

行动导向视角下高职旅游管理专业“旅游大数据”课程项目化教学改革与实践

蒙子钰^{1*}, 梁希¹, 谭业¹

(¹ 广西机电职业技术学院 文化旅游与管理学院, 广西 南宁 530007)

摘要: 随着智慧旅游、在线平台运营和文旅数据治理持续推进, 旅游管理岗位对数据采集、清洗、可视化、游客画像、客流研判和运营决策等能力提出更高要求。当前高职旅游管理专业“旅游大数据”课程仍存在目标表述偏知识化、教学内容与真实业务脱节、工具训练不足、项目链条不完整及评价偏结果化等问题。基于行动导向教学理念, 文章从岗位能力需求出发, 界定旅游大数据应用能力构成, 构建“岗位任务—项目载体—学习行动—评价反馈”的项目化教学框架, 并以景区客流分析、酒店 OTA 评论分析、短视频互动数据复盘和游客满意度诊断等任务组织教学实施。研究认为, 该改革有助于推动课程由知识讲授型转向任务完成型、证据评价型和持续改进型, 促进学生形成更具职业适配性的数据应用能力。

关键词: 行动导向; 高职旅游管理专业; 旅游大数据; 项目化教学; 课程改革

DOI: <https://doi.org/10.71411/jyyjx.2026.v1i6.1562>

Project-based Teaching Reform and Practice of the "Tourism Big Data" Course for Higher Vocational Tourism Management Majors from the Perspective of Action-oriented Learning

Meng Ziyu^{1*}, Liang Xi¹, Tan Ye¹

(¹ Guangxi Technological College of Mechanical and Electrical Engineering, School of Culture, Tourism and Management, Nanning, Guangxi, 530001, China)

Abstract: With the development of smart tourism, platform-based operation and digital governance, tourism positions increasingly require competencies in data collection, cleaning, visualization, visitor profiling, flow analysis and operational decision-making. The current "Tourism Big Data" course in higher vocational tourism management programs still faces knowledge-oriented objectives, weak connection with business scenarios, insufficient tool-based training, incomplete project chains and result-oriented evaluation. Based on action-oriented learning, this study defines the structure of tourism big data application competence, constructs a project-based framework of "job tasks—project carriers—learning actions—evaluation feedback," and embeds typical tasks such as scenic-area flow analysis, hotel OTA review analysis, short-video i-

作者简介: 蒙子钰 (1999-), 女, 广西南宁, 硕士, 研究方向: 旅游资源评价与开发

梁希 (1989-), 男, 广东珠海, 博士, 研究方向: 酒店旅游新媒体营销等

谭业 (1981-), 女, 湖南娄底, 博士副教授, 研究方向: 生态经济、乡村旅游、生态旅游管理及可持续发展等

通讯作者: 蒙子钰, 通讯邮箱: 384147510@qq.com

interaction review and tourist satisfaction diagnosis into teaching. The framework helps transform the course from knowledge transmission to task completion, evidence-based evaluation and continuous improvement.

Keywords: Action-oriented learning; Higher vocational tourism management; Tourism big data; Project-based teaching; Curriculum reform

引言

近年来,数字技术深度改变旅游业运行方式。游客搜索、预订、点评、导航、支付和分享等行为持续沉淀为可分析的数据资源,景区、酒店、旅行社和文旅平台越来越依赖数据判断客源结构、消费偏好、流量波动和产品优化方向。《教育强国建设规划纲要(2024—2035年)》提出系统推进专业、课程、教材、教师和实习实训改革,建设集实践教学、真实生产和技术服务功能于一体的实习实训基地^[1]。《职业教育产教融合赋能提升行动实施方案(2023—2025年)》也强调提升职业教育与产业需求的匹配度,推动人才培养过程与生产服务过程紧密对接^[2]。在此背景下,“旅游大数据”课程不应只是概念介绍或软件操作训练,而应成为旅游管理专业学生理解数字文旅业务、提升数据应用能力和形成岗位适应力的重要载体。

对高职旅游管理专业而言,“旅游大数据”课程不是单纯的信息技术课程,而是连接旅游业务理解、数字工具应用和岗位决策支持的复合型课程。学生未来更多面向景区运营、酒店营销、旅行社产品设计、文旅平台运营和目的地服务管理等岗位,这些岗位并不要求其掌握复杂算法模型,却要求其能够读懂数据、整理数据、解释数据,并将数据结果转化为服务优化、产品设计和营销改进建议。当前部分课程仍停留在平台概念介绍、理论讲授、案例分析和基础表格操作层面,学生虽然能够完成课堂操作练习,但在真实或仿真的岗位任务中,仍存在数据解释不足、业务问题转化较弱和决策建议表达不充分等问题。

