湖南民族职业学院
Hunan Vocational College for Nationalities

商贸旅游学院

2024 级三年制旅游管理专业

人才培养方案



湖南民族职业学院

二〇二四年六月十八日

目 录

一、专业名称/专业代码/所属专业群 1
二、入学要求 1
三、基本修业年限 1
四、职业面向 1
（一）职业面向 1
（二）典型工作任务与岗位职业能力分析 1
（三）职业发展路径 2
五、培养目标与培养规格 2
（一）培养目标 2
（二）培养规格 3
六、课程设置及要求 5
（一）课程体系 5
（二）课程设置 6
（三）课程教学要求 6
（四）核心课程标准 7
七、教学进程总体安排 7
（一）课程计划与进度总表 7
（二）教学总学时分、总学分分配表 8
八、实施保障 8
（一）师资队伍 9
（二）教学设施 10
（三）教学资源 12
（四）教学方法 14
（五）教学评价 14
（六）质量管理 16
九、毕业要求 18
十、附件与说明 19
（一）编制流程及主要成员 19
（二）学分制 19
（三）“1+X”证书制度及职业资格证 19
（四）动态调整机制 20
（五）附件 20
附件 1：三年制专科旅游管理专业课程设置及描述 21
附件 2：三年制专科旅游管理专业核心课程标准 41
附件 3：专业调研报告 99
附件 4：湖南民族职业学院专业人才培养方案审批表 118

2024 级旅游管理专业人才培养方案

一、专业名称/专业代码/所属专业群

旅游管理/540101/国际文化旅游专业群。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

标准学制三年；弹性学制 2-6 年。

四、职业面向

（一）职业面向

职业面向见表 1。

表 1　职业面向表

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位类别（或技术领域）	职业技能等级证书或职业资格证书举例
旅游大类（54）	旅游类（5401）	旅行社及其相关服务（L7291） 游览景区管理（L786）	导游（4-07-04-01） 旅行社计调（4-07-04-03） 旅游咨询员（4-07-04-04） 营销员（4-01-02-01）	导游 旅行社计调 旅游营销	全国导游人员资格证旅行策划职业技能等级证

（二）典型工作任务与岗位职业能力分析

通过与现代学徒制企业的岗位需求调研和毕业生调研，确定以导游、旅行社计调、旅游营销等为主的就业岗位群。参考毕业生就业三年内的职业岗位，确定本专业的主要就业岗位如下，具体见本专业典型工作任务与岗位职业能力分析表见表 2。

表 2　典型工作任务与岗位职业能力分析表

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力分析	对应课程
1	导游	1.按照接待计划安排和组织游客参观、游览； 2.负责为游客导游、讲解，介绍景区景点； 3.配合和督促有关人员安排游客的交通、食宿等； 4.耐心解答游客的咨询，协助处理旅途中遇到的问题； 5.负责协助拓展培训的组织和实施，引导和帮助参与者体验专业的拓展培训。	1.导游讲解能力； 2.口头表达能力； 3.人际沟通协调能力； 4.组织能力； 5.团队配合能力； 6.突发事件处理能力。	1.导游业务； 2.全国导游基础知识； 3.现场导游； 4.旅游政策与法规。
2	旅行社计调	1.主要面向旅行社、在线旅游运营商等旅游企业，为游客提供旅游产品； 2.搜集国内外旅游资源信息，与同类旅游	1.旅游资源分析及审美能力； 2.旅游线路设计能力；	1.旅行社经营与管理； 2.单项旅游产品预订； 3.旅游线路设计；

		资源进行比较，分析判断旅游资源的审美价值； 3.根据客户咨询内容，了解其需求特点，设计针对性的旅游线路； 4.根据作业流程的规定，合理采购资源，进行成本核算并定价，控制线路成本； 5.准确进行市场细分和市场定位，策划主题线路产品。	3.成本控制能力； 4.团队合作能力； 5.创新能力。	4.旅游策划理论与实务。
3	旅游营销	1.负责旅游企业产品的线上线下销售以及推广； 2.进行旅游市场调研，开拓新市场、发展新客户； 3.熟悉各种旅游新媒体平台的操作规则及流程； 4.耐心解答游客咨询，并根据客户需求推荐旅游产品； 5.负责旅游市场信息的收集以及竞争对手的分析； 6.运用营销组合策略，编写旅游营销策划方案。	1.营销策划及推广能力； 2.沟通协调能力； 3.市场调研能力； 4.数据挖掘能力。	1.旅游新媒体营销； 2.旅游策划理论与实务； 3.旅行社经营与管理； 4.旅游电子商务。

（三）职业发展路径

毕业生职业发展路径见表3。

表3　毕业生职业发展路径表

岗位类型	岗位名称	岗位要求
初始岗位	导游	1.完成景区景点讲解； 2.提供导游规范服务； 3.处理突发事件。
	旅行社计调	1.分析线路特色及优劣势； 2.设计不同主题旅游线路； 3.核算旅游线路成本及报价。
	旅游营销	1.旅游市场调研，编写旅游营销方案； 2.分析游客特征，回答游客咨询； 3.分析旅游景区或线路特征，推荐旅游景区或线路。
发展岗位	导游部主管	1.导游日常管理； 2.安排新员工业务知识培训； 3.安排团队成员讲解与导览工作； 4.安排团队销售产品技巧的培训。
	旅行社计调主管	1.协调旅游行程中出现的问题； 2.与酒店、餐厅、旅游车队、景区等供应商进行良好的协作； 3.对团队成员进行培训与管理； 4.成本预算编制与管控。
	旅游营销总监	1.负责旅游营销团队建设与管理工作； 2.对营销工作人员进行培训、指导及工作考核； 3.完成公司项目策划、运营策划及基础营销推广工作； 4.以带动公司销售业绩为方向，负责策划季节性的主题活动，并协调组织实施。
迁移岗位	旅游行业创业经营管理者	完成旅游企业运营、选址、产品设计、战略管理、品牌营销和媒体运营。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业面向长江经济带、环洞庭湖生态旅游圈和“旅游+”新业态下的导游、旅行社计调、旅游营销等为主的就业岗位群；坚持立德树人，培养理想

信念坚定、践行社会主义核心价值观、热爱祖国、德技并修、德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人；掌握扎实的科学文化基础知识，具有良好的职业道德、人文素质、服务意识、健康意识、绿色环保意识、创新意识、劳动精神以及精益求精的工匠精神，具有较强的语言表达、沟通交流、团队协作、就业等可持续发展并且能支撑终身发展的能力，掌握文旅融合知识、“旅游+”行业前沿及相关法律法规知识、旅游服务与管理基础知识，导游服务知识、旅行社计调知识、旅游营销知识等，具备导游服务、旅游线路设计与策划、旅游营销技能等，能够从事导游讲解与接待服务、旅行社计调、旅游企业线上线下营销等工作的高素质复合型技术技能旅游人才。毕业 3-5 年后能胜任旅游企业中高层管理岗位工作，如导游部主管、旅行社计调主管和旅游营销总监等。

（二）培养规格

1.素质目标

S1：坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

S2:崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动、履行道德准则和行为规范，具有职业认同感、良好的职业道德准则、社会责任感和社会参与意识；

S3：具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神和创新思维；

S4：树立正确三观，勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理意识、职业生涯规划的意识、有较强的集体意识和团队合作精神；

S5:具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

S6:具有旅游市场意识、成本意识等；

S7:树立礼貌服务意识，养成良好的旅游职业礼仪习惯；

S8:具有一定审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

2.知识目标

Z1:了解旅游、旅游活动、国内及世界旅游业概况、世界旅游区分布发展情况及旅游业的影响；

Z2:熟悉旅游相关法律法规、行业标准、旅游企业管理和旅游新业态等从业基础知识；

Z3:熟悉国家历史文化、古建筑、四大宗教、饮食文化、风物特产等知识；

Z4:熟悉旅游职业礼仪知识；

Z5:掌握旅游消费者行为等相关知识；

Z6:掌握导游接待服务知识及旅游应急与急救知识；

Z7:掌握导游讲解的技巧与方法及旅游过程中突发事件处理原则或方法；

Z8:掌握机票、酒店、旅游车、景点门票等单项旅游产品预订；

Z9:掌握旅游线路设计原则、方法和成本核算等相关知识；

Z10:掌握旅游新媒体营销活动内容、工具及用户运营技巧等相关知识；

Z11:掌握旅游目的地策划、旅游企业形象策划及旅游节事策划相关知识。

3.能力目标

N1:有良好的语言表达能力，能进行准确、流利的导游讲解；

N2:能根据旅游专业基础知识为游客提供有针对性的讲解；

N3:能够制定旅游接待计划，有良好的沟通与组织协调能力，能够与工作团队配合，完成旅游服务工作；

N4:有良好应变能力，能正确处理游客个别要求和常见旅游事故；

N5:具有践行旅游政策法规及行业标准、绿色生产、安全防护等能力；

N6:能够对比旅游景区、酒店和线路组合的优劣势，根据客户需求向旅游者合理推荐；

N7:能够为客户设计个性化的旅游线路产品，并进行成本核算与定价；

N8:能够为客户解析旅游产品，并用 PPT 推荐旅游产品，提供营销服务；

N9:能够运用新媒体编辑工具制作旅游企业新媒体文案、短视频，具有适应旅游产业数字化发展的能力；

N10:能够运用旅游职业礼仪进行规范化、标准化的接待服务；

N11:能够运用旅游策划技巧进行旅游企业形象策划、旅游产品策划和旅游节事活动策划等；

N12:具有政治识别和法律认知能力，具有安全管理和公共卫生突发事件应对的能力，具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力、计算机应用能力和创新创业能力。

六、课程设置及要求

（一）课程体系

为了培养高素质具有工匠精神的劳动者和技术技能复合型人才，本专业对接国家职业标准，在对政府部门、兄弟院校、行业、企业及社会的广泛调研后，以面向社会岗位需求为导向，围绕人才培养目标构建提素养（公共基础必修课程与公共选修课程）、夯基础（专业基础课程）、精业务（专业核心课程）、泛能力（专业拓展课程）、强技能（实践课程）5 个职业素能的学习区域，组建公共课程和专业课程两个课程平台，在立德树人、课程思政的基础上，通过导游资格证考核强化和旅行策划职业技能等级证书试点促进书证融通，结合高职导游服务技能竞赛实现以赛促教，并推动旅游管理专业创新创业的长足发展，积极参加“互联网+”创新创业大赛，充分挖掘了“岗·课·赛·证·创”间的内涵关联，构建旅游管理专业“岗课赛证创 五维融合 政校行企社 五有育人”的人才培养课程体系（见图 1）。

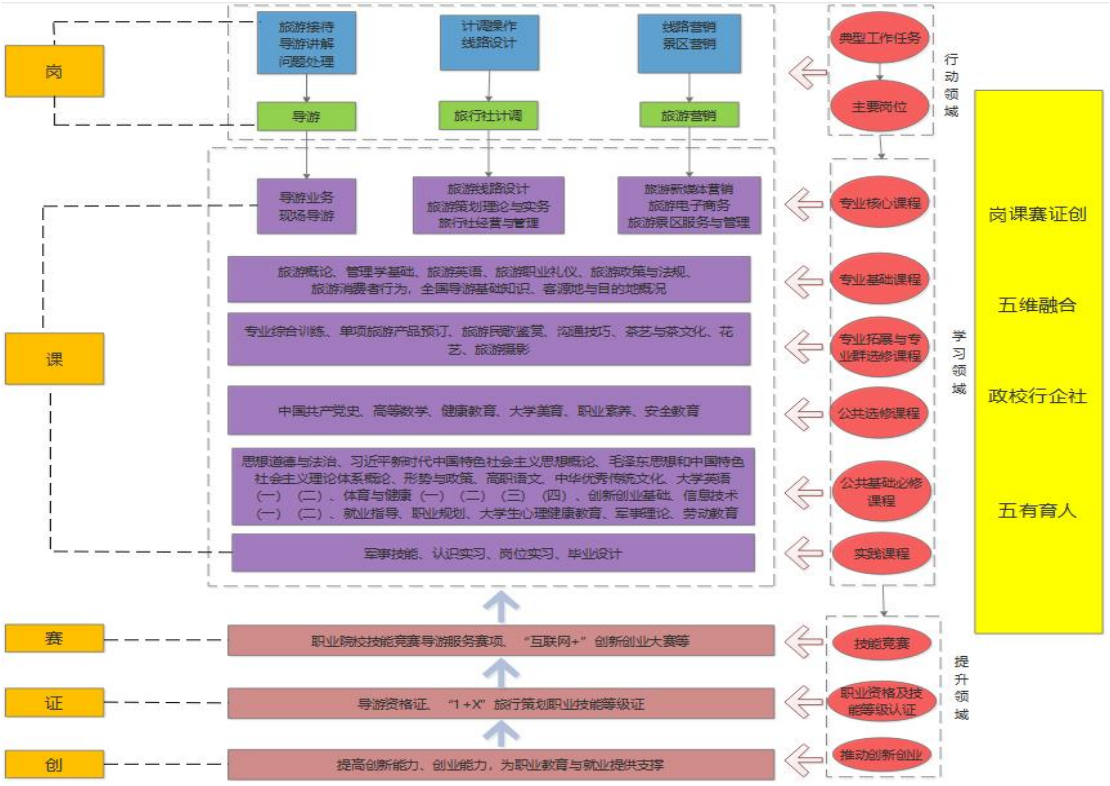


图 1 旅游管理专业“岗课赛证创　五维融合　政校行企社　五有育人”人才培养课程体系

（二）课程设置

本专业有公共基础必修课、公共限选课、专业基础课、专业核心课、专业拓展与专业（群）选修课和实践教学课等6类课程，总共45门课，2612学时，134.5学分。

1.公共基础必修课

主要有思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、高职语文、中华优秀传统文化、大学英语（一）（二）、体育与健康（一）（二）（三）（四）、创新创业基础、信息技术（一）（二）、就业指导、职业规划、大学生心理健康教育、军事理论、国家安全教育、劳动教育等16门课程，共计38学分。

