

山东旅游职业学院：建设国内一流、世界知名的旅游学院

从首届95名学子到今天的万人校园,30年来,山东旅游职业学院凝练形成了“我们的天职是创造幸福”“服务为本”“我们是绅士淑女,我们培养绅士淑女”等人才培养理念,把提高毕业生的职业认同感、就业成就感和幸福感作为基本办学目标,大力推进国际合作和校企合作,全力创建职业教育创新发展高地和全省优质高职院校,不断朝着建设有特色、高水平的“国内一流、世界知名”的旅游学院的美好愿景扎实奋进。

与时俱进 铸就山旅品牌

1991年8月,山东省第一所培养旅游业应用型人才的中等专业学校——山东省旅游学校落成。“学院在中专时期是立足于培养产业需要的操作型人才,立足产业要素,建立起宾馆服务与管理、导游、旅游经济管理、烹饪、财会等传统专业 and 传统培养模式,培养了大量的饭店业、旅行社行业和烹饪业从业人员,他们是随着中国旅游业发展培育起的专业化人才。”山东旅游职业学院党委书记陈国忠说。

随着中国旅游业进入快速增长长期,山东旅游职业学院顺应时代对职业教育的新需求,于2004年升格成为普通高等职业院校。学院专业建构由单一专业向系科发展,增加了旅游管理、宾馆

服务与管理等专业。2009年,发起成立“中国旅游院校五星联盟”,与桂林、南京、浙江、上海共5所旅游院校共同打造中国旅游教育“常青藤”联盟。

早在20世纪90年代初,山东旅游职业学院就敏锐地意识到国际化是学校发展的必由之路,从1998年首批29名学生赴日研修,到与洲际集团、喜达屋、雅高、万豪、文化东方、香格里拉等国际知名品牌形成持续、成熟的顶岗实训模式,再到联袂英国、法国、韩国、澳大利亚等20多个国家和地区构建多层次、宽领域的国际合作格局,山东旅游职业学院始终坚持“走出去、请进来”,推进国际化办学。

2014年,山东旅游职业学院进入山东省首批职业教育特色名校建设名单并入选山东省职业院校优质校建设名单,学院开始按照产业的要求推进专业群建设,增加了酒店管理、会展会务、红酒、航空服务等专业,学院也成了山东省最大的空乘人才培养基地。

2021年10月,旅游管理、酒店管理等5个专业通过世界旅游组织旅游教育质量认证(UNWTO-TedQual)。

陈国忠表示,30年发展历程中,山东旅游职业学院的改革与山东旅游业的发展同频共振,并紧紧围绕“培养什么人和怎样培养人”这一教育的核心



山东旅游职业学院建校30周年庆祝大会 边锋/摄

问题,立足旅游业,面向山东,辐射全国,走向世界。

春风化雨 深挖山旅文化

文化建设一直是山东旅游职业学院的特色。在30年的办学实践中,学院探索遵循旅游职业教育发展规律,坚定不移实行“文化立校”战略,扎根于地域文化、行业文化、职教文化,不断从优秀传统文化和中华优秀传统文化中汲取养分,坚持以人为本,坚持贴近时代,坚持贴近行业,坚持传承与创新相结合,形成了颇具特色的校园文化体系。

学院将人文理念确立为核心价值观,成立文化传播中心,以加强文化建设的整体规划,并对校园文化建设成

就及时总结、提炼、固化,编辑出版了《山东旅游职业学院文化手册》。山东大学华夏文化研究中心、中国李清照辛弃疾学会也在学院建立了研究基地,加强对中国优秀传统文化的挖掘研究。

“环境影响是培育人的良好途径,学院利用情景教育学生,全力打造了景观化校园,对一草一木、一砖一瓦均精心设计,注入文化内涵,将整个校园建成了国内高校为数不多的国家3A级旅游景区。”陈国忠表示,无论是以儒家名言命名的楼宇,还是以名山为名的道路,校园内到处充满浓郁的文化气息。

济宁孔子文旅集团 积极探寻智慧旅游新模式

为满足旅游景区可持续发展需要,济宁孔子文化旅游集团践行新发展理念,充分发挥高校资源、人才优势,围绕“一部手机游济宁”的目标,携手山东复旦研究院,共同启动济宁三维全景虚拟景区系统项目研发,进行全域智慧旅游运营,提升景区智能化、智能化水平。