行动导向教学强调以职业行动过程为线索组织教学,将学习置于真实任务、项目情境和问题解决过程中。将行动导向引入“旅游大数据”课程,关键不是简单增加实践课时,而是以旅游岗位任务反推学习成果,以项目任务组织教学内容,以学习行动连接知识、工具和业务,以过程证据支撑评价反馈。基于此,本文结合高职旅游管理专业课程实际,围绕岗位任务、项目载体、学习行动和评价反馈四个环节,探讨“旅游大数据”课程项目化教学改革实施路径。

1 文献回顾

1.1 行动导向、项目化教学与高职课程改革

近年职业教育研究普遍强调,课程改革应从单一知识传授转向岗位能力生成,并通过产教融合、项目教学、情境学习和多元评价提升学生解决真实问题的能力。《2024年中国职业教育科研发展报告》指出,教育强国背景下职业教育改革应加强数字化转型,以数字技术赋能职业教育高质量发展,同时通过校企人才培养过程全方位紧密对接提升人才培养质量^[3]。对于旅游管理专业而言,旅游产品策划、游客服务、线路设计、平台运营和数据分析本身都具有任务链条和综合实践特征,因此适合采用项目化教学。

行动导向教学的核心并非简单增加课堂活动,而是以职业行动过程重构教学过程。其基本逻辑是将工作任务转化为学习任务,将职业情境转化为教学情境,将岗位能力转化为可观察的学习成果。学生在完整任务中经历“明确任务——制定计划——实施行动——检查结果——评价反思”的过程,从而实现知识学习、技能训练和职业判断的同步生成。由此,行动导向与项目化教学结合的关键,在于将岗位工作过程转化为课程学习过程,将项目成果转化为能力评价证据。

1.2 数字文旅转型与旅游大数据课程研究

职业教育数字化已成为课程改革的重要背景。Kraus 等对商业与管理领域数字化转型研究进行系统梳理，指出数字化转型研究需要从技术描述走向与具体业务场景的深度融合^[4]。韩锡斌等指出，2024 年职业教育数字化研究重点集中在数字素养、数字化课程与教学、实训数字化与智能化、数字化赋能评价、数字化赋能产教融合和基于数据的教育治理等方面^[5]。这为“旅游大数据”课程改革提供启示：课程不仅要教授数据分析工具，还要通过数字化教学资源、真实或仿真平台数据、可视化任务和过程性评价，促使学生形成面向岗位的数字化思维。

从旅游与酒店教育国际研究看，数字技能缺口已经成为影响行业人才培养的重要问题。Li 指出，工业 4.0 背景下超过三分之二的核心技能将在五年内发生变化，终身学习和技能重塑已成为组织战略的组成部分^[6]。Busulwa 等发现，酒店与旅游课程在应对数字化转型时，需要更加系统地融入数字技术、数据应用和行业真实情境^[7]。Minor 等指出，行业数字技能缺口不仅体现在新兴技术领域，也体现在社交媒体、在线营销和数字沟通等岗位能力方面^[8]。旅游研究中，大数据和平台数据已广泛用于目的地管理、客流预测、游客行为识别和营销优化^{[9][10]}。张可等以丁真走红现象为例，证实网红短视频传播通过心流体验正向影响消费者的旅游态度和前往意愿^[11]。这些研究说明，旅游管理专业数字化课程不能局限于“会用软件”，而应培养学生将数据、平台、产品和消费者行为联系起来的综合能力。

综上，现有研究为职业教育数字化、项目化教学和旅游数字技能培养提供了基础，但对“旅游大数据”这类具体课程如何依据岗位任务进行项目化重构、如何衔接学习成果、项目任务、数据工具、业务解释和评价反馈仍讨论不足。本文据此提出课程项目化教学改革框架和实施路径。

2 旅游大数据应用能力的内涵及教学困境

2.1 旅游大数据应用能力的构成

高职旅游管理专业的旅游大数据应用能力，不能简单理解为“会做 Excel 表格”或“会画图表”。从旅游岗位实践看，它至少包括数据意识与问题识别、数据采集与整理、数据分析与可视化、业务解释与决策支持、项目协作与成果表达五个层面。这种能力既包括工具操作，也包括旅游业务判断；既包括图表呈现，也包括解释和建议；既包括个人技能，也包括团队协作和项目推进能力。