2.公共限选课：主要有中国共产党史、高等数学、健康教育、大学美育、职业素养5门公共限选课，共5.5学分；

3.专业基础课

主要有旅游概论、管理学基础、旅游英语、旅游职业礼仪、旅游政策与法规、旅游消费者行为、全国导游基础知识、客源地与目的地概况8门课程，共计18学分。

4.专业核心课

主要有导游业务、现场导游、旅游线路设计、旅游景区服务与管理、旅游新媒体营销、旅行社经营与管理、旅游策划理论与实务、旅游电子商务8门课程,共计32学分。

5.专业拓展与专业（群）选修课

本专业的专业拓展与专业（群）选修课主要有专业综合训练、单项旅游产品预订、旅游民歌鉴赏共3门专业拓展限选课程，共8学分；沟通技巧、茶艺与茶文化、花艺、旅游摄影4门专业（群）任选课程（4选1）,共2学分。合计10学分。

6.实践教学课

主要有军事技能、认识实习、岗位实习、毕业设计4门课程,共31学分。

（三）课程教学要求

（见附件1 旅游管理专业课程设置及描述）

（四）核心课程标准

（见附件 2 旅游管理专业核心课程标准）

七、教学进程总体安排

（一）课程计划与进度总表

表 4　课程计划与进度总表

课程类别		课程名称及编号	学分	学时分配			考核方式	学年/学期分配//周课时数						备注
				总学时	其中			第一学年		第二学年		第三学年		
					理论	实践		一	二	三	四	五	六	
								20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	
公共基础课	公共必修课	2101001 思想道德与法治	3	48	40	8	●	2*12	2*12					
		2301004 习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	36	12	●			3*16				分单双周开课
		2301003 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	28	4	●				2*16			
		2001005 形势与政策	1	40	40	0	▲	2*4	2*4	2*4	2*4	2*4		（第五学期平台课）
		2401021 高职语文	1	16	10	6	●		2*8					
		2401111 中华优秀传统文化	1	16	10	6	▲	2*8						
		2201025 大学英语（一）	4	64	32	32	●	4*16						
		2201025 大学英语（二）	4	64	32	32	▲		4*16					
		2201028 体育与健康（一）	2	32	4	28	▲	2*16						
		2201028 体育与健康（二）	2	36	4	32	▲		2*18					
		2201028 体育与健康（三）	1	20	2	18	▲			2*10				
		2201028 体育与健康（四）	1	20	2	18	▲				2*10			
		2201033 创新创业基础	2	32	20	12	▲				2*16			
		2401034 信息技术（一）	1	20	10	10	▲	2*10						
		2401034 信息技术（二 ）	2	28	14	14	▲		2*14					
		2301071 就业指导	1	14	8	6	▲			2*7				1-7 周开课
		2301070 职业规划	1	18	10	8	▲	2*9						8-16 周开课
		2201072 大学生心理健康教育	2	32	24	8	▲		2*16					
		2201073 军事理论	2	36	36	0	▲	36						
		2201123 国家安全教育	1	16	16	0	▲		2*8					
		2301127 劳动教育	1	16	16	0	▲			2*4	2*4			
	小计		**38**	**648**	**394**	**254**		**14**	**16**	**7**	**6**	**0**	**0**	
	公共限选课	2101015 中国共产党史	1	16	16	0	▲	2*8						限选（平台课）
		2201023 高等数学	3	48	38	10	●	4*12						
		2401075 大学美育	0.5	8	8	0	▲				2*4			
		2401121 健康教育	0.5	8	8	0	▲				2*4			
		2401122 职业素养	0.5	8	8	0	▲			2*4				
	小计		**5.5**	**88**	**78**	**10**		**6**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	
专业（技	专业基础	2205201◆旅游概论	2	32	26	6	●	2*16						
		2205202◆管理学基础	2	36	36	0	●			2*18				
		2205203◆旅游英语	2	36	24	12	●			2*18				
		2205204★旅游职业礼仪	2	36	6	30	▲		2*18					

能）课	课	2305206◆旅游政策与法规	2	36	36	0	●			2*18				
		2305207◆旅游消费者行为	2	36	30	6	●					2*18		
		2205208◆全国导游基础知识	4	72	60	12	●		4*18					
		2305228◆客源地与目的地概况	2	36	24	12	▲				2*18			
	小计		**18**	**320**	**242**	**78**		**2**	**6**	**6**	**2**	**2**	**0**	
	专业核心课	2205209★导游业务	4	64	36	28	●	4*16						
		2305210★旅游新媒体营销	4	72	32	40	▲				4*18			
		2205211★现场导游	4	72	32	40	▲			4*18				
		2205212★旅游线路设计	4	72	28	44	●			4*18				
		2205213★旅游景区服务与管理	4	72	36	36	▲		4*18					
		2305214★旅行社经营与管理	4	72	31	41	●				4*18			
		2305223★旅游策划理论与实务	4	72	30	42	▲				4*18			
		2305229★旅游电子商务	4	72	36	36	▲			4*18				
	小计		**32**	**568**	**261**	**307**		**4**	**4**	**12**	**12**	**0**	**0**	
	专业拓展与专业（群）选修	2205215 专业综合训练	4	72	24	48	▲					4*18		限选
		2205216★单项旅游产品预订	2	36	18	18	▲		2*18					限选
		2205217★旅游民歌鉴赏	2	36	18	18	▲					2*18		限选
		2205218★沟通技巧	2	36	18	18	▲				2*18			任选（4选1）
		2205219★茶艺与茶文化	2	36	18	18	▲				2*18			
		2205220★花艺	2	36	18	18	▲				2*18			
		2305222★旅游摄影	2	36	18	18	▲				2*18			
	小计		**10**	**180**	**78**	**102**		**0**	**2**	**0**	**2**	**6**	**0**	
实践教学课	1901116 军事技能		2	112	0	112	▲	2w						
	2205225 认识实习		1	24	0	24	▲		1w					
	2205226 岗位实习		26	624	0	624	▲					7w	19w	
	2205227 毕业设计		2	48	0	48	▲					2w		
	小计		**31**	**808**	**0**	**808**								
合计			**134.5**	**2612**	**1053**	**1559**		**26**	**28**	**25**	**22**	**8**	**0**	

备注：★ 校企课程 ◆校内课程 ●考核方式为考试 ▲考核方式为考查

（二） 教学总学时分、总学分分配表

表5 教学总学时分、总学分分配表

课程类别		课程性质	课程学分	学时			
				理论学时	实践学时	小计	占总学时比例（%）
公共基础课		必修	38	394	254	648	24.81%
		选修	5.5	78	10	88	3.37%
专业(技能)课	专业基础课	必修	18	242	78	320	12.25%
	专业核心课	必修	32	261	307	568	21.75%
	专业拓展与专业（群）选修课	选修	10	78	102	180	6.89%
集中实践课		必修	31	0	808	808	30.93%
合计			134.5	1053	1559	2612	100%
说明： 1.课内教学原则上以18学时为基准折算为1学分（个别课程可根据其开课性质、开课方式、开课学期做适量微调），							

集中实践教学环节以周为单位安排,每周计 24 学时、1 学分。
2.本专业总学时为 2612 学时，总学分为 134.5 学分，其中公共基础课学时 736,占比 28.18%；专业课程学时 1068,占比 40.89%；实践教学总学时 1559，占比 59.69%，选修课总学时 268，占比 10.26%。

八、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构

本专业教学团队坚持专兼职、老中青相结合的原则，要求教师理想信念坚定，具有良好的思政育人意识和能力，具有双师素养，能够结合专业课程教学，将“五有”育人与专业教学相融合，培养合格的社会主义接班人。专业教学团队知识结构全面，职称水平分布科学，由专业带头人、专任教师、兼职教师共同组成。其中，副教授及以上职称教师应占 30%，讲师职称应占 60%，助教应占 10%，从职称、年龄、性别形成优势互补的合理梯队。专兼职教师搭配合理且具有扎实的行业背景，其中主讲教师应有行业企业一线工作经历。学生数与本专业专任教师数比例不高于 18:1，双师素质教师占专业教师比不低于 90%。同时建立专业教师库，实行动态更新。

2.专任教师

具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；能够胜任 2-3 门专业课程的模块化教学，且能熟练地对每门课程的 3-5 个模块进行模块化教学设计与组织实施；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每 5 年累计不少于 6 个月企业实践经历。《导游业务》《现场导游》《旅行社经营与管理》《旅游线路设计》《旅游景区服务与管理》《旅游策划理论与实务》《旅游电子商务》课程的任课教师应分别具备 2 年以上的导游、旅行社计调、旅游营销等岗位从业经历；《旅游新媒体营销》课程的任课教师应熟练掌握旅游新媒体知识,并熟悉旅游新媒体文案写作、视频制作等技能。

3.专业带头人

本专业带头人应具有旅游管理专业副高及以上职称，能够较好地把握国内外旅游行业、专业发展动态，能广泛联系旅游行业企业，了解旅游行业企业对本专业人才的实际需求，课堂教学设计能力强，组织开展教研教改工作能力强，在本区域旅游管理专业具有一定的影响。

4.兼职教师

本专业建立校企共建教师队伍机制，动态更新专业教师库。兼职教师主要来自相关企业的具有丰富实践经验的行业专家,要求具备良好思想政治素质、职业道德和工匠精神；具有扎实专业知识和丰富的一线工作经验（至少3年以上企业工作经验）。具有导游证或其他相关行业职业技能等级证书,能承担本专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务,兼职教师占教师比例不低于30%。

表6 专业教学团队配置与要求

生师比	18:1				
专兼职比	7:3				
双师比	90%以上				
年龄	20-30岁	30-40岁	40-50岁	50-60岁	
	25%	41.6%	25%	8.4%	
学历学位	本科	硕士人	博士	博士以上	
	33.3%	66.7%	0	0	
职称	见习	助教（同等职称）	讲师（同等职称）	副教授（同等职称）	教授（同等职称）（人）
	8.3%	16.7%	50%	25%	0

（二）教学设施

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训室面积、设施等达到国家发布的专业实训教学条件建设标准要求。信息化条件保障能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。依托校园景区，开展校内全真教学实践实训，校外实训基地相对稳定。

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或WiFi环境,并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

表7 教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学
2	计算机机房	配备黑板，计算机及网络系统。安装应急照明装置，设置灭火器等消防设备，符合紧急疏散要求。配备空调等降温设施。计算机网络安装，教师广播控制系统及相关软件。	实施上机操作性内容教学
3	理实一体化教室	配备黑板、实验台，具备互联网接入条件。安装应急照明装置，设置灭火器等消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理实一体化教学