济宁三维全景虚拟景区系统包括全景景区系统与虚拟旅游系统两个部分,平台搭建完成后,将嵌入集团及各权属企业网站、微信公众平台等宣传媒介,加大宣传力度,通过线上线下相结合,融合文化、游戏、互动等创新模式,以虚拟现实、AR、大数据、人工智能、全息等技术为核心,结合景区特点,选取代表性突出的景点,搭建开放式创新体验平台,建立“体验+领悟”的全新旅游文化传播方式,打造创新游览互动体验馆,如AR智

能游园、VR虚拟动画展示等方式,实现景区360度全景虚拟漫游,编辑制作虚拟漫游节目,实现客户浸入式体验。同时,也实现了与电商平台、产品中心的打通,游客可以在浏览过程中一键访问电商平台,实现文创商品、农土特产等特色商品在线购买,以此增加项目效益。

济宁三维全景虚拟景区系统的研发上线,不仅为游客提供了一种新的旅游方式,也带来了旅游模式的升级,游客可以不受时间、空间的限制,随时随地进行全方位、多角度的景区游览,以浸入式的体验,构建文化与旅游连接的脉络,主题鲜明、特色突出、感染力强,让体验者在虚拟的场景中体会丰富的文化艺术,形成新的热点和游客粘性,实现智慧文旅线上经济新业态、新模式。

(张令伟)

图片消息



(李强/文 青州不夜城供图)

近日,位于山东省青州市弥河镇的青州不夜城成为周边游客争相打卡的网红景点。该项目是以国潮文化为主线,具备今韵古风,结合齐鲁民俗的沉浸式文旅步行街区,从南向北共设有喊泉、童趣、燃焰三大广场,分鱼跃、鸢飞、浪酒、闲茶、追昔、抚今6个片区,汇聚9种当地非遗工坊。街区一步一景,一步一娱,构建行为艺术、舞台演艺、时尚网红打卡、互动娱乐等百余种设施,为游客带来强烈的视听冲击与体验。

济南市文化和旅游局三新媒体平台影响力指数位居山东前列

近日,山东省文化和旅游厅印发了《关于2021年全省文化和旅游新媒体及网络营销工作的情况汇报》,公布了2021年全省市级文旅机构影响力指数排行榜和2021年度全省市级文旅管理机构网络营销优秀案例,济南市文化和旅游局微信、头条、抖音三平台影响力指数位列全省第一、微博影响力指数位列全省第二;“革命文物活化”大型文旅红色短视频推广活动和“东亚文都 天下泉城”主题网络推广活动入选全省市级文旅

管理机构网络营销优秀案例。

近年来,济南市文化和旅游局高度重视新媒体建设,整合微信、微博、抖音、今日头条等15个新媒体资源建成新媒体矩阵,以联动传播、矩阵化手段创新开展新媒体公共服务与城市品牌营销推广,成效显著。2021年,开展“奔跑吧济南”全网营销推广,相关话题多次冲上热搜榜,话题讨论万余人次;微博话题“醉美济南”阅读量达3.3亿次,参与讨论11万人次;济南入选2022年中国“东

亚文化之都”,打响“东亚文都 天下泉城”品牌;“短视频+直播”火爆全网。依托六大短视频平台发布2000余条短视频,播放量达3.8亿次,点赞量708万次;开展“礼赞百年 云游泉城”系列直播57场,在线观看人数近7000万人次。各类大赛激发群众创作热情。举办春日“醉”泉城手机摄影大赛暨寻找济南醉美春天主题营销活动,征集优秀作品400余幅,相关话题阅读量超2000万次;联合抖音、今日头条开展“寻游泉城 发现美

好山东”城市文旅IP项目;与百度联合策划发起“杠赛来,‘泉城文旅潮我看’短视频大赛”。

2021年济南市文化和旅游局新媒体矩阵发布文化和旅游信息2.7万余条,在线互动量达700余万次,阅读量超10亿次。在文旅产业指数实验室公布的2021年市级排行榜中,济南市文化和旅游局新媒体矩阵连续10次进入综合传播力指数排名TOP10。

(李强)

首届诸城市研学旅行创新线路设计大赛落幕

12月5日,由诸城市教育和体育局、诸城市文化和旅游局、诸城市总工会、诸城市人力资源和社会保障局共同主办,山东省职业教育·王煜琴名师工作室、山东永辉乡间生态旅游发展有限公司承办的“永辉乡间杯”首届诸城市研学旅行创新线路设计大赛暨第二届山东省研学旅行创新线路设计大赛选拔赛颁奖总结会在诸城市常山乡

