

# 互联网背景下旅游市场营销教学探析

马蕾

(武汉光谷职业学院 湖北 武汉 430070)

**[摘要]**，高职旅游专业学生在学习旅游营销的过程中需要运用网络思维，教师也应根据市场的发展情况安排相应的教学内容，通过课堂教学帮助学生掌握旅游营销知识和专业技能，提高职业竞争力。然而，在实际教学中，仍然存在着课程内容调整的迫切需要，课程内容与网络+背景的兼容性不高，教学方法单一，教师的整体素质还不能满足网络环境下教学任务的要求，影响教学质量。因此，可以采取以下措施进行教学改革：有针对性地开展旅游营销教学，提高与互联网的兼容性；丰富教学手段，改善办学条件，提高教师的综合素质，适应复杂的教学要求，使教学改革得以顺利进行。

**[关键词]** 互联网；旅游市场；营销学

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.08.049

## 一、引言

高等院校对于旅游专业的教学也应该在互联网的影响之下进行改变，从传统的方式发展为更好的利用互联网+进行教学，这样才能适应现在快速发展的市场，也能更好的利用互联网的红利对旅游市场进行发展，也就需要在教学方面进行改革，培养实际能力和理论能力都扎实的旅游市场工作者。因此，对于如何改进教学方式，才能达到最好的教学效果，是急需去探索和实践的。

## 二、《旅游市场营销学》的课程概述

越来越多的地方依靠旅游业来作为地方的支柱形产业，旅游也可以促进当地的经济和周边的经济的发展<sup>[1]</sup>。然而，有时候丰富的旅游资源，也会造成非常激烈的市场竞争。针对市场对旅游人才的大量需求，旅游部门也开设了关于旅游市场营销的一些课程。这些主要是针对即将步入社会的大三学生，接受最少五个月的实习训练，从而累积足够的经验。在很大程度上，课程可以帮助学生加强他们已经掌握的技能，适应岗位要求，提高岗位竞争力。

## 三、互联网+背景下的课程改革需求

互联网的快速发展，传统的产业几乎都发生了很大的变化，尤其随着手机和电脑的普及，人们已经无时无刻不受到影响。而旅游营销的主要目标是对自身旅游产品的包装和宣传的过程。互联网作为流量和话题的聚集中心，也慢慢的成了互联网流量的焦点。这个流量至上的时代，互联网对营销工作的影响是很大的。因此，在旅游业教学中，要结合互联网，使得学生在学到理论知识的同时，也能利用理论知识进行实践操作，真正利用网络去工作。更好地利用互联网技术将使课程更具活力，并将大大提高学生的学习积极性，积极做好自己的工作，还将为旅游业注入新的活力，对于促进旅游营销的潜在作用是非常巨大的。

## 四、互联网传播学特点分析

### (一) 互联网内容的传播内容

完成后，推广内容也很重要。由于互联网的便利性，把内容放到互联网上，引起人们的注意也是非常方便的。但是互联网是非常庞大和复杂的，对于营销内容的正向的传播有时候会产生不利的因素，如果内容的制作不够好，就不会得到广大网民的支持。相反，在网络流行的作品往往是创造性的、独创性的，或者反映了一定的社会状况，所以它们必须有自己的独

特性，才能受到人们的普遍欢迎。互联网对于优秀作品具有一定的推动作用，好的作品通过互联网的传播，在通过大家的点赞、评论和关注，就会被越来越多人传播和熟悉。因此，对于互联网来说，做好内容传播渠道的控制，显得十分重要。

### (二) 内容的制作

在网络高速发展的背景下，旅游营销课程应分析网络传播的特点，以完成旅游课程的改革。互联网的主要作用是实现信息的传播，而信息则是载体来支撑的。总之，传播精神价值和人类历史等，都是内容的一部分。市场营销需要做的就是通过文字、图片或视频来推广其产品。在推广过程中，内容的价值和质量决定了信息的价值和推广的最终效果。只有那些精巧、深刻的视频内容才能记住，达到扩大旅游产品知名度的效果。所以，在制作的过程中就要追求高质量的作品，这样，才能吸引游客前来咨询和关注，达到很好的互联网推动效果。

