

新媒体素养视域下高职旅游专业学生就业竞争力提升策略

宋旭日

青岛幼儿师范高等专科学校, 山东 青岛 266318

摘要: 随着旅游产业数字化转型加速, 短视频传播、直播运营、内容营销、用户运营和数据分析等工作逐渐成为文旅企业经营活动的重要组成部分。旅游企业对从业人员的新媒体应用能力提出了更高要求, 提升学生新媒体素养已经成为增强学生就业竞争力的抓手。本文结合高职旅游人才培养定位, 梳理新媒体素养和高职旅游专业学生就业竞争力的内在联系, 分析当前高职旅游专业学生新媒体素养培养存在的共性问题, 最终从培养理念、课程体系、实践教学、校企合作四个层面提出具体优化路径, 为高职旅游专业提升人才培养质量提供参考。

关键词: 新媒体素养; 高职旅游专业; 就业竞争力; 数字文旅; 产教融合

DOI: 10.64649/yh.shfzykjc.issn3078-8994.202608021

0 引言

新时期以来, 以抖音、小红书、微信视频号等为代表的新媒体平台已经从信息传播渠道发展为旅游消费决策的主要平台。一方面, 旅游企业的新媒体运营岗位需求持续增加, 大量文旅企业面临懂旅游业务又具备新媒体传播能力的复合型人才招募困难。另一方面, 高职旅游专业毕业生在新媒体知识、工具操作、内容策划、平台运营以及合规意识、职业责任和持续学习等方面的素养储备明显不足, 在就业市场中的竞争力受到影响。新媒体素养能够提升高职旅游专业学生的总体就业竞争力, 因此不少院校开设新媒体运营相关课程。基于此, 文章就新媒体素养视域下高职旅游专业学生就业竞争力的提升策略展开了相关研究, 以供参考。

1 新媒体素养与高职旅游专业学生就业竞争力的内涵分析

1.1 新媒体素养的基本内涵

本文所称新媒体素养, 是指以平台规则、运营逻辑、数据分析、AIGC应用和合规规范等知识为基础, 具备内容策划与制作、账号运营、用户互动、数据分析、项目执行与优化等实践能力, 并形成用户导向、创新意识、合规意识、责任意识、协作意识和持续学习意识的综合素养。

1.2 高职旅游专业学生就业竞争力构成

高职旅游专业学生就业竞争力, 是指学生在就业市场中获取岗位、适应岗位并实现职业持续发展的综合能力。其形成既依赖旅游专业知识和岗位技能, 也受职业素质、数字化能力和就业环境等多种因素影响。

第一, 岗位胜任能力是就业竞争力的基础。高职旅游专业学生应具备导游讲解、旅游接待、

旅游产品设计、客户关系维护和旅游营销等基础能力, 同时能够适应数字文旅背景下内容运营、用户运营、线上服务和数据分析等新型岗位要求。对于文旅新媒体运营、旅游营销推广和在线旅游服务等岗位, 新媒体素养是重要的岗位胜任基础; 对于导游、酒店前厅、客房等传统服务岗位, 新媒体素养则主要发挥服务延伸、品牌展示和客户维护等辅助作用。

第二, 就业适应能力是就业竞争力的重要表现。旅游行业具有服务对象多元、工作场景复杂、岗位变化较快等特点, 学生需要具备沟通表达、团队协作、问题解决、应急处置和跨岗位迁移等能力, 能够较快融入工作环境并完成岗位任务。

第三, 职业发展潜力是就业竞争力的延伸。职业认同、服务意识、职业伦理、创新意识和持续学习能力, 会影响学生对行业变化和岗位升级的适应程度。尤其在数字技术不断更新的背景下, 学生能否主动学习新平台、新工具和新方法, 关系到其长期职业发展。

1.3 新媒体素养对就业竞争力提升的作用机制

第一, 新媒体素养能够提升学生的岗位匹配度。数字文旅产业发展催生了文旅新媒体运营、旅游内容策划、线上用户服务、直播辅助、品牌推广和网络口碑维护等岗位或工作任务。具备新媒体素养的学生能够更好地理解文旅企业数字化营销与服务需求, 在求职中形成一定的岗位适配优势, 对于传统旅游服务岗位, 新媒体素养还能够帮助学生拓展线上讲解、客户沟通、评价维护和服务反馈等工作能力。

第二, 新媒体素养能够增强学生的岗位任务胜任能力。学生通过掌握账号定位、内容创作、用户互动、数据分析和运营优化等技能, 能够完成“调研分析—内容策划—发布运营—互动

维护—数据复盘—优化迭代”的基本运营流程。这有助于学生将旅游专业知识转化为可展示、可评价的项目成果和职业作品。对于传统旅游服务岗位,新媒体素养还能够帮助学生拓展线上讲解、客户沟通、评价维护和服务反馈等工作能力。