2.校内实训基本要求

表 8 实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	导游实训室	导游讲解训练	面积 150 平，无绳话筒，折叠椅 50 套，三维实景模拟导游仿真教学一体机。	50
2	湖南民族职业学院华夏民族文化风情园（生产性实训基地:校园 AAA 景区）	现场导游 线路设计	国家 AAA 景区标准配置。	50
3	茶艺实训室	茶艺技能训练	面积 75 平，学生桌椅，茶具，黑板，套数 50。	50
4	礼仪实训室	旅游职业礼仪训练	面积 75 平，学生桌椅，黑板，套数 50。	50
5	市场营销实训室	旅游产品营销与活动策划、旅游线路设计、旅游新媒体营销。	面积 150 平，学生桌椅；电脑；投影仪；白板；推广软件。	50
6	网络教室（机房）	计调操作	面积 100 平，无绳话筒，桌椅 50 套，电脑 50 台。	50

3.校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展导游、旅行社计调、旅游营销等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 9 校外实习实训基地（室）需求一览表

序号	实训基地名称	功能 （实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）	支撑课程
1	中惠旅石燕湖景区	导游讲解、旅游安全急救、新媒体运营等实训；教师挂职锻炼、教学实践、岗位实习。	面积：10 余平方公里；石燕湖景区，金茂大酒店，惠旅智能（惠旅商城平台、智慧景区系统）、拓展训练基地	50 人以上	《导游业务》《现场导游》《旅游景区服务与管理》《旅游新媒体营销》
2	中惠旅石牛寨景区	导游讲解、旅游安全急救、旅游策划、旅游产品营销等实训；教师挂职锻炼、教学实践、岗位实习。	面积：10 余平方公里；石牛寨景区，石牛寨红色拓展训练学院等。	50 人以上	《导游业务》《现场导游》《旅游新媒体营销》《旅游策划理论与实务》
3	幕阜山景区	旅游策划、沟通技巧等实训；教师挂职锻炼、教学实践、岗位实习。	面积：17 余平方公里；幕阜山景区、天岳飞龙”丛林探险乐园“户外运动体验基地、幕阜宾馆等。	50 人以上	《旅游策划理论与实务》《旅游景区服务与管理》《沟通技巧》
4	沙洲红色旅游景区	旅游安全急救、旅游策划与产品设计实训；教师挂职锻炼、教学实践、岗位实习。	面积：23.36 平方公里；“半条被子的温暖”专题陈列馆、长征酒店等。	30 人	《全国导游基础知识》《旅游线路设计》《旅游景区服务与管理》《旅游策划理论与实务》
5	张家界华天大酒店	茶艺实训；教师挂职锻炼、教学实践、岗位实习。	面积：5000 多平方米；豪华包厢、多功能宴会厅、露天休闲吧。	50 人以上	《茶艺与茶文化》《旅游职业礼仪》
6	湖南省中旅国际文化旅游集团	旅行社计调、导游等岗位训练；旅游策划实训；旅游电子商务实训；旅行社模拟运营；教师挂职锻炼、教学实践、岗位实习。	面积：1500 多平，办公桌椅、电脑等。	100 人以上	《旅行社经营与管理》《单项旅游产品预订》《旅游线路设计》《旅游新媒体营销》《旅游策划理论与实务》《旅游电子商务》
7	岳阳楼洞	导游讲解、旅游安全急救等	面积：1300 多平方公里	20 人	《现场导游》《全国

	庭湖风景名胜区	实训；教师挂职锻炼、教学实践、岗位实习。	岳阳楼景区、君山岛景区、洞庭湖博物馆、汴河街等。		导游基础知识》《旅游景区服务与管理》《旅游职业礼仪》
8	亲和力旅行社岳阳分公司	旅行社计调、导游等岗位训练；旅游电子商务实训；旅行社模拟运营；教师挂职锻炼、教学实践、岗位实习。	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上	《旅行社经营与管理》《单项旅游产品预订》《导游业务》《旅游电子商务》
9	湖南海外旅行社岳阳分公司	旅行社计调、旅游产品设计、旅游策划、旅游产品营销等岗位训练；旅游电子商务实训；旅行社模拟运营；教师挂职锻炼、教学实践、岗位实习。	面积：500 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上	《旅行社经营与管理》《旅游线路设计》《旅游新媒体营销》《旅游电子商务》《旅游策划理论与实务》
10	湖南宝中旅行社岳阳分公司	旅行社计调、旅游产品设计、导游、旅游产品营销、新媒体运营等岗位训练；旅游电子商务实训；旅行社模拟运营；教师挂职锻炼、教学实践、岗位实习。	面积：500 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上	《旅行社经营与管理》《旅游线路设计》《旅游新媒体营销》《现场导游》《旅游电子商务》

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供导游讲解、旅行社计调、旅游营销等相关实习岗位，能涵盖当前旅游专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量指导教师对实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5.支持信息化教学方面的基本要求

本专业以“生本教育”等现代教育教学理念为指导，强调学生主动学习与协同发展，强调现代教育信息技术对教育教学的重要作用，强调充分利用旅游管理专业教学资源库、中国知网文献资料等各类教学资源的整合与运用促进教师的“教”与学生的“学”。引导鼓励教师利用职教云教学资源、中国大学慕课教学资源和超星学习通教学平台,采用线上线下混合的教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字资源等。

1.教材选用基本要求

教材选用按照国家“十四五”规划教材、“十三五”规划教材、省级优秀教材、校本教材顺序优先选用优质教材，教材选用必须符合《湖南民族职业学院教材管理办法》相关要求，禁止不合格的教材进入课堂。建立由专业

教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

（1）必须选择符合本专业应用型人才培养目标，紧贴课程大纲的教材；

（2）教材选择顺序：获国家级（含教育部）奖教材；教育部面向21世纪课程与规划教材；获部省级奖教材；教育部推荐教材和著名高校系列教材以及近三年出版的新版教材；

（3）先与旅游相关企业进行认真研究论证，最后确定课程教材的选用。鼓励校企合作开发新型活页式、工作手册式教材。

（4）如《导游业务》《现场导游》《旅游政策与法规》《全国导游基础知识》为导游考证课程，必须使用考证指定教材。

2.图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。我校图书馆现有馆藏纸本文献30 余万册，纸质期刊近6000种，电子图书、硕博论文和电子期刊150 余万种。旅游专业类图书文献包括：有关旅游管理专业理论、技术、方法、拓展以及实务操作类图书和文献。主要涵盖：旅游类专业领域的优秀期刊、旅游行业政策法规、有关职业标准、优秀导游词等，见表10。

表10 旅游管理专业图书文献配备一览表

序号	分类	图书名称	用途	备注
1	工具书	《中国旅游地理》地图册《中国地形图》《中国政区地图》《中国气候图》《中国水系图》《2022中国自驾游地图集》《实用中国地图册》	教师教学 学生学习	《中国地形图》《中国政区地图》《中国气候图》《中国水系图》要求大挂图
2	专业期刊	《旅游学刊》《经济地理》《人文地理》《旅游纵览》《西部旅游》《文化月刊》	教师科研	月刊、双月刊
3	旅游法律法规、行业标准	《2021中华人民共和国文化和旅游法律法规全书（含相关政策）》《中华人民共和国旅游法》《旅行社条例》《旅行社条例实施细则》《导游服务质量》《旅行社入境旅游服务规范》《旅行社出境旅游服务规范》《旅游目的地信息分类与描述》《旅游资源分类、调查与评价》	教师教学 学生学习	定期更新
4	技能大赛	历届国家导游技能大赛优秀导游词案例集	教师教学 学生学习	历年更新
5	拓展阅读	《带团那些事儿》《文化苦旅》《走遍中国》《中国自助游》《老城古镇》《岳阳楼上对君山》《苏东坡传》《云南旅行》《老杭州记忆》	学生学习	

3.数字资源配备基本要求

在超星教学平台上建设《现场导游》《旅游职业礼仪》《旅游景区服务

与管理》《旅游英语》等在线课程，建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、动态更新、满足信息化教学要求，具体见表 11，表 12。

表 11 数字资源配备情况

音视频素材（G）	教学课件（个）	数字化教学案例（个）	模拟仿真软件（个）	数字教材（本）
120	300	150	1	4

表 12 旅游管理专业数字化资源选用表

序号	课程名称	学习平台	网址	备注
1	《现场导游》	超星平台	http://mooc1-1.chaoxing.com/course/218858609.html	校级精品在线开放课程
2	《旅游职业礼仪》	超星平台	http://mooc1-1.chaoxing.com/course/218934145.html	院级精品开放课程培育项目
3	《旅游景区服务与管理》	超星平台	http://mooc1-1.chaoxing.com/course/218836924.html	院级自建课程
4	《旅游英语》	超星平台	https://mooc1-2.chaoxing.com/course/222821076.html	院级自建课程

（四）教学方法

对于课程的教学，教师应依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源等，加强校企深度合作，达到理论与实践的真正贯通。根据学生的实际情况，倡导教师因材施教，因需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用项目教学法、案例教学法、现场教学法、情景模拟法、角色扮演法和合作学习法等方法，采用理实一体化教学，坚持学中做、做中学。具体见表 13。

表 13 主要教学方式适用课程一览表

教学方法	适用课程
案例教学法	《旅游概论》《管理学基础》《旅游职业礼仪》《旅游政策与法规》《客源地与目的地概况》《专业综合训练》《毕业设计》等课程
任务驱动法	《旅游英语》《旅游新媒体营销》《旅游线路设计》《旅游策划理论与实务》《全国导游基础知识》等课程
现场教学法	《现场导游》《导游业务》《旅游景区服务与管理》等课程
合作学习法	《旅游电子商务》《旅游消费者行为》《茶艺与茶文化》《花艺》等课程

（五）教学评价

为了科学、客观、合理、有效地评价学生的学习效果和综合素质，本专业对学生的学业考核评价坚持过程性评价与终结性评价相结合、考核主体多元化、考核内容综合化的原则，依托线上平台（职教云、超星学习通）和软件工具（问卷星等），运用大数据等现代信息技术，开展教与学行为分析，对学生的素质、知识、能力进行全方位全过程的评价。同时，要求任课教师应具有增值性评价的理念，善于发现学生的优点和进步，及时激励和赏识学生，帮助他们树立自信，为今后的学习、工作和生活奠定良好的基础。

1.专业理实一体课程评价

对于专业理实一体的课程，建议采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，评价主体多元化，其中过程性评价占 40%（包括出勤、课堂表现、作业、任务完成情况等），终结性评价占 60%（见图 2），此比例，任课教师也可根据课程性质稍作调整。同时，鼓励教师改进终结性评价，强化过程性评价，探索增值性评价，健全综合性评价。

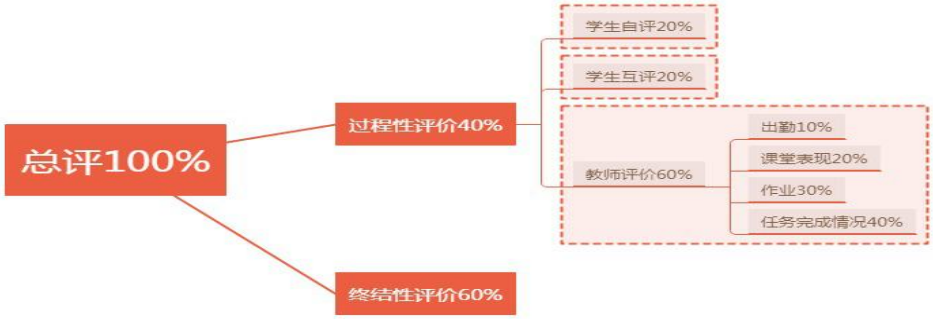


图 2 专业理实一体课程评价建议图

2. 集中实践课程评价（毕业设计课程另外评价）

《认识实习》的成绩评定由实习前的准备、实习中的纪律及表现（提问及回答问题等）和实习总结/作品组成；《岗位实习》则由学生出勤、实习日志、实习总结、企业师傅评价、校内指导教师评价等组成。成绩按优（90-100 分）、良（80-89 分）、中（70-79 分）、及格（60-69 分）和不及格（60 分以下）五级分制记分（见图 3）。