表 1 旅游大数据应用能力构成及项目任务对应关系

能力维度	能力内涵	对应项目任务
数据意识与问题识别	从客流、评论、问卷、销售和平台互动数据中发现业务问题，并提出可分析问题。	判断景区客流异常原因；识别酒店点评中的服务短板。
数据采集与整理	获取公开统计、问卷、OTA 评论或平台运营数据，并完成基础清洗、分类和编码。	整理酒店 OTA 评论；清洗满意度问卷；汇总短视频互动数据。
数据分析与可视化	完成趋势分析、对比分析、交叉分析、词频分析和图表呈现。	制作客流趋势图、游客结构图、满意度雷达图或评论词云图。
业务解释与决策支持	结合旅游产品、客源市场、季节特征和平台逻辑解释数据结果，并提出可执行建议。	提出景区服务优化、酒店营销改进或研学线路客源拓展建议。
项目协作与成果表达	完成小组分工、报告撰写、可视化展示和课堂汇报，并进行复盘反思。	形成数据分析报告、展示 PPT、项目修改记录和个人反思。

2.2 当前课程教学中的现实问题

第一，课程目标表述偏知识化。部分课程目标仍以“了解旅游大数据概念”“掌握数据分析基本方法”“熟悉智慧旅游平台”为主，难以转化为学生可完成、可观察和可评价的学习成果。学生知道“什么是大数据”，却未必能够围绕景区或酒店业务问题完成数据分析任务。

第二，教学内容与真实业务场景衔接不足。现有教学容易按照教材章节或软件功能组织内容，如数据概念、数据来源、Excel 操作、图表制作等，虽然有助于建立基础知识，但缺少与旅游岗位任务之间的连续关联。以课程教学实际为例，学生能够按教师示范完成 Excel 图表制作，但面对“某景区游客满意度为什么下降”这类问题时，往往难以主动选择分析指标，也难以将图表结果转化为服务改进建议。

第三，实践任务碎片化，项目链条不完整。很多课堂训练停留在单一数据表处理或单个图表绘制，缺少“问题提出——数据获取——数据处理——分析展示——业务解释——优化建议”的完整过程，导致报告容易出现“有图表、少解释，有结果、少建议”的问题。

第四，评价方式偏结果化。如果课程考核主要依赖期末测试、单次报告或最终展示，就难以真实反映学生在数据采集、清洗、分析、修改和复盘中的连续表现。

通过课程教学观察、学生作业分析和项目汇报反馈可以发现，学生在工具模仿操作方面完成度较高，但在业务问题提炼、指标选择、数据解释和建议表达方面相对薄弱。其原因在于课程定位容易在“旅游业务”和“数据工具”之间摇摆，且学生统计基础和信息技术基础差异较大。因此，课程改革应坚持“够用、实用、能用”，把数据工具嵌入旅游项目任务，以行动过程带动知识学习。

3 行动导向视角下课程项目化教学重构思路

3.1 从岗位任务反推学习成果

依照行动导向逻辑，课程设计的起点不应是教材章节，而应是旅游岗位中学生需要完成的典型任务。Mufanti 等对印度尼西亚高等教育成果导向教育的研究表明，教师对学习成果的理解深度不足和实施能力欠缺是课程改革推进的主要障碍，大学领导层的坚定承诺是成果导向教育成功实施的关键因素^[12]。结合高职旅游管理专业人才培养定位，本文将课程学习成果划分为基础、进阶和高阶三个层次：基础层次强调理解与识别，学生能够识别旅游数据来源、数据类型和常见业务指标；进阶层次强调处理与表达，学生能够围绕具体任务完成数据采集、清洗、整理、图表制作和基础分析；高阶层次强调解释与优化，学生能够结合旅游业务场景解释数据结果，提出产品、服务、营销或运营优化建议。

表 2 “旅游大数据”课程学习成果、岗位任务与评价证据对应关系

学习层次	学习成果	对应岗位任务	评价证据
基础层次	识别旅游数据来源、类型和常见业务指标。	判断景区、酒店和平台数据用途。	数据来源说明、指标识别练习。
进阶层次	完成数据采集、清洗、整理和图表制作。	处理游客问卷、OTA 评论和客流数据。	清洗后数据表、图表作业。
高阶层次	解释数据结果并提出优化建议。	完成景区、酒店或目的地分析报告。	分析报告、汇报 PPT、复盘记录。

3.2 围绕数据应用流程重组教学内容

课程内容可由传统章节式结构重组为五个模块。第一，旅游数据认知模块，讲解智慧旅游场景、旅游数据类型、数据伦理和数据安全。第二，数据采集与整理模块，围绕问卷数据、公开统计数据、OTA 评论数据和平台运营数据，训练学生完成录入、筛选、去重、分类和基础编码。第三，数据分析与可视化模块，训练趋势分析、对比分析、交叉分析、词频分析和图表表达。第四，业务解释与决策模块，引导学生结合景区、酒店、目的地或研学产品场景提出经营建议。第五，综合项目实训模块，将前述内容整合为完整项目，形成数据分析报告和课堂汇报。