第三,新媒体素养能够强化学生的职业规范意识。新媒体运营与内容传播直接关系到企业品牌形象和用户信任。学生在学习平台规则、内容合规、版权保护和个人信息保护等知识的过程中,能够形成真实性意识、责任意识和依法运营意识,减少职业行为风险。

2 高职旅游专业学生新媒体素养培养现状

2.1 新媒体素养培养意识不足

高职旅游专业教育领域对新媒体素养的认知尚未上升至人才培养的战略高度。部分院校在专业建设规划和人才培养方案编制中缺乏系统设计,致使新媒体素养培育长期游离于旅游专业教育的必修课程之外。学校的管理层倾向于把新媒体技能视为学生自主习得的生活化能力,未意识到其作为职业能力的战略价值,进而在资源配置方面缺乏实质性投入。专业教师群体中相当比例人员固守传统旅游学科的知识边界,对新媒介环境对旅游产业的重塑力量缺乏深度认知,在教学内容更新方面行动迟缓。学生层面则普遍未能自觉建立学习意识,导致素养培育的主动性缺失。

2.2 课程体系与新媒体应用融合不足

当前高职旅游专业课程设置仍以导游业务、旅行社经营管理、酒店服务管理等传统科目为主,新媒体相关内容多以选修课或专题讲座的形式出现。即便部分院校开设了新媒体营销等课程,其教学内容与旅游行业真实运营场景之间存在显著脱节。课程融合不足的另一表征在于新媒体素养培育未能有效渗透至专业课程的教学过程,导游讲解、旅游策划等传统课程仍沿用线下场景作为主要教学情境,未能把短视频传播、在线讲解、线上客户沟通、网络口碑维护等新型业态纳入教学设计范畴。师资新媒体能力储备不足进一步加剧了课程体系的结构矛盾,教师缺乏把新媒体素材嵌入专业课程教学的实践经验。

2.3 学生新媒体实践能力不足

高职旅游专业学生的新媒体实践能力整体处于浅层应用水平,学生在日常媒介使用中以内容消费为主导行为模式,主要是信息接收和娱乐消遣,内容生产、数据分析及策略制定等高阶行为的发生频率极低。在具体技能层面,学生普遍能完成基础的信息检索和社交平台常规操作,但在旅游短视频脚本创作、拍摄剪辑、

旅游直播场景策划、文旅内容的多平台分发和效果监测、在线用户互动管理等复合型任务面前表现出明显的能力匮乏。

2.4 校企协同育人机制有待完善

当前旅游职业教育领域的校企合作大多停留于实习派遣等形式,尚未在新媒体素养培育层面建立起深度融合的长效机制。企业拥有真实项目资源、一线运营经验及市场前沿信息,但缺乏把优质资源转化为教学资源的制度化渠道。学校具备课程开发能力,却难以获取企业真实案例以充实教学内容。校企双方在培养目标设定、课程内容开发、实践项目设计及能力评价标准等环节的协同程度偏低,学生所学和企业所需之间存在结构性错位。部分院校尝试引入共建实训基地,但合作多呈现短期化特征,缺乏系统性的制度安排,企业参与旅游专业人才培养的深度激励机制尚未建立。

3 新媒体素养视域下高职旅游专业学生就业竞争力提升策略

3.1 更新人才培养理念,强化新媒体素养培养定位

高职旅游专业人才培养理念的更新是新媒体素养嵌入育人全过程的起点。人才培养理念的重构要从两个层面同步推进。院校层面应把新媒体素养纳入专业人才培养目标的刚性指标,明确其在毕业能力要求中的权重分配,据此调整学分结构、资源配置及质量保障体系,使新媒体素养成为可执行的具体化教学目标。教师也要完成认知更新,主动关注文旅产业数字化转型的发展,体认新媒体对旅游生产、消费、服务全链条的重塑作用,主动打破传统学科知识边界。同时要引导学生完成认知转向,帮助学生建立新媒体应用和职业发展的联系,激发学生主动提升自身新媒体素养的内在动力,为后续能力培养筑牢思想根基。在此基础上,院校应建立新媒体素养培育的常态化工作机制,贯穿招生宣传、入学教育、课堂教学、实习实训及就业指导的全链条环节,从而在全过程覆盖中实现人才培养理念的实质性转化。

3.2 优化课程体系,构建新媒体融合型专业课程体系

构建新媒体融合型课程体系,要从模块组合、内容渗透与层次递进三个层面进行系统性设计。在模块组合层面,可以把课程体系划分为基础素养模块、核心技能模块和综合应用模块三个递进层次。基础素养模块面向全体学生开设新媒体运营与管理等课程,旨在建立媒介认知的基本框架。核心技能模块聚焦旅游场景下的新媒体操作能力培养,涵盖旅游短视频创作、旅游直播运营、文旅内容策划与数据分析

