

中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程开发研究

■ 蔡夏婷

(南宁市第一职业技术学校, 广西南宁, 530009)

【基金项目】本文系 2020 年度广西职业教育教学改革立项“互联网环境下跨专业课程融合的实践研究——以《新媒体营销》与《咖啡技艺》课程为例”(GXZZJG2020B226)研究成果。

新媒体是基于计算机技术、网络技术、信息技术和数字技术及手机、电脑等终端将产品或服务信息提供给用户的一种媒介信息传播形态。新媒体营销是基于微信、微博、短视频等新兴媒介实现产品或服务销售的营销模式。新媒体营销具有交互性、实时性和容量大的特征,不受任何物理空间约束。中职酒店专业的新媒体营销课程开发旨在培养专业的酒店新媒体营销人才。本文就该专业新媒体课程定位、课程建设与教学方法等展开简要分析。

一、引言

得益于国家经济和社会的快速发展、公众收入水平的持续提升,我国酒店行业规模持续膨胀。特别是近十年来,在忽略疫情影响因素的前提下,国内旅游市场规模整体处于快速增长态势。如何利用新媒体平台拉动酒店业发展是中职教育需要思考的课题,而这也对中职酒店专业学科建设提出了新要求。基于中职酒店专业教学、学生就业及新媒体平台应用等现实需要,各中职院校应重点考虑中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程开发。基于此,本文以中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程开发研究为题展开分析,旨在对此类实训课程的内容、结构、授课模式等展开探讨,以满足酒店业新媒体营销教学需要,推动基于新媒体的酒店产品和服务的销售。

二、中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程的开发思路

(一)课程设置目标

教师应基于认知规律、教学规律、中职教育现状、中职教育政策、中职生基本特征、酒店业概况、网络平台概况、营销理论及新媒体营销等,先理论后实践,由浅入深,促使学生完成对新媒体营销本质的认知,并基于新媒体酒店营销实践有效串联必修课、选修课、自修课等知识点及其理论,促使学生了解、认识并最终掌握新媒体营销的基本途径、方式方法,成功实现新媒体营销。

(二)课程内容

中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程宜由以下四个模块组成。

1. 酒店专业课程模块

模块以既有教材为基本支撑,包括职业语、数、外、思、体、计及酒店专业课程。其中,酒店专业课程应涵盖酒店专业启蒙、酒店职场体验、形体训练、服务礼仪、前厅服务、客户服务等,同时纳入部分自修课程,并指定应用数学、外语口语、插花、茶道、餐厅摆台等为限定选修,将美容美发、手工制作、趣味写作、摄影等作为自由选修。

2. 新媒体营销认知模块

模块包括新媒体及新媒体营销的概念、新媒体营销岗位职能、新媒体营销素养、新媒体营销团队建设、新媒体营销平台认知及构建等。

3. 新媒体营销学习与掌握模块

模块涵盖社群、游戏、短视频、微信、微博等。学生需要学习、了解并掌握此类项目的本质及其运行模式、规律等。

4. 新媒体营销实践模块

本模块是学生将酒店专业理论与新媒体平台结合展开新媒体营销的实训模块,用于帮助学生完成理论与实践的过渡。

(三)教学组织

教师应基于课堂教学、新媒体平台支撑,利用岗位职责、任务驱动凸显学生学习和新媒体营销实践环节的主体地位,让学生更多地走上讲台、利用新媒体平台、成为理论学习与新媒体营销的主导者,增强学生利用实践促进理论学习、运用理论学习指导新媒体营销实践的能力。教师应基于理论与实践之间的相互推动、互相促进来激发学生的创新思维,使学生实现思维突破。另外,教学内容中的每个模块均应设计对应的实训场景,以真实新媒体场景完成理论与专业内容教学。教师可以基于模块目标设置、思