## 五、《旅游市场营销学》教学过程中遇到的问题

### (一) 课程内容亟须调整

旅游市场营销是一个关注市场变化和消费者消费趋势的学科，其注重时效性、实用性和创新性。在互联网信息日新月异的发展基础上，旅游市场营销在课程内容和讲解中，明显有滞后的表现。在授课过程中，设计利用互联网进行营销的内容比较少，不能形成系统性强的教学，知识的更新也比较滞后，不能在网络快速的发展过程中取得先机。另外，在平时的教学过程中，对案例的选择不能和市场进行紧密的联系。这样的教学模式下，学生的学习成本比较高，经典的案例的研究也不能很好的对学生形成利用互联网进行营销的思维，很大的程度上是不能帮助学生们去提升营销的技能<sup>[2]</sup>。因此，在市场营销课程教学过程中，教师应结合时代热点和市场变化来更新教学内容，促使学生系统掌握市场营销课程理论知识，进而更好地满足社会需求。然而，目前许多教师在市场营销学教学中忽略了时代的发展，教学内容与时代相脱轨。

除了旅游网络营销相关知识在课程内容上存在严重滞后，还有一个问题也不能大意：课程在教学过程中对新案例的更新也很重要，除了一些经典的案例之外，还有很多时效性很高的案例，这些案例通过生动的描述，通过教学，学生可以很好的把现在所学的理论和经典的案例进行结合去应用，也能很好的开展发散思维，更好的打开思路。为今后从事旅游营销的工作打好一定的基础，然而，现在很多的教学中对于这部分的

案例介绍比较少,很少给学生介绍时效性比较搞的优秀案例,导致教学与实际有时候会脱轨。而今互联网已经被应用于生活的方方面面,好的案例显然是有利于教学质量的提升,对学生知识的提升也能产生很好的效果。如果缺少经典的案例,也不利于学生对于互联网时代下课程的理解,不利于将来从事相应的工作。

### (二) 教学方法的单一性

在对市场营销的叫教学方法方面,学校和老师对新型的教学方法还是没有研究出一种很好的方案,不能很好的对学生信息进行教学。造成了在互联网飞速发展的时代,很多学生对于信息带来的影响还不够重视,对于信息的敏感度也不够高,不能形成对互联网内容创造的认知。现在很多的学校课堂上面还是主要通过讲授的方式进行,现在比起之前最多也就制作一些PPT,课堂播放一部分视频来改变授课形式。但是这样的教学方式,并不能够满足复杂条件背景之下,各种互联网知识的学习和应用,也无法让学生真正去形成自身的专业技能。在这个网络飞速发展的时代,我们的手机和电脑给大家带来了很方便快捷获取信息的途径,信息的爆炸使得学生开阔了视野,也学到了很多知识。当然,网络的飞速发展也对很多行业提出了新的与挑战,旅游市场营销课程的教学也不例外<sup>[3]</sup>。

现在几乎人手一个手机,大家手机都是随身携带,很多学生其实大量的时间都会花费在手机上面。手机的强大功能也给学生提供了更好更方便的学习平台,学生用它进行拍照,查资料,和各种大牛进行交流,那么如何让大家更好的利用手机,进行积极的学习呢?以前的课堂大家都是做笔记来记录老师的授课内容,现在大家都是通过手机或者ipad拍摄老师的课件内容。面对新的学习方式,如何去更好的调整教学方法是值得老师去思考的一个问题。因此,对于学校和老师在制定教学计划的过程中,应该多方面多角度对学生进行教学,利用好互联网带来的方便,更好的对课程进行教学,避免单一的教学方式,避免纯理论的教学形式,使学生感受到互联网的方便,更好的对自己所学的专业进行理解和应用是教学过程的最终目标。

### (三) 教师的整体素质有待提高

高校老师其实是担任这教学规划和教学任务的安排的,但是高校使用的教材其实每年几乎是一样的,是固定的,教师必须在上完固定书本的基础之外,才能融入新的知识,很多时候由于时间和课程内容的原由,教师可以展示的空间就比较少。虽然发挥的空间比较少,但是互联网的快速发展,老师在平时的授课过程中,也要紧跟互联网的发展潮流,理清楚互联网的规律,对学生进行很好的引导和教学。比如:网络快速发展过程中,面对营销,粉丝经济是一个重要的组成部分,对于学生的授课也应该偏向如何更好的去吸引粉丝,去涨粉,做好宣传工作,在授课过程中也需要注意。这对老师的要求也是很高的,老师需要一直更新知识,与时俱进,才能对学生很好的教学。但是现在的高校中大多数的老师的教学方式还是传统的教学方法,还是传统的老师授课,学生被动听讲。没有很好的与时俱进的对学生进行教学授课,授课内容还主要存在于对传统

知识的讲授,很多知识可能已经不适合现在的旅游市场,但是高校可能还在讲授这部分知识,这无疑是对教学质量的大折扣。大部分高校现在也没很好的对学生的实习进行安排,学生也很多无法真正接触到这个行业的实际操作。因此,老师的教学素养和教学方式也是很需要去改善的。