3.3 设计递进式项目任务

课程项目可按照“单项技能训练——模块任务训练——综合项目训练”的顺序递进。单项技能训练解决基础能力问题，如识别旅游数据类型、清洗游客满意度问卷、制作客流趋势图、整理酒店点评关键词等。模块任务训练可围绕景区满意度、酒店 OTA 评论、目的地短视频互动和研学线路客源画像等场景展开；综合项目训练可设置为南宁文旅产品优化、广西景区节假日客流服务优化或酒店营销数据复盘等任务。项目设计应体现地方文旅资源和真实行业需求，可引入青秀山、三街两巷、南宁夜游、康养酒店、研学旅游线路和乡村旅游点等对象，增强学生专业代入感。

3.4 典型项目案例：广西某景区游客满意度数据分析

为避免项目化教学停留在“活动化”或“作业化”层面，课程可选取典型项目贯穿数据应用全过程。以“广西某景区游客满意度数据分析”为例，教师设置业务情境：某景区节假日期间游客量增长明显，但网络评论和问卷反馈中出现排队时间长、导览不清、餐饮价格偏高、停车体验不佳等问题。学生以小组为单位完成数据整理、满意度统计、词频分析、可视化呈现和优化建议撰写等任务。该项目可安排 4—6 课时实施，其中任务导入与数据说明 1 课时，数据整理与工具操作 1—2 课时，分析可视化 1 课时，业务解释与报告撰写 1 课时，成果汇报与复盘 1 课时。

表 3 “广西某景区游客满意度数据分析”项目实施流程

项目阶段	学生行动任务	教师支持方式	项目产出证据
任务导入	阅读景区背景资料，明确游客满意度下降的业务问题。	发布任务书、数据样本和评价标准。	任务书、问题清单。
数据整理	录入、筛选、去重和分类问卷及评论数据。	示范清洗方法，提醒数据伦理与隐私规范。	清洗后的数据表。
分析可视化	完成满意度统计、交叉分析、高频词分析和图表制作。	提供图表模板和工具指导。	图表、词频结果、初步说明。
业务解释与复盘	解释数据结果，提出优化建议并汇报修改。	组织教师评价、同伴互评和复盘交流。	分析报告、汇报 PPT、修改记录。

4 课程实施路径与评价改进机制

4.1 形成“任务导入——项目实施——成果评价——反馈改进”的闭环

课程实施可形成闭环：在任务导入阶段，教师围绕真实旅游场景发布项目任务和数据样

本，引导学生明确业务问题、数据来源和成果要求；在项目实施阶段，学生完成数据采集、清洗、分析、可视化和业务解释，教师通过工具示范、巡回指导和问题提示提供支持；在成果评价阶段，教师、学生和企业导师依据评分量表评价项目成果；在反馈改进阶段，学生根据意见修改报告，教师依据共性问题更新任务书和数据资源包。

4.2 建设数据资源包并推动课程协同

考虑到高职学生基础差异，课程不宜过早引入复杂算法模型，而应优先使用 Excel、问卷星后台、公开统计平台、词频工具、可视化模板和简单 BI 工具开展训练。数据资源包可包括景区客流样本、酒店点评文本、游客满意度问卷、短视频互动数据、旅游线路销售数据和目的地舆情样本，并配套任务书、评分量表和案例报告。在企业真实数据获取受限时，可采用“公开数据+脱敏数据+教师模拟数据+学生调研数据”的组合方式建设项目数据包，以保证教学任务既接近真实业务，又符合数据安全要求。

“旅游大数据”课程还可与旅游市场营销、旅游策划、旅游新媒体营销与运营、酒店数字化营销和研学旅游指导等课程联动，由企业或地方文旅部门提出真实问题，教师转化为教学项目，形成面向数字文旅岗位的课程群协同育人机制。

4.3 构建过程证据导向的多元评价体系

行动导向视角下的评价，应从“结果评价”转向“过程证据+项目成果+反思改进”的综合评价。评价标准应具体考察数据清洗是否规范、图表是否准确、分析是否围绕业务问题、建议是否具有可执行性、汇报是否能够用数据支撑观点。同时，项目任务书应设置“数据来源说明”和“伦理规范说明”，引导学生规范处理游客隐私、平台规则和引用边界。