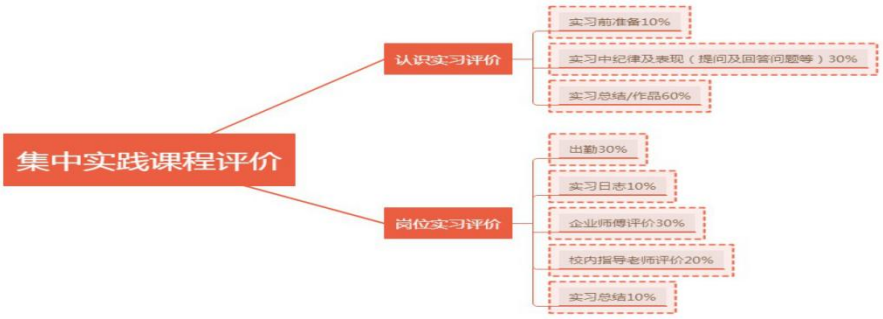


图 3 集中实践课程评价建议图

3. 核心技能考核

本专业共设置以下几项核心技能，包括导游、旅行社计调和旅游营销技能等。具体评价方式参考技能抽考标准。

4. 毕业设计课程评价

本专业要求学生以专业实习中发现的实际问题或任务要求作为毕业设计素材，形成以来源于旅游企业实际,符合专业培养目标的毕业设计考核制度。课程评价根据作品综合评价+现场答辩进行综合评分，作品综合评价占 70%，现场答辩占 30%；成绩按优秀（90-100）、良好（80-89）、中等（70-79）、及格（60-69）和不及格（60 分以下）评测学生综合知识应用能力、技术应用能力、分析能力和思维创新能力（见图 4）。

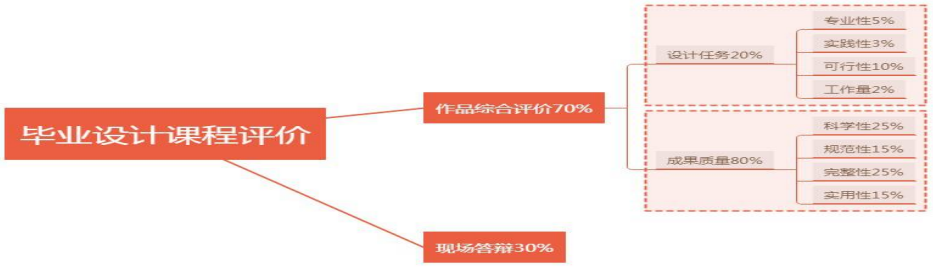


图 4 毕业设计课程评价建议图

（六）质量管理

1.依据国发[2019]4 号、教职成[2019]6 号、教职成[2019]13 号、教职成司函[2019]61 号、湘政发[2020]2 号等文件精神，国民经济:行业分类 GB/T4754-2017,国家职业分类大典（2022 版）,普通高等学校高等职业教育(专科)专业目录(2021 年),旅游管理专业职业资格证书、职业技能证书相关要求,依据人培目标培养高素质具有工匠精神劳动者和复合型技术技能人才，对导游、计调和旅游营销等岗位具体要求,基于旅游管理专业职业技能体系、专业课程体系,建立专业建设和教学质量诊断与改进机制,健全专业教学质量监控管理制度,完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、课程资源建设等方面质量标准建设,通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进,每年出具人才培养目标,培养标准,以及年度专业质量诊断报告,达成培养规格。本专业建设质量监控点（5 维 40 点）见表 14。

表 14 专业建设质量监控点（5 维 40 点）

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
1.专业设置(0.1)	（1）专业设置论证报告★	≥良好	优秀
	（2）培养目标与规格	≥良好	优秀
	（3）校企合作体制机制建设	≥良好	优秀
	（4）年度专业人才市场需求调研报告★	≥良好	优秀
2.专业建设与改革（0.25）	（5）专业建设规划★	≥良好	优秀
	（6）课程建设规划★	≥良好	优秀
	（7）专业标准体系建设(含专业教学标准，专业技能考核标准及题库、毕业设计标准，专业建设质量标准，	≥良好	优秀

	人才培养质量标准等)★		
	（8）专业课程体系★	≥良好	优秀
	（9）教学组织设计★	≥良好	优秀
	（10）教学方法和手段	≥良好	优秀
	（11）实习实训项目开出率★	100%	100%
	（12）整体项目开出率★	≥80%	≥90%
	（13）专业制度体系建设(课程管理，教学管理，队伍管理，专业评估等)★	≥良好	优秀
3.专业师资队伍（0.25）	（14）专业师资队伍建设规划	≥良好	优秀
	（15）专任核心课教师(名)★	≥3	4
	（16）副高以上专业技术职务教师(名)★	≥1	3
	（17）“双师型”教师比例★	≥70%	100%
	（18）教师培养培训达标率	100%	100%
	（19）平均年度发表论文与出版著作(篇)	2	4
	（20）平均年度在研课题与项目	≥1	2
	（21）平均年度获得院级及以上成果与获奖	2	3-4
4.专业教学环境（0.25）	（22）实训室建设规划	≥良好	优秀
	（23）生产性实训基地建设规划	≥良好	优秀
	（24）实训室数量及设备台套数★	≥良好	优秀
	（25）生产性实训基地数量	≥1	2
	（26）专业网络平台建设	≥良好	优秀
	（27）专业图书资料(册)★	≥500	800
	-（28）年度生均经费投入(元)★	≥6000	≥7000
5.专业人才培养质量（0.15）	（29）普通话二乙通过率	≥80%	≥90%
	（30）计算机技能考核合格率	≥90%	≥95%
	（31）专业技能抽查通过率★	100%	100%
	（32）毕业设计合格率★	100%	100%
	（33）导游资格证书通过率★	100%	超过全国平均水平
	（34）招生计划(人)★	≥50	120
	（35）招生计划完成率★	≥90%	
	（36）新生报到率★	≥90%	95%
	（37）按时毕业率	≥95%	98%
	（38）初次就业率★	≥85%	95%
	（39）对口就业率★	≥60%	70%
	（40）专业年度办学水平评估★	≥良好	优秀

注：标★ 号者为湘教发[2018]39 号文件必审指标。

2.完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、教研研讨等教研活动。

基于教学产出对教师教学工作进行评量。教师教学工作的评量包括二个部分，一是正式课程教学，包括授课与教学工作量、教学设计；二是非正式课程教学，包括技能考核指导、毕业设计指导、技能竞赛指导和创新创业指导等。各分项权重与评量标准见表 15。

表 15 基于教学产出的教师教学工作评价表

项目及权重 等级指标	优秀 （90-100）	良好 （80-89）	合格 （60-79）	不合格 （30-59）
授课与教学工作量（50）	能认真独立完成 2 门课程教学，其中 1 门为核心	能认真独立完成 1 门核心课程教学,协作完成 1 门其	能独立完成 1 门课程教学，协作完成 1 门	不能独立完成 1 门课程教学，工作

	课程，工作量达标。	他课程教学,工作量达标。	其他课程教学，工作量达标。	量不达标。
教学设计（20）	教学文件齐全，编制规范，有创新。	教学文件齐全，编制规范。	教学文件齐全，编制较规范。	教学文件不齐全，编制不规范。
省级技能考核指导（10）	省级技能考核获优秀。	省级技能考核获合格前列。	省级技能考核获合格后列。	省级技能考核不合格。
毕业设计指导（15）	省级毕业设计抽检获优秀。	省级毕业设计抽检获合格前列。	省级毕业设计抽检获合格后列。	省级毕业设计抽检不合格。
专业技能竞赛指导（3）	省级技能竞赛获二等奖以上。	省级技能竞赛获三等奖以上。	积极参加专业技能竞赛。	未参加专业技能竞赛。
创新创业指导（2）	省级创业大赛获二等奖以上。	省级创业大赛获三等奖。	省级创业大赛获优秀奖。	参与了省级创业大赛。

3.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培 养目标达成情况。建立基于能力目标与质量反馈控制的多主体人才培养质量评价方式（见表 16）。通过分析毕业生就业率、就业结构、就业质量、就业竞争力及可持续发展能力，获得本专业毕业生就业岗位与所学专业对口程度、专业培养的素能结构与行业企业需求吻合度，从而判断本专业毕业生的综合能力、自身价值以及对企业、社会的贡献能力。

表 16 旅游管理专业人才培养质量评价要求

评价类型	评价主体	评价方式	评价内容
培养方评价	专兼职教师及学生	课程考核	对照课程教学目标，评价课程所要求的职业素养、专业知识及岗位技能是否达标
管理方评价	学校	毕业资格审定	对照人才培养方案，评价本专业培养目标所规定的素质、能力和任职资格是否达标
第三方评价	实习及就业单位	企业满意度调查	评价毕业生在工作岗位上所表现出工作能力与企业工作岗位需求匹配度
	专业机构	调研分析报告	由独立第三方对专业培养定位、过程、结果及校友进行调研分析,综合评价专业培养目标达成情况

4.专业教研组织充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。若有教育目标、专业培养的素能结构的改变则须召开专家委员会议，科学调整培养目标，培养内容和培养方式，充分利用评价分析结果有效改进专业教学，加强专业建设，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

1.理想信念坚定，德技并修。

2.本专业毕业生所修课程考核全部合格，至少修满 134.5 个学分（其中包括军训 4 学分，国家安全、劳动教育 2 学分，毕业设计 2 学分，岗位实习 26 学分）。

3.符合学校其他制度规定的毕业要求，并且无纪律处分或已解除。

4.原则上获得以下计算机应用能力证书之一:湖南省计算机应用能力考

试证书/教育部的“全国计算机等级考试（NCRE）—MS OFFICE”一级证书。

5. 原则上取得普通话二级乙等（含二乙）以上证书、英语三级等证书。

6. 技能考核合格，鼓励获得导游职业资格证及旅行策划职业技能等级证书等。

7. 完成毕业设计，通过答辩。

十、附件与说明

（一）编制流程及主要成员

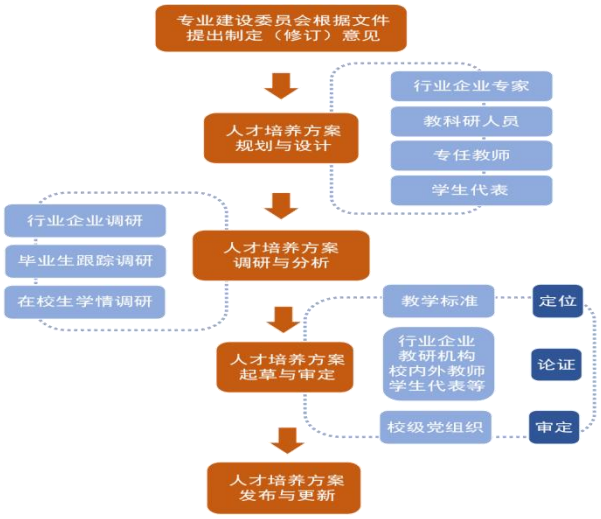


图 5 编制流程

表 17 主要成员

学院领导小组成员	**刘瑞蕾、姚师询**
培养方案制定小组成员	校内教师：李辉、常新利、龚迎均； 企业专家：黄武、彭闯、李勇、张苗； 毕业生代表：王小坤（19 级）邱海虹（18 级）
执笔人	李辉
校对	郑卉、游李承
专业负责人	李辉

（二）学分制

实行学分制。学生可提前或推迟毕业，但学生在校修业年限不得少于 2 年，或超过 6 年。

（三）“1+X”证书制度及职业资格证

实行课证融通制度。鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干职业技能等级证书，我校将根据国家 1+X 职业技能等级证书相关要求适时调整人才培养方案，同时也鼓励学生取得职业资格证书。各

类职业技能等级证书、职业资格证书可计算学分，也可置换相关课程，具体见下表：

表 18 职业技能等级证书转换学分、课程表

序号	职业技能等级证书名称	职业技能等级证书及可转换的学分		职业技能等级证书可置换的专业必修课程	备注
		等级	可计算的学分		
1	旅行策划职业技能等级证书	中级	4	旅游线路设计	由学生在获得证书的学期末或下学期初向学院提出申请，由学院集中审批。

表 19 职业资格证书转换学分、课程表

序号	职业资格证书名称	职业资格证书等级及可转换的学分		职业资格证书可置换的专业必修课程	备注
		等级	可计算的学分		
1	全国导游人员资格证书	初级	4	现场导游	由学生在获得证书的学期末或下学期初向学院提出申请，由学院集中审批。