维引导、现实案例、课后与线下交流、课程与实训评价、反馈等,让学生理解掌握酒店产品新媒体营销的核心知识点,奠定其未来职业发展基础。

三、中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程的目标定位

(一)实训课程属性

中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程意在完成新媒体基础理论,阐述中职酒店专业的新媒体营销理论,以及探索、搭建实训框架。教师在课程中阐述中职酒店专业学科建设的基本方向、新媒体营销的现实优势、酒店产品和服务、新媒体销售趋势,实现对具有创新思维,能有效培育适应科技时代、网络时代、信息时代、数字时代新型酒店业新媒体营销人才。课程的切入点在于酒店产品、服务、新媒体营销、理念与思维培育,在此前提下展开酒店产品和服务新媒体营销的涵义、内容、实施方法的分析探讨,基于典型案例分析阐述酒店业新媒体营销的本质与实施途径,微观入手,宏观实践,能够使酒店业的新媒体营销课程建设有序、良性、平稳发展。

(二)实训课程目标定位

中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程对网络、移动终端及社会性网络服务销售需求均适用,有助于推动酒店业线上、线下同步发展,增加用户关注,拓展潜在用户,增加用户数量及扩大整体规模,提高用户黏性。课程的重点内容定位包括新媒体信息发布、策划新媒体营销内容、运用新媒体营销工具实现酒店产品和服务销售、线上线下的用户互动交流。

(三)实训课程的基本功能

中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程的开设与教学有助于学生对新媒体、新媒体营销、酒店业新媒体营销有更深入准确的了解与认知,尤其能基于学科任务驱动、课堂教学、现实案例分析论证、新媒体营销实操引导学生对新媒体营销的本质及发展趋势形成准确认知、判断,为中职酒店专业的学生未来互联网应用、新媒体营销、基于互联网的新媒体创业奠定创新基础。

(四)课程融合

中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程必须有充分的拓展功能,有更多的“接口”,以便实现基于酒店专业的不同学科的融合。融合对象通常涵盖写作、摄影、绘画、音乐、舞蹈、短视频制作等关联性专业、基础性课程,以此促进中职学生深入思考、

发散思维,提高中职学生的专业素养与整体水平,使之基于新媒体平台实现“主业+副业”发展,促使学生创新创业成功,使之真正玩转网络、玩转新媒体。

四、中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程教学策略分析

(一)分组教学策略

分组教学是翻转课堂、专业融合教学、以生为主教学等素质教育新思维的基本模式。目前,移动设备、数码装置基本普及,摄影摄像逐步平民化、常态化,摄影创作的物理约束、时间约束逐步减少,图片、文字及二者结合的信息发布可以不受时空约束,这是新媒体发展的一个典型特征和现实优势。中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程同样可以使用分组教学策略,把学生划分成不同组别,强调组间差异、竞争与协同,关于酒店产品和服务的类型确定、基于新媒体的酒店产品和服务营销策略制定、新媒体营销脚本撰写均由各小组自主完成,重点关注取得实效的小组作品,激励所有学生。

(二)练习法的应用

中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程训练标准、意图明确,完成课程知识及其重点讲解与传递能够给学生提供更多的练习时间,进而引导学生持续反复训练所学知识、理论,使之在课堂教学与实践之间产生碰撞。教师应加强观察,重点查找并发现训练过程中存在的问题。在设计实训模式时,教师需要注重多元性、严谨性、规范性、代表性及针对性,使学生从在教师引导下展开训练,逐步过渡到自主展开训练。比如,酒店产品或服务新媒体营销 LOGO 设计、营销广告短语撰写、文图配合方案设计、系统网页开发、视觉效果控制等,均是训练的重点,需要反复训练,以便学生可以熟能生巧,信手拈来。

(三)任务驱动策略

中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程必须全面贯彻并体现“以生为本”的思想,基于任务驱动全面体现实训中学生的主体地位,只有如此,才能稳步提高学生基本酒店专业的新媒体营销水平。教师应利用不同的任务设计为支撑,引导学生对实际操作产生兴趣、获得实操体验。对于基本经典案例,教师应做好目标设置,分解目标任务,让学生与团队成员利用“各个击破”策略逐一完成各项任务,培养学生的团队意识与协作精神。对于此类综合实训课程来说,最具代表性的尝试模式应该是构建新媒体营销团队,这可以检验学生的理论知识、