乡村振兴大讲堂举办。

诸城市副市长刘娜在致辞中介绍,在“永辉乡间杯”首届诸城市研学旅行创新线路设计大赛的基础上,诸城市选送参加省研学大赛的14件作品在2021第二届山东省研学旅行创新线路设计大赛中获一等奖、二等奖、三等奖和优秀奖共13个,诸城市教体局荣获优秀组织奖,实现“开门红”。

参赛选手姜婵在获奖感言中表示,近年来,永辉乡间在社会各界的关心帮助下,始终紧跟研学旅行发展步伐,在研学旅行和劳动教育基地建设、研学课程体系打造、研学品牌塑造等方面持续提升优化。永辉乡间团队将以本次活动为契机,持续强化专业技能,不断创新打磨精品,完善配套设施服务,为研学旅行的“诸城品牌”贡献

力量。

下一步,诸城市教育和体育局、文化和旅游局将以本次大赛为契机,通力配合,广泛动员社会力量,创新推动研学旅行实践基地建设和精品线路设计工作,全面落实“减负”政策,认真贯彻落实教育方针,构建教育良好生态,促进广大中小学生全面发展、健康成长。

(冯维国)

消息速递

“精致威海”亮相俄罗斯世博会(中国日)线上旅游展览会

近日,俄罗斯世博会中国日(RED)线上旅游展览会开幕。中俄两国旅游管理部门、旅游机构、旅游企业和媒体代表参会,以云端对话的方式,共推旅游资源,共谋疫情防控常态化下中俄旅游发展新前景。威海市应邀出席并作“好客中国·精致威海”推介。

俄罗斯联邦旅游署国际合作交流局局长杰米扬·斯米列维茨出席线上活动,世界旅游城市联合会对外联络部总监陈波,山东省文化和旅游厅对外交流与合作处副处长徐毅参加线上活动,威海市文化和旅游局党组书记、局长隋建波等参加威海分会场活动。现场,一段由威海市副市长杨丽

用流利俄语录制的“好客中国·精致威海”宣传片,带领与会嘉宾开启一场线上威海滨海休闲风光之旅。SCI旅游咨询中心机构、双方文旅宣传推广中心等嘉宾,围绕疫情防控常态化下,中俄文化和旅游的发展方向和建议、全球化背景下旅游业的数字化变革、疫情发生后中国游客的旅行偏好等主题,作圆桌论坛交流发言。

在经济全球化和“一带一路”倡议实施背景下,威海正大力推进城市国际化进程,积极打造对外开放新高地,努力建设国际滨海休闲度假旅游目的地城市。通过参加本次活动,有效强化威海文化和旅游对外合作交流。

(黎晓倩)

临沂:加大营销推介 着力拓展国内旅游市场

近日,临沂市文化和旅游局组织的“亲情沂蒙·红色临沂”2021临沂文化旅游推介座谈会在国家历史文化名城、素有“八朝古都”之称的开封市举办。接下来的几天,临沂还将去往河南省的郑州、洛阳进行推介座谈。

2021年初,临沂市文化和旅游局确定了“提早布局、抢抓市场、重点突破、政策助力”的工作思路,确定了长三角、京津冀、苏豫皖、省内四大重点客源市场的21个重点城市营销计划,并策划了春、夏、秋、冬四季旅游主题活动,拓展国内客源市场。每到一地,临沂大力宣传文化

和旅游资源、产品,介绍临沂出台的旅游团队奖励政策。临沂的文化和旅游企业在推介的同时,也与当地业界进行了沟通、交流,并建立了合作。临沂在各地会场展出的非遗手工艺品韵味十足,令在场嘉宾印象深刻。

“亲情沂蒙·红色临沂”推介座谈会的举办,成为临沂拓展客源市场、树立“亲情沂蒙”文化旅游品牌的有力举措,进一步推动了临沂和目标客源地区文化和旅游界的交流与协作,助力双方客源互送、互惠共赢、共同发展,推进临沂旅游市场快速发展。

(高雯雯 高超 王晓橙)

第十八届齐文化节即将开幕 各展馆将可免费参观

由山东省文化和旅游厅、淄博市政府主办,临淄区政府、淄博市文化和旅游局共同承办的第十八届齐文化节暨第十二届齐文化博览会开幕式将于12月10日在临淄齐文化博物馆举办。节会持续3天,届时各展馆将保持开放供游客免费参观。

第十八届齐文化节开幕当天,将同时举办“管子文化学术研讨会”“吴冠中、波洛克、赵燮艺艺术展”“海之情”装置、水影、雕塑艺术展”“中国艺术研究院专职画家任清书画、瓷器、紫砂艺