（四）动态调整机制

本方案根据经济社会发展需要和年度诊改结论，会适时对课程和相关安排进行调整，以确保人才培养质量达到培养目标。

（五）附件

1. 三年制专科旅游管理专业课程设置及描述；
2. 三年制专科旅游管理专业核心课程标准；
3. 专业调研报告
4. 学校党委会审定意见表。

附件 1：三年制专科旅游管理专业课程设置及描述

三年制专科旅游管理专业课程设置及描述

1.公共基础必修课

本专业开设公共基础必修课 16 门，共 38 学分，课程描述如下：

课程名称	课程目标、内容及要求		主要支撑规格
思想道德与法治	课程目标	**1.素质目标：**⑴树立正确的人生观、价值观，坚定理想信念、弘扬中国精神，塑造社会主义核心价值观；⑵养成良好的思想道德素质和法治素养，成为自觉担当民族复兴大任的时代新人。 **2.知识目标：**⑴了解人生观的主要内容，掌握人生价值的评价方法；理解理想信念的内涵与特征，领悟理想信念的重要性；理解以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神；⑵掌握社会主义核心价值观的基本内容和重大意义；认识道德的功能与作用，理解社会主义道德的核心和原则，明确社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德的基本要求；⑶理解我国社会主义法律的本质特征和运行，掌握习近平法治思想的主要内容，明确法治思维的基本内容和培养途径。 **3.能力目标：**⑴能够将道德相关理论内化为正确的道德认知，遵守道德规范，提高道德实践能力；⑵能够自觉遵守法律法规，运用相关法律知识分析公共生活、职业生活、家庭生活等领域现实法律问题。	S1 S2 S4 Z2 N5 N12
	主要内容	1.担当复兴大任成就时代新人；2.领悟人生真谛把握人生方向；3.追求远大理想坚定崇高信念；4.继承优良传统弘扬中国精神；5.明确价值要求践行价值准则；6.遵守道德规范锤炼道德品格；7.学习法治思想提升法治素养。	
	教学要求	**1.师资队伍：**教学中始终坚持马克思主义立场、观点和方法，在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致；牢记习近平总书记对思政课教师提出的“六要”要求，在教学中贯彻落实“八个相统一”。 **2.教学设施：**智慧教室、触摸屏教学一体机 **3.教学资源：**教材使用高等教育出版社出版的《思想道德与法治》（2023 年版），并配套使用超星马克思主义学院思政资源库、中国大学 MOOC 线上慕课、思想政治理论课资讯平台、学习强国 APP 等数字化教学资源。 **4.教学方法：**以启发式教学法、任务驱动教学法、讲授教学法、案例教学法、情境教学法为主，并利用“课堂—校园—社会”三大实践阵地，适时采用理实一体化教学法。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	课程目标	**1.素质目标：**增强学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的自觉性和坚定性，培养具有当代大学生的使命感和社会责任感，具备社会主义现代化事业合格建设者所应有的基本政治素质和相应的能力，以立德树人为己任，积极投身到中华民族伟大复兴伟大实践，成为社会主义现代化建设事业的建设者和接班人。 **2.知识目标：**能够了解新时代中国社会发展的规律，正确认识本国国情，全面掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的科学体系、精神实质、理论品格、重大意义等，深化对新时代坚持和发展什么样的中国特色社会主义，怎样坚持和发展中国特色社会主义的认识。 **3.能力目标：**能够运用习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己的头脑，学会运用所学理论知识提高自身认识、分析和解决现实问题的能力，能运用马克思主义立场、观点、方法指导实践，分析和解决教育教学中的实际问题，真正意义上使这一理论成果内化于心、外化于行。	S1 S2 S4
	主要内容	01.第一讲 马克思主义中国化时代化新的飞跃 02.第二讲 坚持和发展中国特色社会主义的总任务 03.第三讲 坚持党的全面领导 04.第四讲 坚持以人民为中心 05.第五讲 全面深化改革 06.第六讲 以新发展理念引领高质量发展 07.第七讲 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略 08.第八讲 发展全过程人民民主 09.第九讲 全面依法治国 10.第十讲 建设社会主义文化强国 11.第十一讲 加强以民生为重点的社会建设 12.第十二讲 建设社会主义生态文明 13.第十三讲 全面贯彻落实总体国家安全观 14.第十四讲 建设巩固国防和强大人民军队 15.第十五章 坚持“一国两制”和推进祖国统一 16.第十六讲 推动构建人类命运共同体中国特色大国外交 17.第十七讲 全面从严治党	
	教学要求	**1.师资队伍：**新时代要求教师在立德树人中发挥应有作用，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人。坚持不懈学习马克思主义基本理论，把课堂教学和实践教学有机结合起来，持续加强师德师风建设。以学生为本，在实践中提高本领、锻炼能力、服务社会。 **2.教学设施：**校内课堂教学采用“学习通”多媒体教学一体机等环境支持的教室、自动录播教室、合班教室、智慧教室、报告厅等，校外实践教学深入任弼时纪念馆、平江革命起义纪念馆、岳阳市中级人民法院等实践基地。 **3.教学资源：**教材使用马克思主义理论研究和建设工程重点教材《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》，并配套使用学习强国 app、思想政治理论课教学云平台、中国大学 MOOC 线上慕课、超星马克思主义学院思政资源库等数字化教学资源。 **4.教学方法：**以启发式教学法、任务驱动教学法、讲授教学法、案例教学法、情境教学法为主，充分	

		运用现代教育技术辅助教学，使教学更加直观、生动、形象，便于学生学习和理解；加强社会实践活动，丰富教学内容，打造培育学科核心素养的社会大课堂。	
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	**课程目标**	**1.素质目标：**培育政治认同、科学精神；塑造责任担当、胸怀理想、实践创新的教育素养；强化中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信和文化自信，引导学生自觉融入坚持和发展中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。 **2.知识目标：**了解马克思主义的基本概念与内涵，准确把握马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。 **3.能力目标：**具有熟练掌握本课程基本概念、正确表达思想观点的能力，能够运用马克思主义的基本立场、观点、方法及党的路线、方针、政策分析和解决实际问题。	S1 S2 S4
	主要内容	1.马克思主义中国化及其理论成果；2.毛泽东思想；3.中国特色社会主义理论体系的形成发展；4.邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观。	
	教学要求	**1.师资队伍：**教师必须具备较高的职业道德素养、扎实的马克思主义理论基础和较强的教育教学能力。在教学中能按习总书记提出的“六个要”的要求坚持以生为本，把立德树人贯穿到教育教学全过程，不断推进教学改革。 **2.教学设施：**梯形教室、触摸屏教学一体机。 **3.教学资源：**教材使用高等教育出版社《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（2023 年版）》，并配套使用学习通线上课程平台等数字化资源。 **4.教学方法：**充分运用讲授法、案例教学法、比较教学法、任务驱动法与合作探究法，打造培育学科核心素养的大课堂。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
形势与政策	**课程目标**	**1.素质目标：**通过课程教学，引导大学生全面正确分析和认识当前国内外形势，拥护党的路线、方针和政策，统一思想，增强学生投身国家事业的自觉性和责任感。 **2.能力目标：**培养学生全面正确分析形势和理解政策的思辨力和判断力，特别是对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点、疑点问题的辩证思考。 **3.知识目标：**掌握党的路线、方针、政策的基本内容，正确认识国情，了解我国改革开放以来形成的一系列政策和建设中国特色社会主义进程中不断完善的政策体系。	S1 S2 S4
	主要内容	本课程紧密围绕习近平新时代中国特色社会主义思想，依据教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》安排教学，根据形势发展要求和学生特点，重点讲授党的理论创新最新成果和新时代中国特色社会主义的生动实践，及时回应学生关注的热点问题。按照教育部文件要求，课程贯穿大一至大三上学期共 5 个学期，每学期教学内容设置如下：1.中国经济高质量发展扎实推进专题：重点讲授回升向好韧性强、全面长远辩证看、多措并举提质量；2.走好新时代科技自立自强专题：世界科技竞争日趋激烈、我国科技机遇挑战共存、加快科技自立自强步伐；3.全面认识全过程人民民主专题：越走越宽的民主之路、科学有效的制度安排、彰显优势的民主模式、可资借鉴的民主典范；4.筑牢中华民族共同体意识专题：筑牢中华民族共同体意识的战略意义、把握中华民族共同体意识的丰富内涵、筑牢中华民族共同意识的实践途径。	
	教学要求	**1.师资队伍：**师资队伍全面协调发展，拥有一支技术过硬、吃苦耐劳、学识渊博、教学经验丰富的高素质队伍，为学生提供科学的指导和帮助。 **2.教学设施：**教学设施齐全，配备有学术报告厅、多媒体设备、专业录播室等各种硬件、软件教学设施，确保《形势与政策》课程教学顺利有效开展。 **3.教学资源：**教材使用中宣部《时事报告》杂志社编辑出版的《时事报告（大学生版）》，并配套使用人民网、学习强国 app，思想政治理论课教学云平台、学习通线上课程平台、试题库、资料库以及中国知网论文库等数字化教学资源。 **4.教法方法：**授课教师结合《形势与政策》课的内容和要求，运用教学平台开展信息化教学，开展“线上+线下”混合式教学，并及时对日常教学情况进行监测和反馈，运用讲授法、问答法、案例教学、任务驱动、合作探究等多元教学方法。 **5.考核形式：**过程性评价与终结性评价相结合。	
高职语文	**课程目标**	**1.素质目标：**热爱祖国语言文字和文学，热爱中华民族优秀传统文化，热爱生活，具有高尚的道德修养和审美情趣，以传承中华优秀文化为己任。 **2.知识目标：**通过学习优秀文学作品，掌握一定文学基本知识、应用文体写作知识和语言表达知识，夯实从业基础。掌握精读、略读、浏览等阅读方式，阅读优秀文学作品总量一般不少于 400 万字。 **3.能力目标：**具有正确阅读、理解和运用语言文字的能力，能进行日常应用文书写作，学会自我介绍、交谈、劝说等口语交际的方法和技能，能将所学语文知识内化吸收转化为知识储备。	S1 S2 S4 Z3 N1
	主要内容	本课程主要内容包括三大模块（文学作品、口语交际、应用写作），文学作品以中国文学作品为主，外国经典作品为辅，并辅以文学史常识，旨在提升高职学生的人文素养，口语交际和应用写作则注重培养学生的语言文字应用能力。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有深厚的文化底蕴和语言文字功底，有较强的写作能力和口语表达能力，重视语文课程“立德树人”的育人功能，结合教育类专业特点，做好课程思政的系统设计，有机融入劳动精神、劳模精神等育人新要求，重视情感态度与价值观的正确引导；（2）了解学生特点，坚持以学生发展为本，能根据教育类专业学生特点，有针对性地开展教育教学活动，针对学生学习过程中遇到的困	