## 六、关于《旅游市场营销学》课程教学中改进

### (一) 旅游市场营销课程教学内容的应对

随着网络的飞速发展,通过引流和媒体来进行营销的技术已经很成熟了,应用在几乎所有的行业之中。尤其是手机和电脑的普及,网络营销的新趋势也被发掘,比如通过微博,抖音,快手等平台,商家进行产品和服务的营销。很多时效性很高的精彩的案例也应该被去用在本科生的教学过程当中,在对理论教学的同时,也应该多对实际中华的一些经典的案例进行举例,便于学生进行理论学习的同时,更好的进行理论和实际应用的结合。在平时的课程内容设置方面,也应该使课程与时俱进,和时代相接轨,而不是一直处于教学的滞后状态,使得学生能够理解最新的知识,也是教学课程应该完成的目标。多让学生和最新的知识接轨,利用网络去获取最新的知识和信息。

互联网的本质是获取信息和传播信息的过程,这就要求教师认识到内容制作对市场营销的重要性,并让学生在掌握基本理论知识的同时,对专业操作技能也能有所提升,有所精进,学习的内容包括文本、图片和视频的制作和宣传等。文字和图片的制作比较简单,学生可以接受简单的训练,如写文案,介绍旅游市场的特点,并试图从不同的角度表达旅游产品的特点,帮助游客了解产品的全貌,适当配置一些插图,还可以在很大程度上对作品进行大量的色彩处理。内容相对简单,不需要专业设备,可以在手机或电脑上完成。但是效果最好的仍然是视频的录像和创作,虽然很多同学平时都会刷到这些推广和视频,但是实际自己制作其实对很多学生来说是一个很陌生的领域,需要去学习和训练。所以平时学习的过程中是需要认真去掌握和学习的,其中主要有录像的录制,录像的编辑,录像中情节的处理以及内容的讲解,对于内容和情节如何才能处理的吸引别人的注意力,也是很需要去观察和学习的。学生可以通过使用一些简单的工具去提高自己整体视频的质量以及吸引度。如今,像抖音,微博,快手等很多社交平台也为市场营销提供了很好的机会和可能性,旅游专业的从业人员可以通过视频的制作和推广,通过大大提高网络作品的质量来为旅游产品营销提供重要的原材料。吸引大量的消费群体,推广自己的产品和服务。

### (二) 丰富教学方式,改善办学条件

高等学校的教学方法应该多样化,他们不应该局限于一种教学方法。互联网是一个非常开放的平台。在互联网+背景下开展的教学环节不能形成一个僵化的体制,而是需要更加开放,丰富教学方式。在学习市场营销方面,除了要掌握普通的互联网的一般知识和技能外,还要帮助学生了解掌握各种互联网技能。实践是检验真理的标准。学生只有真正参与项目,才

能深入理解和学习市场营销的本质，这就需要借助一些特殊的设备来创造旅游产品的营销内容。但是一些专业的先进设备可能会比较昂贵，学生一般负担不起，这就要求学校充分考虑这些情况，为学生创造一个良好的学习平台，在视频制作中，航拍是互联网上非常流行的拍摄方法，它可以通过一个灵活的角度拍摄，可以为营销增加很多分数，学校需要购买合格的航拍设备，为学生提供良好的学习材料。此外，旅游专业人员需要走出去，不仅要了解旅游产品，还需要了解不同旅游团体的需求。例如亲子游、自驾游和团体游，不同的旅游需求也不同。这就需要通过不同的教学方式，让学生掌握旅游产品营销的本质。可见，在市场营销学习中，需要完善的软硬件设施，保证教学工作顺利进行，还必须为学生提供良好的教学环境和教学方法，帮助学生掌握市场营销技能。随着互联网的迅速发展，学生主要通过手机和电脑自学。在传统的教学中，老师在黑板上写，学生在下面记录和接受知识，可以对传统的教学方法进行一定的改进和设计，提高课堂的活跃度和学生接受知识的能力，多和学生进行互动，让学生主动的去接受知识。

在课前预习阶段，可以通过引导学生进行课前自学，借助手机和电脑对相关的知识进行复习，自学的过程总能达到很好的掌握，把教师给学生单向的传输知识变成学生自学的过程，通过在课堂上进行双向的交流来巩固知识，是一种很好的教学模式和教学方法。老师和学生有互动，有交流，学生才能更好的掌握知识，老师在课堂教学的过程中也有成就感，课堂的质量就会提上去。