术展”等系列活动。

齐文化节自2004年开始举办,已举办十七届。文化节以“泱泱齐风”为主题,围绕“祭姜、蹴鞠、招商、探宝、闻韶、寻古、惠民”等主题,多次举办齐文化与稷下学高峰论坛、世界足球文化高峰论坛、齐文化博览会暨民间收藏展等品牌活动。文化节先后获得“中国十佳节庆活动”“最具品牌价值文化艺术节”“最具国际影响力节庆”等10余项称号,打响了“齐国故都”“足球故乡”文化品牌。

(刘英煜)

山东舜和国际酒店创建成为“金钥匙国际联盟标杆酒店”

近日,山东舜和国际酒店获评成为“金钥匙国际联盟标杆酒店”,成为由酒店集团旗舰店创建的标杆酒店。

山东舜和国际集团董事长任兴本表示,本次“金钥匙标杆酒店”创建工作,是舜和集团立足新愿景,结合新形势,在舜和国际酒店率先启动的一项酒店管理创新工程。它传承了舜和集团“以情服务、用心管理、用心做事”的企业文化,追求“满意加惊喜”的高品质服务,旨在为广大宾客提供优质服务体验。

“金钥匙联盟标杆酒店”代表着酒店行业的高品质标准,申报条件严

苛,对于提升酒店服务水平有着重要意义。今年7月2日,舜和国际酒店正式启动创建金钥匙国际联盟标杆酒店的工作,将其确定为2021年度集团重点工作,并专门成立了创标工作领导小组。

在硬件设施上,为达到《金钥匙标杆酒店评定实施细则》要求,酒店投入近60万元,在6月至11月持续对酒店前后台区域进行翻新整修,使酒店在硬件环境方面全面达标;在服务项目上,酒店前厅部添置金钥匙柜台,新增和精进了金钥匙委托代办服务、E-Concierge行李寄存转交服务、旅游推

荐服务、接送站服务、代客租车泊车服务、房内送餐服务、餐前行李临时寄存服务、饮品派送服务等32项服务项目,丰富了酒店的服务内容。酒店客房部选定了儒家文化和“泉水风情”等4个客房小景的设计主题。为提高酒店会议服务品质,餐饮部联合厨房部,抽调精干力量组成攻关组,选定了“谁不说俺家乡好”的茶歇主题,将儒家文化、泰山岱宗坊、济南大明湖、运河古韵、潍坊风筝等齐鲁文化符号融入主题茶歇之中,将蕴含着浓郁齐鲁传统文化和山东民俗风情的主题茶歇呈现给宾客。

为保证“创标”工作质量,不断提高各项服务品质,酒店特意邀请金钥匙国际联盟品质官周慧为全体干部员工系统培训《5C品质评估标准》《金钥匙标杆酒店评定实施细则》等标准要求和注意事项。截至目前,共有4名高管经过培训考核成为金钥匙总经理会员,8人成为金钥匙质评师,12名中、基层管理人员获得金钥匙会员资格。

目前,金钥匙服务团队已覆盖到酒店各个面客服务部门及部分管理部门,成为酒店的核心服务力量。为使金钥匙服务团队能更好地履行服务职

责,发挥所长,将金钥匙服务理念转化为更加优质的服务带给宾客,酒店还设立“金钥匙激励考核金”,每月1000元,考核其履职情况,激励其将金钥匙服务理念贯穿在对客服务的各个环节之中。酒店计划明年继续加大投入,扩大金钥匙服务团队规模,培养金钥匙总经理会员、金钥匙会员、质评师,培训计划管家等,让每一名酒店金钥匙团队成员都能为宾客提供完整的金钥匙系列服务,全面塑造舜和国际酒店金钥匙服务的品牌。

山东省委原副秘书长、山东省精品旅游促进会专家委员会主任杜文彬

表示,舜和集团多年来脚踏实地,创新发展,为山东省旅游业作出了突出贡献。创建成为“金钥匙标杆酒店”,将切实提升酒店运营水平,对推动酒店行业发展,具有重要的示范意义和带动作用。

“创标完成对于舜和集团而言,只是一个新的起点。今后将积极发挥金钥匙标杆酒店的示范引领作用,做好‘好客山东’的舜和文章,为实现舜和集团的更快更好发展,为助力做大做强山东文化和旅游业做出新贡献。”任兴本表示。

(刘玉溪)