		难和疑惑，适时地引导启发。 **2.教学设施：**多媒体教室。 **3.教学资源：**（1）教材：高职高专人文素质系列教材《新编高职语文》，何哲群主编；（2）超星泛雅、云班课等平台的课程教学资源库。 **4.教学方法：**以任务驱动教学法、混合式教学法为主，使用云班课或学习通等辅助教学。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
中华优秀传统文化	**课程目标**	**1.素质目标：**深入了解中华民族文化的主要精神，丰富学生的文化知识体系，提升传统文化素养，传承优秀文化，培养爱国情操。不断提高学生文化品位，丰富学生精神世界,使学生形成良好的个性、健全的人格，促进其职业生涯的发展。 **2.知识目标：**对中国传统文化中的哲学、伦理、宗教、教育、语言文字艺术、史学和科学技术以及服装、礼仪的发展历程有初步了解。熟知并传承中国传统文化的基本精神，领会中国传统哲学、文学、艺术、礼仪、科技等方面文化精髓。 **3.能力目标：**能对中华民族数千年的灿烂文化成就有一个宏观的、明确的把握，能关心和思考对中国文化的继承、创新和发展问题以及中华民族的前途和命运问题；正确理解华夏传统文化与其它民族传统文化的关系，能把中国传统文化精神运用于实际社会生活。	S1 S2 S4 S7 S8 Z3 Z4 N2 N10
	主要内容	本课程在教学内容上安排了哲学、文学、艺术、科技、礼仪、节日、中华传统美德等知识，以传递人文精神与科学精神为基本价值取向,拓展学生视野,开阔学生思维,陶冶学生情感,丰富学生人文知识。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有深厚的中国传统文化理论功底,深入了解中华民族文化的主要精神，理解中国传统文化的优秀要素和传统思维方式,能引导学生自觉传承传统文化,增强学生民族自信心和自豪感；（2）能根据现阶段各专业学生对传统文化的了解情况,有针对性开展传统文化的教育教学活动。 **2.教学设施：**多媒体教室 **3.教学资源：**选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材；辅以微课、慕课、SPOC 等教学资源。 **4.教学方法：**任务驱动教学法、案例教学法、体验教学法、经典导读教学法等。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
大学英语	**课程目标**	**2.知识目标：**掌握 2700---3000 的英语词汇；掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识；掌握必要的跨文化知识；了解中国传统文化；促进语言、文化、思政的有机融合。 **3.能力目标：**能听懂发音清晰，语速中等的简短材料；能读懂语言较复杂，话题丰富的阅读材料；能写常用的应用文；能有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务；能够有效完成跨文化沟通任务；能用英语讲述中国故事、传播中国文化；能够运用恰当的英语学习策略，制定学习计划，选择学习资源。	S1 S2 S4 Z1 N1 N2
	主要内容	专题一：职业与个人。围绕大学生活、校园恋情、学习方式、交友择友、健康生活等专题完成语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略的学习。职场情境任务有求职应聘、活动策划、活动组织等。 专题二：职业与社会。围绕时间管理、营销策略、理财投资、职业规划、创业之道等专题完成语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略的学习。职场情境任务有电子邮件处理、参访接待、市场调查等。 专题三：职业与环境。围绕改革创新、互联网+、生态环保、太空探索等专题完成语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略的学习。职场情境任务有危机公关、交易善后等。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有强烈的爱国主义情怀，坚持立德树人，发挥英语课程的育人功能。具备深厚的英语专业知识和良好的语言表达能力，落实核心素养培养贯穿英语课程教学全过程；（2）突出职业特色，加强语言实践能力培养，具有较好的课程教学设计能力、教学组织能力，能较好的驾驭课堂；（3）具备一定的数字素养，运用信息化教学手段，有效的改善教、学、评的方式，积极探索信息化背景下英语教与学方式的转变；（4）尊重生源差异和个体差异，满足学生的不同需求，构建适合学生个性化学习和自主学习的教学模式，促进学生全面与个性发展。 **2.教室设施：**多媒体教室 **3.教学资源：**选用“十四五”职业教育数字化建设规划教材《新潮实用英语综合教程》，商务印书馆出版；教学资源为《大学英语》精品在线开发课程、课程思政资源包等。 **4.教学方法：**采用线上线下混合式教学法，产出导向教学法、任务驱动教学法、情境教学法，合作学习教学法等。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
体育与健康	**课程目标**	**1.素质目标：**学生能了解部分运动项目的规则与裁判法，学习规矩意识、养成坚持参与体育锻炼的良好习惯，形成健康的心理品质、良好的人格特征以及团队合作态度。 **2.知识目标：**学生能够正确认识体质、健康与体育的关系，积极对待个人健康和群体健康的关系，形成健康的生活方式。 **3.能力目标：**学生基本掌握两项及以上运动项目的基本方法和技能，能够科学地进行体育锻炼，掌握常见运动创伤处置方法，发展力量、速度、耐力、灵敏、协调等身体素质，增强体质。	S2 S4 S5 Z6 Z7 N4 N5 N12
	主要内容	1.体育理论知识；2.田径；3.操类运动；4.球类运动；5.民族传统运动；6.健身运动；7.广播体操的组织教法及创编；8.体育游戏的组织及创编；9.队列队形的口令与指挥；10.体质健康测试。	
	教学要求	**1.师资队伍：**专任教师具有精湛的运动技能和运动能力；具有深厚的体育理论知识，能掌握运动训练基本理论和运动医学基本理论；具有扎实的运动实践，有深厚的体育教学能力和体育教学艺术创新能	

		力。 **2.教学设施：**室内体育活动中心、400M 标准环形跑道的田径运动场、足球场、篮球场、羽毛球场等，需有羽毛球架、乒乓球桌等体育器材，教学训练场地基本完善，教学训练器材设备基本充足。 **3.教学资源：**主要选用中南大学出版社出版、白晋湘教授主编体育教育新形态一体化教材《大学体育与健康教程》和李京平主编的创新型素质教育精品教材《高职体育与健康》。线上教学资源选用精品在线课程《小学体育课程与教学》。 **4.教学方法：**⑴专题讲解：采取专题讲座向学生介绍运动损伤预防及处理、体质评价及运动处方、国家学生体质健康标准实施，并针对一些重难点问题进行比较详细的讲解；⑵答疑讨论：针对学生学习过程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论；⑶体验教学：组织学生观看相关教学资料片，让学生提高体育运动兴趣及认识；⑷实践教学：提倡师生之间、学生之间的多边互助活动，提高学生参与积极性，发挥主体创造性。切实加强对学习方法的指导，提高学生自学、自练的能力。 **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	
创新创业基础	**课程目标**	**1.素质目标：**落实立德树人根本任务，积极创造人生，把个人追求和中国梦结合起来，培养具有创新意识、创业能力以及社会责任感的“四有”好老师。 **2.知识目标：**理解创业思维逻辑，掌握创业基础理论知识，树立创业实践的新认知,知晓创业大赛规则，熟悉商业计划书内容及路演流程。 **3.能力目标：**打造创新思维，提升创业能力，通过合作共创，创造性解决学习和工作中的问题，增强创造价值的能力。	S1 S2 S3 S4 S5 N1
	主要内容	模块一 创新提升：创新导论、创新人格培养、创新能力开发、创新思维训练、创新技法运用；模块二 创业培养：创业基础与创业素质、创业者与创业团队、创业机会评估、创业风险控制、创业资源整合、商业模式设计与检验、创业计划制定；模块三 初创管理：新企业创办、新企业管理。	
	教学要求	1.**师资队伍：**热心创新创业教育，关注大学生创新创业培育，赋有创业实践经验，具备基于问题导向的课程教学设计能力、教学组织能力、驾驭课堂能力和较好的语言表达能力，掌握先进的教学方法。 **2.教学设施：**多媒体教室、实训教室 **3.教学资源：**选用新形态手册式教材《创新创业创未来》，黄萧萧主编。采用超星尔雅平台开发课程数字化教学资源库，实现优质资源的共建共享，提升课程教学效果。 **4.教学方法：**采用“线上+线下混合式”教学法。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
信息技术	**课程目标**	**1.素质目标：**具有坚定的理想信念；践行“爱国、敬业、诚信、友善”价值取向；能够适应未来数字社会工作岗位要求的高素质技术技能人才。 **2.知识目标：**掌握信息社会、信息素养、信息安全、信息技术的基础知识；了解新兴信息技术及数字社会发展趋势。 3.**能力目标：**能自觉地综合利用各种信息资源、科学方法和信息技术工具解决问题；主动地寻求恰当的方式捕获、提取和分析信息；能以有效的方法和手段判断信息的可靠性、真实性、准确性和目的性；能采用计算机等智能化工具处理的方式界定问题、抽象特征、建立模型、组织数据。	S1 S2 S3 Z10 N9
	主要内容	本课程主要分为理论基础、实践操作、责任素养三大模块。理论基础模块包括：计算机基础、信息技术基础等内容；实践操作模块包括：信息检索、文档处理、电子表格处理、演示文稿制作等内容；责任素养模块包括：信息素养与社会责任等内容。	
	教学要求	1.**师资队伍：**（1）具备良好的师德师风，符合教师专业标准要求，具有一定的信息技术实践经验和良好的课程教学能力，能够因材施教；（2）具有深厚的信息技术理论知识功底，了解信息技术的发展及新技术，理解计算思维，能引导学生在不同学习环境和过程中获取信息知识；（3）具备一定的数字素养，能够顺应职业教育发展进行教学改革，采用混合式教学方式进行教学。 **2.教学设施：**多媒体教室、机房等。 **3.教学资源：**（1）教材：《信息技术基础（WPS 版）》，航空工业出版社，乔哲、许焕新、刘海龙主编；（2）网络资源：在线开放精品课程资源（学银在线）、开源课程数字资源（湖南职业教育智慧教育平台）；（3）信息化工具：全国计算机等考一级题库、学习通 APP 等。 **4.教学方法：**线上线下混合式教学法、理实一体教学法、项目导向任务驱动等。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
就业指导	**课程目标**	**1.素质目标：**落实立德树人根本任务，树立科学就业观，将个人就业选择和国家需要、社会发展相结合，多渠道提升就业综合能力，培养践行“中国梦”价值观、具备工匠精神、爱岗敬业的职业人。 **2.知识目标：**了解就业信息搜集渠道，熟悉简历内容及格式，学习求职礼仪和面试技巧，知晓就业协议及劳动合同签订要点，明确目标职业岗位要求及工作内容，掌握职业素养的培养方法。 **3.能力目标：**甄别并分析就业信息，设计个性化求职简历，正确运用求职礼仪，有效应对面试，签订就业协议及劳动合同，保护个人劳动权益，体验工作场景及工作流程，顺利向职业人转变。	S1 S2 S3 S4 S5 N1 N3 N12
	主要内容	模块一 就业能力提升：就业信息分析、个性简历制作、求职礼仪与面试技巧、模拟面试、劳动权益保护、工作场景体验；模块二 职业素养培养：职业角色转换、职场心态调节、人际交往与沟通、团队合作与管理。	
	教学要求	1.**师资队伍：**热心就业指导教育，关注大学生就业问题，赋有就业指导实践经验，具备基于问题导向的课程教学设计能力、教学组织能力、驾驭课堂能力和较好的语言表达能力，掌握先进的教学方法。	

		2.教学设施：多媒体教室、实训教室 **3.教学资源：**选用契合职业教育改革要求的新形态手册式教材《大学生职业发展与就业指导》（普通十三五规划），李新东主编。采用超星尔雅平台开发课程数字化教学资源。 **4.教学方法：**线上线下混合式教学法、任务驱动教学法。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
职业规划	**课程目标**	**1.素质目标：**落实立德树人根本任务，确立职业规划意识，树立成长成才目标，营造主动规划学业及职业的积极心态，培养自我探索意识，勇于面对真实自我，培养践行“中国梦”价值观、具备工匠精神、爱岗敬业的职业人。 **2.知识目标：**认识职业发展特性，了解行业情况、政策法规及劳动力市场信息，理解职业规划作用，明确人才培养方案要求，认同专业价值，学习自我认知方法，熟悉生涯人物访谈流程，知晓职业决策的内容。 **3.能力目标：**分析行业形势和就业市场情况，思考个人学业规划及职业规划，客观认识自我，访谈行业在职人士，和优秀校友交流职业困惑，制定科学合理的职业决策，参加职业规划大赛。	S1 S2 S3 S4 S5 N1 N3 N12
	主要内容	模块一 探索职业世界：树立科学规划观、分析行业形势、认识专业价值；模块二 自我认知与决策：职业兴趣与性格、职业技能与价值观、生涯人物访谈、制定职业决策；模块三 职业实践训练：优秀校友交流、职业规划大赛。	
	教学要求	**1.师资队伍：**热心职业规划教育，关注大学生职业成长与人生发展，赋有职业规划实践经验，具备基于问题导向的课程教学设计能力、教学组织能力、驾驭课堂能力和较好的语言表达能力，掌握先进的教学方法。 **2.教学设施：**多媒体教室、实训教室 **3.教学资源：**选用新形态手册式教材《大学生职业发展与就业指导》，李新东主编。辅以超星尔雅平台开发课程数字化教学资源库。 **4.教学方法：**线上线下混合式教学法，任务驱动法、情境演练法等 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
大学生心理健康教育	**课程目标**	**1.素质目标：**以积极乐观的生活态度、顽强的意志品质、正确的核心价值观、良好的心理素养面对大学生活，实现全面发展；善待生命，加强对生命的认识，增强抗挫能力，发掘生命潜能。 **2.知识目标：**了解一些心理学基本理论知识和大学生心理健康基本知识，了解大学生心理健康调适的方法。 **3.能力目标：**客观认知自我，能运用所学心理学知识解决遇到的心理方面的难题，进行基本的自我调适，进一步增强自信心和耐挫性，锤炼坚韧的意志品质。	S1 S2 S4 S5 N12
	主要内容	本课程教学内容包括四大模块： 1、自我认识：大学生自我意识、价值观教育、人格培养等 2、情绪体验与管理：情绪认识与体验、压力与挫折应对等 3、社会环境适应：人际交往沟通技巧、大学生恋爱与性心理等 4、心理问题应对：常见精神障碍的防治、生命教育与心理危机应对等专题。 主要介绍当代大学生普遍关注的思想道德、自我意识、人格、情绪、学习、创造、人际交往、恋爱、挫折、择业求职与心理健康的关系以及大学生心理素质健康发展的规律和对策，并进行了有益的探讨。指导大学生学会学习、生存、适应、合作，有助于大学生学会承受挫折和面对压力，在人生道路上找到自己的适切位置，不断提高生命质量。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有学科背景和深厚的教育情怀、爱国情怀，树立基于心理学科核心素养的教学理念，以学生为主体，以职业为导向，培养学生的专业知识和坚定的理想信念；（2）能根据大学生的心理实际，合理且有针对性地确定教学目标、设计教学环节、开展课堂讨论等教学活动。 **2.教学设施：**多媒体教室、心理健康工作室 **3.教学资源：**本课程选用的是湖南省教育厅组织编写的《大学生心理健康教育教程》，由胡凯主编，湖南人民出版社出版。 **4.教学方法：**主要采用任务驱动、案例教学，课堂教学与专业发展相融合。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
军事理论	**课程目标**	**1.素质目标：**热爱国防事业，树立正确的国防观，树立科学的战争观和方法。 **2.知识目标：**掌握基本的军事基础知识，认识国防的重要性，了解国防发展的趋势。 **3.能力目标：**掌握习近平强军思想的科学内涵，弘扬爱国主义精神，传承红色基因。	S1 S2 S4 S5 Z7 N4 N5 N12
	主要内容	本课程内容分五大模块：1.中国国防：包括国防概述、国防法规、国防建设、我国武装力量建设、国防动员；2.国家安全：包括国家安全概述、国家安全形势、国际战略形式；3.军事思想：包括军事思想概述、外国军事思想、中国古代军事思想、当代中国军事思想；4.现代战争：包括战争概述、新军事革命、机械化战争、信息化战争；5.信息化装备：包括信息化装备概述、信息化作战平台、综合电子信息系统、信息化杀伤武器。	
	教学要求	**1.教师队伍：**（1）具有深厚的军事理论功底，掌握中国军事思想的主要精神，能引导学生自觉的关注国防事业，增强学生责任感和使命感；（2）能根据现阶段各专业学生对军事思想的了解情况，有针对性地开展军事理论教育教学活动。 **2.教学设施：**多媒体教室	

