教学,将文旅企业真实项目引入课堂。例如,与省内文旅企业合作开展新媒体账号代运营任务,让学生分组负责账号内容策划、发布及粉丝维护工作,企业导师与校内教师共同指导,在实践过程中培养学生的数字化营销能力。同时,充分利用在线教学平台开展混合式教学,将理论知识讲解录制成微课视频供学生课前自学,课堂时间则用于案例研讨、项目实操和问题答疑,提高教学效率和学生参与度。

在考核评价方面,建立多元化评价体系。除传统的理论考试外,增加实践项目考核比重,占总成绩的60%以上。针对学生完成的文旅新媒体推广方案、智能客服优化报告等实践成果,邀请企业专家从行业标准角度进行评分。同时,引入过程性评价,记录学生在项目执行中的团队协作、问题解决等表现,全面衡量学生的数字化实践能力和职业素养。通过教学模式与评价机制的创新,推动学生从知识接收者向实践参与者转变,切实提升人才培养质量。

### (三) 打造“双师型”数字化教学团队

师资队伍建设和课程体系有效实施的重要保障。一方面,加强现有教师数字化教学能力培养。定期组织教师参加文旅行业数字化转型专题培训,如新媒体运营实战研修班、智慧旅游服务管理培训等,鼓励教师考取文旅新媒体运营师等职业资格证书。同时,建立教师企业实践制度,要求专业教师每学年到文旅企业挂职锻炼不少于1个月,参与企业数字化项目运营,积累实践经验,并将企业案例转化为教学资源。例如,教师在景区挂职

期间参与的电子票务系统优化项目,可提炼成教学案例融入旅游服务课程。

另一方面,优化师资结构,引进具有丰富文旅数字化实践经验的企业人才担任兼职教师。通过校企联合授课、组建教学创新团队等方式,促进专兼职教师优势互补。兼职教师可承担实践课程教学、指导学生参与企业项目等工作,将行业前沿技术和实际操作规范带入课堂。通过内外结合的方式,打造一支既具备扎实理论基础,又掌握数字化实践技能的“双师型”教学团队,为课程体系重构提供坚实的师资支撑。

### 结语

山东文旅产业链数字化转型对旅游专业人才培养提出新挑战,课程体系重构成为教育适配产业发展的关键路径。本文聚焦教学层面,剖析当前课程体系在内容设置、教学模式及师资建设方面与数字化需求的脱节问题,针对性提出分层递进的课程内容体系构建、数字化教学模式与评价机制创新,以及“双师型”教师团队打造等实施路径。这些策略通过将微信公众号运营、文旅直播带货等实操内容融入课程,引入企业真实项目驱动教学,强化教师实践能力培养,实现教学与产业需求的深度对接。未来,随着山东文旅产业数字化进程加速,旅游专业群需持续优化课程体系,深化校企协同育人,以培养更多掌握新媒体营销、智慧旅游服务等技能的高素质人才,推动专业教育质量提升与文旅产业创新发展的双向赋能。

### 参考文献

- [1] 胡海燕, 经渊. 文旅融合的数字化变革——基于国际视野的文献回顾[J]. 图书馆学研究, 2021(22): 2-8.
  - [2] 李文亮, 程金燕, 厉新建. 数字技术赋能旅游体验: 现实问题与发展路径[J]. 旅游论坛, 2025(04): 15-25.
  - [3] 张宪麒. 山东省乡村“体文旅”融合发展模式优化研究[D]. 曲阜师范大学, 2024.
  - [4] 潘蕾, 赵燕. 数字赋能山东省文旅产业高质量发展问题分析与路径探究[J]. 潍坊学院学报, 2024, 24(1): 68-72.
- 作者简介: 张楠, 198906, 女, 籍贯: 山东省泰安市, 学历: 博士、讲师, 研究方向: 职业教育产教融合研究、心理健康教育; 隋静, 198101, 男, 籍贯: 山东省青岛市, 学历: 博士、副教授, 研究方向: 职业教育、园林景观; 朱明镜, 198302, 女, 籍贯: 山东省泰安市, 学历: 硕士、讲师, 研究方向: 职业教育、定量研究与大数据分析。