表 4 “旅游大数据”课程项目化教学评价体系

评价项目	权重	评价重点	评价证据	评价主体
基础任务表现	30%	数据录入、清洗、分类、图表制作和基础指标计算。	课堂练习、数据表、图表作业。	教师评价
模块项目成果	30%	能否围绕旅游场景完成分析和业务解释。	任务书、分析报告、可视化成果。	教师评价+同伴互评
综合项目汇报	25%	报告结构、可视化表达、建议可行性和团队协作。	汇报 PPT、展示表现、小组分工表。	教师评价+企业导师评价
反思复盘	15%	能否发现数据局限、分析不足和优化方向。	个人反思、项目修改记录。	自评+教师评价

5 教学实践成效与持续改进

作为课程项目化教学改革与实践研究，教学成效不能仅凭教师主观感受判断，而应通过可观察、可收集和可比较的证据呈现。在课程实施过程中，可围绕学习过程、项目成果、能力达成和行业反馈四个方面评价教学成效。以“广西某景区游客满意度数据分析”等项目为例，学生在任务书引导下完成数据整理、图表制作、业务解释和优化建议，课程评价由单一结果考核转向过程证据、项目成果和反思改进的综合判断。

从学习过程看，学生能够在小组协作中完成数据录入、筛选、去重、分类和图表制作，课堂参与度有所增强。从项目成果看，学生能够围绕景区游客满意度、酒店 OTA 评论和目的地短视频互动数据形成分析报告和可视化成果，部分作品能够结合旅游服务流程提出较具体的优化

建议。从能力达成看,学生在数据处理和图表制作方面表现较为明显,但在业务解释、数据局限说明和建议可行性论证方面仍需进一步训练。后续应根据学生项目成果、企业反馈、学习困难和行业技术变化,定期更新数据样本和项目任务,对薄弱环节增加微任务训练,并及时调整任务颗粒度和工具要求,使项目任务、教学资源、评价标准和岗位需求保持动态匹配。

6 结语

“旅游大数据”课程是高职旅游管理专业回应数字文旅转型的重要载体。本文基于行动导向教学理念,提出“岗位任务——项目载体——学习行动——评价反馈”的项目化教学框架,推动课程从概念讲授和软件操作转向岗位任务、项目实践和业务决策。

本文强调以旅游业务问题牵引数据工具学习,使学生在真实或仿真的职业情境中形成数据意识、分析能力、可视化表达能力和决策支持能力。后续教学可进一步结合学生作品、学习反馈、企业评价和能力达成数据,持续检验和优化课程改革效果。

参考文献:

- [1] 中共中央,国务院. 教育强国建设规划纲要(2024—2035年)[Z]. 2025.
- [2] 国家发展改革委,教育部等. 职业教育产教融合赋能提升行动实施方案(2023—2025年)[Z]. 2023.
- [3] 本刊编辑部. 2024年中国职业教育科研发展报告[J]. 中国职业技术教育, 2025(2): 5-13.
- [4] Kraus S, Durst S, Ferreira J J, et al. Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo[J]. International Journal of Information Management, 2022, 63: 102466.
- [5] 韩锡斌, 李米雪, 郭文欣. 以数字化战略赋能职业教育的新突破——2024年职业教育数字化研究与实践新进展[J]. 中国职业技术教育, 2025(2): 39-48+75.
- [6] LI L. Reskilling and upskilling the future-ready workforce for industry 4.0 and beyond[J]. Information Systems Frontiers, 2024, 26(5): 1697-1712.
- [7] Busulwa R, Pickering M, Pathirana N W. Readiness of hospitality and tourism curricula for digital transformation[J]. Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, 2024, 35: 100519.
- [8] Minor K, Mcloughlin E, Carlisle S. The digital skills gap: Is it time to rethink the needs of tourism and hospitality organizations in the UK?[J]. Journal of Hospitality & Tourism Education, 2025, 37(3): 301-312.
- [9] Gan J, Shi S, Filieri R, et al. Short video marketing and travel intentions: The interplay between visual perspective, visual content, and narration appeal[J]. Tourism Management, 2023, 99: 104795.
- [10] Yin J, Qu X, Ni Y. The marketing of destination distinctiveness: The power of tourism short videos with enjoyability and authenticity[J]. Current Issues in Tourism, 2024, 27(14): 2217-2229.
- [11] 张可, 许可, 吴佳霖, 徐亚楠, 李可心. 网红短视频传播对消费者旅游态度的影响——以丁真走红现象为例[J]. 旅游学刊, 2022, 37(2): 105-119.
- [12] Mufanti R, Carter D, England N. Outcomes-based education in Indonesian higher education: Reporting on the understanding, challenges, and support available to teachers[J]. Social Sciences & Humanities Open, 2024, 9: 100873.