在课中内化知识阶段，教师是引导者，对学生的各种表现进行引导和评价，而学生是实践者，通过小组合作与师生交流，深入感受知识的应用。该阶段主要包括三个环节：教师课堂引导、师生互动交流和课中总结。首先，教师对课前预习任务的完成程度进行评价，并有针对性地解答学生在课前预习阶段观看视频、自主思考等过程中所提出的普遍问题；其次，针对一些重难点问题，教师可运用案例引导学生进行小组合作、交流与讨论，有效发挥学生的主观能动性，有助于提升学生合作学习能力、沟通能力和解决问题的能力；最后，让小组成员代表回答讨论的重难点问题进行课堂汇报展示，教师对答案进行纠正或补充，通过师生互动再次突破重难点，进一步促进学生理论知识的内化和实践技能的提升。例如教师在课堂讲解STP 战略章节内容时，可让学生从“七教育现代化2020年7月第55期57教学改革与探索度空间”定位案例分析和“安慕希”酸奶定位分析这两个主题中二选一，并分小组讨论交流，然后让小组成员代表进行课堂汇报展示，教师对其结论进行点评，促进学生更深入地掌握所学知识。

课后反思阶段是对课前预习阶段和课中内化知识阶段的学习过程进行总结、反思，主要包括两部分内容，即教师反思教学过程和学生反思巩固学习内容<sup>[9]</sup>。教师可借助网络教学平台来收集学生的反馈信息，进而有针对性地完善自己的教学，提高教学效果。教师还可将学生课堂学习视频传至微信群或QQ群，让学生观看并评价自己的表现，这样学生之间可以互相

学习，老师也能进行课后答疑，针对学生在课堂上未学会的知识，教师也可以一对一对其进行在线辅导，帮助其及时理解并掌握。除此之外，教师也可以将每堂课的知识点总结后通过微信推送给学生，以方便学生查漏补缺，巩固和强化教学内容。

（四）提升教师队伍的整体素质，适应互联网的快速发展

老师的整体素质对教学质量是很重要的，一个好的老师能够影响学生将来的从业方向和整体素质。因此，学校在自己条件允许的情况下，建立教师培训机制，来促进老师们之间的交流，通过交流确定更好的授课方式，摒弃传统的一些教学方式，以学生为教学的中心，知识为导向，组织课堂的一些活动。教学的过程中，加强老师和学生之间的交流互动，通过学生的教学反馈，对学生掌握知识的程度进行了解，采取更好更针对的教学方式。这样，才能更好的对学生的情况进行了解，对学生采取更好的教学方法。

在教学过程中，对于教师的素质培养也是很重要的。对于老师的素质培养，可以让老师对学生有更好的教学效果以及成效。教师应该多加强与旅游企业的沟通，让学生走出课堂，让学生参与一些特定的旅游产品营销，积极的把握互联网的风口，利用现代的宣传设备和技术，使更多的教学贴近实际操作，让学生在学的过程中掌握理论的同时也能有很好的网络宣传思维方式。此外，对实际训练也不能缺少，可以组织学生去参与案例的分析，尝试组织学习小组，使学生通过合作更好的掌握团队精神，更好的学习和实践，学生也能在实践的过程中认识到自身的不足和需要改进的地方，更好的掌握知识和技能。积极推进师资队伍的整体建设。课后还应采用网上讨论模式，引导学生在培训阶段解决各种问题，帮助学生完成培训任务。

### 七、结语

在旅游营销专业教学改革过程中，有必要对互联网的背景进行研究，找出实际教学中存在的问题。结合网络背景下的教学特点，去创造多元化的人才，通过多种技能的培养，让学生掌握营销知识和技能，提高教学过程和网络的兼容性。改进教学方法，改善学校条件，帮助学生适应更先进的办公环境，熟练操作无人机捕捉和拍摄营销材料，掌握热点营销的方法。提高教学团队的整体素质，适应复杂的教学要求，帮助学生掌握和应用市场营销技能，培养具有竞争力的旅游专业人才。

### 参考文献

- [1] 庄雅丝. “互联网+”时代背景下中职市场营销教学方法探索[J]. 现代职业教育, 2020, 177(3): 70-71.
- [2] 梁思琪. 浅析互联网时代背景下市场营销教学改革的思考[J]. 大众投资指南, 2017 (No. 291): 222-223.
- [3] 龙晓燕. 互联网背景下《旅游市场营销学》教学探析[J]. 佳木斯职业学院学报, 2020 (v. 36; No. 211): 45-46.

作者简介:

马蕾 (1977, 8) 女, 河南通许, 汉, 讲师, 硕士研究生, 研究方向: 旅游市场营销、生态旅游。