		3.教学资源：选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材和学习通平台的课程教学资源库。 **4.教学方法**：任务驱动法、案例教学法、线上线下混合式教学法。 **5.考核形式**：过程性评价和终结性评价相结合。	
国家安全教育	**课程目标**	**1.素质目标**：树立国家安全底线思维，具备较高的国家安全素质。 **2.知识目标**：（1）系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质；（2）理解中国特色国家安全体系；（3）牢固树立国家利益至上的观念。 **3.能力目标**：（1）强化责任担当，能将国家安全意识转化为自觉行动；（2）能自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力。	S1 S2 S4 Z2 Z3 N4 N5 N12
	主要内容	主要包括：政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全。	
	教学要求	**1.师资队伍**：主要聘请安保专家、具有深厚的理论功底的教师等，以讲座、安全演练等形式，引导学生重视国家安全，增强学生责任感和使命感。能根据现阶段各专业学生特点，有针对性地开展国家安全教育教学活动。 **2.教学设施**：多媒体教室 **3.教学资源**：（1）教材：本课程选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材（2）超星泛雅、云班课等平台的课程教学资源库。 **4.教学方法**：任务驱动教学法、案例教学教学法、情景演练理实一体教学法。 **5.考核形式**：过程性评价和终结性评价相结合。	
劳动教育	**课程目标**	**1.素质目标**：（1）拥有不断探索、精益求精、追求卓越的工匠精神和认真负责、爱岗敬业的劳动态度；（2）树立正确的劳动观念，认可劳动创造美好生活，热爱劳动，尊重普通劳动者，形成良好的劳动习惯和品质，传承勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神；（3）遵守社会公德，厚植爱国爱民的情怀，传承发扬劳模精神。 **2.知识目标**：（1）拥有社会主义建设者和接班人的劳动精神面貌、符合劳动价值取向和劳动技能水平的培养要求，掌握满足专业工作发展需要的劳动知识；（2）理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念。 **3.能力目标**：（1）具备满足专业发展需要的必备劳动能力，体认劳动不分贵贱；（2）能够具备职业劳动技能，在职业劳动中践行劳动精神。	S1 S2 S3 S4 S5 N5
	主要内容	本课程主要分为八大模块：1、劳动价值观；2、劳动精神；2、劳模精神；4、工匠精神；5、劳动技能；6、社会实践与志愿服务；7、劳动安全与风险防范；8、劳动争议和劳动保障； 前四个模块主要为精神的学习与传承，后四个模块为综合劳动素养的培养。	
	教学要求	**1.师资队伍**：（1）具有丰富的劳动教育领域的专业知识，了解劳动精神内涵，能够帮助学生学习和传承劳动精神；（2）能够根据各专业学生的就业形势，指导学生如何践行劳动精神，有针对性地开展教学活动；（3）教师有理想信念，有奉献精神，能够践行劳动精神，知行合一。 **2.教学设施**：多媒体教室、劳动实践场地 **3.教学资源**：（1）教材：本课程选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材；（2）数字多媒体资源：学习通教学资源库、央视网、抖音等内容平台；（3）教育教学网络平台：超星直播客户端、超星学习通。 **4.教学方法**：采用线上线下混合式教学法，任务驱动教学法、实践教学法等。 **5.考核形式**：过程性评价和终结性评价相结合。	

2.公共基础限选课

本专业开设公共基础限选课 5 门，共 5.5 学分。课程描述如下：

课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑规格**
中国共产党史	**课程目标**	**1.素质目标**：让学生从党的非凡历程中感悟马克思主义的真理力量，争做马克思主义的忠诚信奉者、坚定实践者；激发学生爱党爱国爱社会主义的巨大热情，形成听党话、跟党走的思想和行动自觉，更好地担负起传播知识、传播思想、传播真理，塑造灵魂、塑造生命、塑造新人的时代重任； **2.知识目标**：使学生了解我们党成立以来的重大事件、重要会议、重要文件、重要人物，明确党的历史发展主题和主线、主流和本质，深刻理解中国共产党为什么“能”、马克思主义为什么“行”、中国特色社会主义为什么“好”； **3.能力目标**：让学生能够学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行，将所学成果转化为改造主观世界和客观世界的行动能力；具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。	S1 S2 S4 N5 N12
	主要内容	1.开天辟地：新民主主义革命时期中国共产党领导的救国大业；2.改天换地：社会主义革命和建设时期中国共产党领导的兴国大业；3.翻天覆地：改革开放和社会主义现代化建设新时期中国共产党领导的富国大业；4.惊天动地：中国特色社会主义新时代中国共产党领导的强国大业；5.顶天立地：寻访红色足迹，传承思想火炬。	

	教学要求	1.**师资队伍：**具备坚定的、正确的马克思主义立场和信仰，有较高的职业道德素养、扎实的党史知识理论和较强的教育教学能力。在教学中能按习近平总书记提出的“六个要”的要求严格要求自己，坚持以生为本，坚守立德树人，赓续红色血脉； 2.**教学设施：**使用超星学习通线上教学； 3.**教学资源：**超星学习通平台党史学习资源和党史学习教育网的网络资源； 4.**教学方法：**运用任务驱动法和合作探究法进行线上、线下教学。 5.**考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
高等数学	**课程目标**	1.**素质目标：**培养学生有理想、有抱负，热爱祖国；诚实守信、尊重生命、热爱劳动，具有社会责任感和社会参与意识；崇尚科学思维，有较强的毅力，不怕困难；具有信息素养、工匠精神、创新思维；有较强的集体意识和团队合作精神。 2.**知识目标：**了解数学文化；理解数学的基本概念和性质，掌握数学的运算法则，能够熟练计算和运用；掌握利用数学知识解决实际问题的一般方法步骤。 3.**能力目标：**抽象概括、推理论证、运算求解等基本能力；利用数学知识提出、分析和解决问题的能力；数据分析处理的能力；数学表达和交流的能力；发展数学应用意识和创新意识。	S1 S2 Z9 N6 N7 N9
	主要内容	本课程主要包括基础篇、拓展篇、实践篇三篇内容，共六章。基础篇包括函数、极限、连续、一元函数微分学和一元函数积分学，共四章。拓展篇包括微分方程和线性代数，共二章。实践篇包括 MATLAB 数学实验，共一章。	
	教学要求	1.**师资队伍：**（1）具有扎实的数学专业知识，了解数学思想方法和数学史等内容，帮助学生理解数学的基本概念、基本思想方法，提高学生分析、解决问题的能力；（2）能根据各专业学生的数学基础，以“应用”为目的，夯实学生基础，有针对性地开展教育教学活动；（3）具备一定的信息技术能力，运用多种教学方法和教学手段，有效的改善教与学的方式。 2.**教学设施：**多媒体教室 3.**教学资源：**选用“十三五”职业教育国家规划教材《应用高等数学》，由航空工业出版社出版，胡桐春主编。 4.**教学方法：**线上线下混合式教学法、任务驱动法、示范演练法。 5.**考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
大学美育	**课程目标**	1.**素质目标：**树立正确的审美观；追求审美情趣；提高学生的审美鉴赏能力；促进学生的人文素质全面发展；传承传统文化，提升爱国主义精神；尊重民族艺术，理解多元文化；追求职业美的理想和情操。 2.**知识目标：**理解美的基本概念；区分别美与丑；分析中国传统文化；掌握中华民族美育精神；读懂多种艺术形式及其艺术经典；统一职业技能要求与审美需求。 3.**能力目标**能表达正确的审美观；能对美具备一定的观察能力、感受能力和认知能力；能站在审美的角度表达自己对中国传统文化的理解；能独立完成对艺术经典作品的鉴赏；在独立进行美的创造；能为职业产品创造具有文化和审美附加值。	S1 S2 S8 Z4 N1
	主要内容	本课程主要分为两大模块：1.传承文化经典模块，主要内容为节气美、礼态美、汉服美、茶器美；2.艺术经典教育模块，主要内容为余音袅袅、妙笔丹青、东方舞韵、光影艺术。深度植入以美培元的元素，积极创新以美育人的载体，全面强化以美化人的导向，以传统文化与艺术经典美育实践构建“大思政”育人格局。	
	教学要求	1.**师资队伍：**美育专任教师两名，具有高校教师资格证，具有扎实的专业相关理论知识储备和实践能力；具有较强的信息化教学能力；有理想信念、道德情操，有扎实学识、仁爱之心，并德技双休、知行合一。具有正确的审美观和良好的美学素养，较为深厚的美育文化理论功底，较高的感受、理解、鉴赏能力。能根据现阶段各专业学生对美育基础学情从而有针对性地开展大学美育的教育教学活动。 2.**教学设施：**多媒体教室 3.**教学资源：**选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材；辅以超星泛雅、云班课等平台的课程教学资源库和慕课《大学美育》国家精品课程。 4.**教学方法：**线上线下混合式教学法、主题演练教学法、案例教学法等。 5.**考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
健康教育	**课程目标**	1.**素质目标：**学生通过学习，树立健康意识，促进身心健康和全面发展:提高健康素养和健全的人格品质，增强维护全民健康的社会责任感。 2.**知识目标：**了解现代健康的概念、现代健康意识和健康的生活方式。懂得先天性疾病与遗传性疾病的预防原则与方法，了解性与生殖健康的知识和技能，掌握预防性传播疾病的原则与方法等。掌握如何防控传染病和慢性非传染性疾病。 3.**能力目标：**能以科学的态度和方法来认识和处理健康问题，增强防病意识，提高防控传染病和慢性非传染性疾病的能力，提高自身健康管理的能力。学会自我保健，自我调适，促进自我身心健康的发展。	S1 S2 S4 S5 S7 Z2 Z6 N12
	主要内容	健康教育概论；预防新冠肺炎特辑；心理卫生与咨询；先天性疾病发生的原因和先天性疾病的预防；性传播疾病；生殖与健康；食品安全与健康；生活方式与健康；常见病症；常见传染病症。	
	教学要求	1.**师资队伍：**（1）具有学科背景和深厚的教育情怀、爱国情怀，树立基于学科核心素养的教学理念，以学生为主体，以职业为导向，培养学生的专业知识和坚定的理想信念；（2）能根据大学生的学情	