等实务型课程,此类课程应以项目任务为单元,使学生在完成具体产出任务的过程中习得技能。综合应用模块则以毕业设计或综合实训为载体,要求学生完成涵盖市场调研、内容生产、平台运营与效果评估全流程的文旅新媒体传播项目,实现前期所学知识的综合运用。

3.3 创新实践教学模式,提升学生新媒体岗位实践能力

项目驱动教学以真实的文旅新媒体运营任务为载体,学生以团队形式承担项目策划、内容制作、平台运营、用户互动与数据分析等完整职责,在真实的传播情境中检验个人的知识结构。全周期训练强调学生要经历从需求调研、方案策划、内容生产到发布运营、效果评估和复盘优化的完整项目闭环,有助于学生建立系统化思维,理解各环节之间的协同逻辑。与项目驱动教学相配合,院校应搭建校内外联动的实践平台矩阵。校内层面建设融合录播、直播、剪辑和数据分析功能于一体的新媒体实训中心,模拟真实工作场景中的协作流程。校外层面依托校企合作基地建立驻企实训站点,安排学生在真实岗位上参与企业新媒体账号的日常运维,在实践中积累具有市场验证价值的运营经验。同时,院校可以依托各类文旅新媒体技能竞赛搭建以赛促练的载体,把竞赛内容和岗位能力要求对接,引导学生在备赛参赛过程中完成技能打磨,针对性补全自身能力短板,进一步强化实践训练效果。此外也要鼓励学生自主运营个人文旅类新媒体账号,在长期的内容更新中积累实操经验,逐步形成符合行业要求的新媒体实践能力。

3.4 深化校企合作,打造产教融合育人机制

院校应联合区域龙头文旅企业和新媒体运营机构共同组建专业建设指导委员会,赋予企业在人才培养方案制定、课程内容开发和教学质量评价中的实质性话语权。可以探索把企业

真实项目引入教学过程的常态化机制,将企业适宜的新媒体运营任务以项目包形式投放至院校,由师生团队在教师与企业导师的指导下完成交付,订单式培养和现代学徒制的融合实践同样值得推广,院校和企业联合制定人才培养方案,企业参与招生选拔、课程教学和实习考核的全过程,学生入学即进入企业人才蓄水池,依据企业岗位能力标准接受定向培养。评价标准层面,校企双方须共同开发新媒体素养导向的岗位能力评价指标体系,把内容生产效率、传播数据表现、用户互动效果等市场化指标纳入学生学业评价范畴,使学校评价标准和企业用人标准之间的偏差降至最低。

4 结语

综上,在数字媒介深度重构旅游产业生态的时代背景下,新媒体素养已经成为高职旅游专业学生就业竞争力的重要构成。对于文旅新媒体运营、旅游营销与产品推广、景区宣传与品牌传播、旅行社线上运营、在线旅游服务与用户运营等数字文旅岗位,新媒体素养具有较强的直接促进作用;对于导游、酒店前厅、客房等传统服务岗位,新媒体素养则更多表现为服务延伸、品牌展示、客户沟通和职业发展的辅助性竞争力。

传统旅游人才培养模式对数字化转型的回应存在明显滞后,难以匹配行业对复合型技能人才的现实需求。从高职教育的实践定位出发,新媒体素养融入旅游专业人才培养的全链条,既是对接产业升级的必然要求,也是帮助学生提升就业质量的重要抓手。未来,高职旅游专业教育要继续跟踪文旅产业数字化发展的新动态,不断调整完善新媒体素养培养的内容,推动人才培养规格和行业岗位需求有效衔接,为文旅行业输送更多高素质技术技能人才,助力高职旅游专业学生实现更高质量更充分就业。

参考文献:

- [1] 王丽佳.职业认同视域下河北省高职旅游管理专业学生就业能力提升策略研究[J].邯郸职业技术学院学报,2026,39(2):89-92.
- [2] 邱明珍.五育融合赋能高职旅游专业学生就业竞争力提升路径研究[J].旅游与摄影,2026,11(7):97-99.
- [3] 黄格,赵颖,王乙芳.多元就业视角下提升高职人力资源管理专业学生就业竞争力的对策[J].四川劳动保障,2025,(20):224-225.
- [4] 单佳晶,方皓.产教融合背景下高职涉农专业学生就业竞争力提升研究[J].智慧农业导刊,2025,5(6):58-62.
- [5] 姜孟达.旅游管理专业学生就业竞争力的提升路径[J].当代旅游,2021,19(7):41-42.

作者简介: 宋旭日(1986—),女,汉族,山东乳山人,硕士,讲师,研究方向:新媒体运营、数字营销。

项目信息: 新媒体素养赋能高职旅游大类学生就业竞争力的影响机制研究。