实践技能,具体操作程序如下。

1. 分析教学内容与教学目标

教师应促进学生对团队建设思路、方法及其基本架构的初步认识与理解,以便有效掌握培育策略,激发并提升学生的实训参与兴趣和自信。

2. 教学对象分析

此举有助于教师深入了解学生的个性特质,对学生学习状态、学力层次、个人喜好、学习与实训准备状态有整体把握,从而提高课程设计与开发、教材建设与内容设计的针对性,以便教师因材施教,奠定课堂教学与线上教学的实践基础。

3. 设计教学任务

教师应明确课堂教学重点、新媒体营销实训的目标与任务。

4. 设计教学场景

一方面,教师需要基于课堂教学的教学场景设计,注重教材与计算机应用结合,在教室内展开酒店产品和服务新媒体营销模拟;另一方面,教师要对酒店实体教学场景进行设计,深入酒店,提高教学场景设计的针对性与真实性,增强教学效果。

5. 设计教学方案

6. 设计学习考核评价方案

教师应重点基于学生课堂与酒店实体学习实践表现、学习任务完成效果与质量等展开学习考核评价方案设计,提高评价针对性。

五、中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程评价

(一) 实训课程评价思路

基于中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程培养方向展开课程评价,评价的基本导向在于中职酒店专业学生的未来就业,主导思想在于让中职酒店专业学生形成接受继续教育、终身学习理念并付诸行动,持续提升自我。在此过程中,教师应基于扬弃思想参考运用传统评价策略,并将之融入现代教学理念,特别要注重融入素质教育、不同专业课程融合、整体发展理念,提升课程评价体系设计的科学性与合理性,规范学业评价方法及内容,促进教学质量与教学效率的提升,将课程评价的引导作用全面体现出来,提高学生的综合素养。

(二) 实训课程教学评价策略

中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程评价应以小组为单位展开,重点评价小组酒店产品和服务新媒体营销方案及其成效,分阶段评价策略应用,肯定环节性、阶段性成果,而不宜“以点代线、以线代面”评价实践效果。教师应及时跟进,肯定学生的

闪光点,提出发现、修正与完善缺陷建议。因此,教师必须将每次评价的方案、内容进行分段设计,整体标准则在于酒店产品和服务新媒体营销效果。

(三) 实训课程教学评价主体的筛选与确定

中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程评价的主导者依然是教师,但不应突出教师在评价过程中的主体地位。教师应退居幕后,引导学生互评、自评及使服务对象评价。任何单一主体的评价均不利于学生发现问题,不利于学生成长进步。在评价主体多元化策略实施过程中,同样应凸显学生自评与互评的主体地位,同时辅之以教师点评、服务对象评价,以此形成评价体系,促使学生发现问题、分析问题、解决问题。

六、中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程的开发程序

中职酒店专业的新媒体营销综合实训课程的开发需要依照特定的程序、步骤展开。由于此类课程更注重实用性和实效性,实践性明显超过理论性,因此设计开发此类课程通常应从调研入手,深入各类酒店获取现场信息数据,深入各类平台、网站等了解新媒体运营状态及规律,并基于新媒体现状及酒店专业学生概况、酒店业产品和服务需求确定课程开发程序。通常程序如下。

第一,课程开发团队构建,团队成员分工。第二,深入新媒体平台,了解各类新媒体平台运行概念、功能、发展规律等。第三,深入实体酒店,了解并掌握酒店业经营与发展概况,获得一手数据信息。第四,基于第二、第三步的信息数据,确定酒店专业的新媒体营销实训课程内容。第五,合理界定酒店专业的新媒体营销实训与本专业理论课、基础课程之间比例关系。第六,制作微课件,促进跨专业融合教学。第七,练习方案设计。

七、小结

酒店业正处于蓬勃发展阶段。新媒体发展一日千里,基于新媒体的营销成为商品和服务销售的一个基本形态,酒店业同样如此。因此,相关院校有必要展开中职酒店专业的新媒体营销实训课程开发研究。本设计主要从开发思路、目标定位、教学策略分析、课程评价及开发程序几个环节展开,旨在进行中职酒店专业的新媒体营销实训课程设计尝试,为中职酒店专业发展提供参考依据。

【作者简介】蔡夏婷(1991—),女,广西南宁人,本科,讲师,南宁市第一职业技术学校,研究方向为酒店服务与管理、咖啡服务、茶艺。