		实际，合理且有针对性地确定教学目标、设计教学环节、开展课堂讨论、比赛等教学活动。 **2.教学设施：**多媒体教室 **3.教学资源：**（1）教材：本课程选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材；（2）超星泛雅、云班课等平台的课程教学资源库。 **4.教学方法：**任务驱动教学法、案例教学法、情景演练理实一体教学法。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
职业素养	**课程目标**	**1.素质目标：**通过职业素养习得与养成，培养学生成为有理想、守规矩、讲诚信、爱劳动、善团结、具匠心、思进取的新时代高素质劳动和技术技能人才。 **2.知识目标：**系统掌握职业目标、职业行为、职业品格、职业情怀、职业潜能、职业精神、职业梦想等 7 个方面 28 个有代表性的素养点的核心内容，深刻理解职业素养习得与养成对于实现自我完善和发展、成就职业生涯的重要意义。 **3.能力目标：**能够在学习、生活和实践中自觉培育和践行职业素养。	S1 S2 S3 S4 S5 S7 Z4 N1 N4 N5
	主要内容	本课程遵循职业教育规律、技术技能人才成长规律和学生身心发展规律，按照新时代职业教育学生职业素养培养总体要求内容，秉承立德树人、文化育人理念，结合“箴言警句、素养感知、知识学习、现实考量、引申讨论、认知强化、实践活动”等环节，引导学生学习理想信念、规矩意识、诚信品质、劳动品德、团队精神、工匠精神、进取意识等内容，帮助学生坚定职业理想、规范职业行为和养成良好品德。	
	教学要求	**1.师资队伍：**关注大学生职业成长与人生发展，具有基于问题导向的课程教学设计能力、教学组织能力，掌握先进的教学方法，具备驾驭课堂的能力和较好的语言表达能力。 **2.教学设施：**多媒体教室 **3.教学资源：**选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材，辅以微课、慕课、SPOC 等教学资源。 **4.教学方法：**线上线下混合式教学法、主题演练教学法、案例教学法等。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	

3.专业基础课

本专业开设专业基础课 8 门，共计 18 学分。课程描述如下：

课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑规格**
旅游概论	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具有专业认同感和行业自信心；（2）具有旅游从业人员所需的职业素养、行业价值观念和认知；（3）树立安全意识、环保意识和可持续发展观；（4）树立人文素养意识。 **2.知识目标：**（1）说出自己对旅游定义的认识；判断旅游活动的类型：（2）描述旅游活动发展的历程，列举旅游产业发展理论前沿、国际动态；并预测旅游未来发展趋势：（3）描述不同类型旅游者的需求特点；（4）阐释旅游资源内涵，辨别旅游资源的类型；（5）评价旅游资源的价值，分析旅游资源破坏的原因；（6）说出旅游业在旅游发展过程中作用，旅游业基本要素及各要素之间关系；（7）区分旅游产品与旅游商品；（8）根据旅游者流动规律，预测旅游客流趋势；（9）阐明旅游对经济、社会文化及环境的积极作用及消极影响；（10）识别不同旅游组织标识。 **3.能力目标：**（1）能针对各种现象举一反三例证旅游内涵；（2）能够结合旅游者的需求分析，调查并开发游客市场；（3）能够介绍家乡资源，并能灵活运用旅游资源开发与保护的知识对资源进行开发；（4）能够针对旅游资源的受破坏情况制定可行的保护措施；（5）灵活运用旅游业的三大支柱提供旅游活动；（6）能够自己申报设立一家旅行社；（7）能够根据旅游产品的生命周期开展不同的旅游营销活动；能设计有特色的旅游产品；（8）能够针对旅游客流规律，挖掘潜在旅游市场；（9）能够针对旅游消极的影响制定可行性的对策；（10）灵活运用旅游学的基础知识分析当地旅游业的发展状况，制定可持续发展对策。	S1 S2 S3 S4 S7 Z1 N1 N2
	主要内容	（1）走进旅游（旅游现象辨识；旅游活动的发展历程分析）；（2）认识现代旅游活动的三要素（旅游者；旅游资源；旅游业）；(3)现代旅游关联问题（旅游产品开发与组合；旅游市场分析；旅游活动的影响分析；旅游业的宏观管理；旅游业的可持续发展）。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有正确的三观和一定的文化品位与格调;（2）热爱旅游专业，熟练掌握旅游专业基础知识与管理学知识；（3）具备较强的活动设计能力、教学管理能力和科研能力。 **2.教学设施：**教学主要在配有网络、装有 Office2010 以上版本的智慧型教室完成。 **3.教学资源：**建议选用教材：《旅游学概论》（第三版），刘琼英、刘娜主编，广西师范大学出版社出版。网络资源：职教云、慕课、学习通、知网、携程、途牛、驴妈妈等资源。 **4.教学方法：**采用案例教学法、任务驱动法、多媒体教学法、答疑讨论法相结合。（1）案例教学法：通过讲授和分析旅游中的各种“鲜活”实例，将理论知识的抽象性、逻辑性、概况性变得看得见、摸得着、好理解的事件，从而提高学生兴趣的教学方法；（2）任务驱动法：创设任务情境，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合、将旅游学相关理论知识融于任务完成的过程中，从而激发学生学习的兴趣和主动性；（3）多媒体教学法：利用课件、视频及图片等多媒体资源，营造学习环境，加强学习的实境感，生动地呈现旅游业的发展，直观展示景点的实况等；（4）答疑讨论：针对学生学习过程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论，加深对课程内容的理解。	

		5.考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。	
管理学基础	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具备胜任管理工作的良好的业务素质和身心素质；（2）具备勇于管理、敢于担当的责任意识；（3）具备爱岗敬业的精神和强烈的法律意识。 **2.知识目标：**（1）说出管理的涵义；（2）阐述管理学所涉及的核心概念和理论：（3）概括管理活动的产生、管理思想的演进及其主要理论流派；（4）使用管理六大职能即计划、组织、领导、沟通、激励、控制职能； **3.能力目标：**（1）能对现实组织发展中的管理问题进行正确的分析判断,制定基本的企业计划书；（2）能运用定性决策和定量决策法进行科学决策；（3）能对真实组织进行合理的结构设计和职权配置；（4）具备运用各种激励手段和沟通技巧，恰当处理领导工作中遇到的一般问题、激励员工的能力。	S1 S2 S3 S4 S6 S7 Z2 N1 N5 N12
	主要内容	(1)管理基础；（2）管理理论；（3）计划能力；（4）组织能力；（5）领导能力；（6）控制能力；（7）决策能力；（8）激励能力与沟通能力；（9）管理趋势。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有正确的三观和一定的文化品位与格调;（2）热爱旅游专业，熟练掌握管理学知识与旅游专业基础知识；（3）具备较强的教学管理能力和科研能力。 **2.教学设施：**理实一体化教室，拥有多媒体教学设备，方便理论学习。 **3.教学资源：**建议选用教材:：《管理学》张建贵、周万中主编，江苏大学出版社。网络资源：职教云、慕课、学习通、知网等资源。 **4.教学方法：**采用案例教学法、任务驱动法、多媒体教学法、答疑讨论法相结合。（1）案例教学法：通过讲授和分析管理中的各种“鲜活”实例，将理论知识的抽象性、逻辑性、概况性变得看得见、摸得着、好理解的事件，从而提高学生兴趣的教学方法；（2）任务驱动法：创设任务情境，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合、将管理学相关理论知识融于任务完成的过程中，从而激发学生学习的兴趣和主动性；（3）多媒体教学法：利用课件、视频及图片等多媒体资源，营造学习环境，加强学习的实境感，生动地呈现管理思想的演进等；（4）答疑讨论：针对学生学习过程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论，加深对课程内容的理解。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
旅游英语	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）形成学生语言表达和语言服务意识；（2）树立学生爱国主义精神，及用英语向海外游客弘扬并传播中国文化的自信心；（3）养成学生敬业奉献精神；（4）形成团队精神和协作意识。 **2.知识目标：**（1）描述旅游英语口语的语言特点和运用技巧；（2）识记旅游英语口语中常用的专业英语词汇、固定搭配和句型；（3）使用旅游英语口语中各场景的情景对话。 **3.能力目标：**（1）有旅游英语语言表达能力和听说技巧；（2）能够完成全程英语旅游接待服务；（3）能够进行旅游活动中各场景的基本口语对话交流；（4）灵活运用英语对旅游景点进行基本的导游讲解。	S1 S2 S4 S7 Z1 Z2 N1 N2
	主要内容	（1）旅行社接待、行前准备；（2）酒店入住、酒店服务、酒店投诉，离店结账；（3）餐饮预定、餐厅投诉；（4）自然景点讲解、人文景点讲解、中国传统文化元素讲解；（5）购物、游客欢送词。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）教师须具有双师资格：持有英语导游资格证、教师资格证；（2）熟练掌握英语和旅游专业基础知识，有较好的英语语言表达能力；（3）具有良好的课程教学设计能力、教学组织能力，掌握先进的教学方法和教学手段。 **2.教学设施：**多媒体教室，有条件可安排在导游模拟实训室进行。 **3.教学资源：**本课程建议使用教材：郑州大学出版社出版《旅游英语口语》，翟莲、杨鹏主编。网络资源：职教云、慕课、学习通、知网等资源。 **4.教学方法：**采用案例教学法、任务驱动法、情景教学法、多媒体教学法等。（1）案例教学法：通过阅读、讲授和分析旅游活动中的实际案例，让学生运用所学的旅游英语知识解决问题；（2）任务驱动法：创设英语任务情境，以学生为中心，将旅游活动各环节设置为任务，让学生通过合作探究完成任务；（3）情景教学法：模拟外国人的语言和旅游习惯，根据情景，编排对话，进行角色表演；（4）多媒体教学法：利用课件及视频、图片等多媒体资源，营造英语导游工作环境，加强学习的实境感。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
旅游职业礼仪	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）树立礼貌服务意识，养成良好的旅游职业礼仪习惯；（2）养成一丝不苟的严谨工作作风；（3）养成与人相处、与人沟通的综合素质和团结合作意识；（4）重视个人修养。 **2.知识目标：**（1）说出个人社交礼仪的基础知识、相关理论知识；（2）说出旅游职业礼仪基础知识、相关理论知识，（3）阐明旅游职业礼仪在旅游行业中的重要性；（4）使用不同职业场合中旅游服务礼仪规范。 **3.能力目标：**（1）表现旅游服务中个人良好的仪容、仪表、仪态；（2）完成规范使用交谈礼仪从事旅游接待活动；（3）灵活运用景区接待服务、导游服务等旅游岗位服务礼仪；（4）灵活运用组织策划简单的仪式活动。	S1 S2 S3 S4 S7 Z4 N10
	主要内容	（1）礼仪基本内容和概念、现代礼仪的特征原则和功能；（2）仪容礼仪、仪表服饰礼仪、仪态礼仪、社交礼仪；（3）旅游岗位服务礼仪、专题活动接待礼仪。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）教师须具有双师资格，持有高级礼仪资格证和教师资格证；（2）外在形象好，较强的亲和力和感染力、良好的语言表达能力、沟通能力，思维敏捷；（3）有礼仪方面的教学能力，有相关培训授课经验，有责任心。 **2.教学设施：**教学主要在多媒体教室完成教学，实训部分在形体实训室完成。 **3.教学资源：**建议选用教材:《旅游礼仪》（第三版） 金丽娟 广西师范大学出版社。网络资源：学习通、	

		职教云、慕课等资源。 **4.教学方法：**采用案例分析法、任务驱动法、情景模拟、分组讨论等教学法。（1）任务驱动：采取任务驱动的方式，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合、经验传授与礼仪实践相结合的教学方法；（2）案例分析：以案例为主线、教师为引导、学生为主体，在案例完成的过程中，有效提升学生的解决问题能力和自主协作能力；（3）分组讨论：分组讨论培养学生独立学习习惯，开动脑筋，努力提高学生的自学能力和创新精神，分析原因，找到解决问题的方法和技巧；（4）情景模拟：重视学生之间的团结合作，培养共同解决问题的团队精神。教师对学生掌握技能的指导，要手把手的教，多作示范。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
旅游政策与法规	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）养成在未来的旅游职业活动中严谨、守法的工作态度和良好的法律意识；（2）遵守在导游讲解等职业活动中的政治立场，自觉维护党和国家的政策法规。 **2.知识目标：**（1）说出党和国家的各项政策；（2）说出民族政策、环境保护政策、宗教政策和发展旅游的有关政策;（3）应用旅游政策法规的基本理论、基本规范；（4）应用合同法律制度的相关知识；（5）应用消费者权益保护法律知识的相关知识。 **3.能力目标：**（1）灵活运用旅游法律法规解决实际带团过程中出现的问题：（2）灵活运用所学知识签订旅游合同；（3）提高依法办事、自主创业的能力；（4）处理旅游者投诉的能力；（5）具有政治识别和法律认知能力。	
	主要内容	（1）中国特色社会主义伟大胜利、全面推进法治中国建设、旅游方针政策；（2）宪法基本知识、旅游法基础知识、合同法律制度、旅游者与消费者法律制度、侵权责任法律制度，旅行社法律制度、导游管理法律制度；（3）旅游安全和保险法律制度、旅游出入境与交通法律制度、食品安全、娱乐、住宿相关法律制度、旅游资源管理法律制度。	S1 S2 S4 S7
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）掌握先进的教学方法和具备驾驭课堂的能力；（2）具有基于行动导向的教学设计能力；（3）具有良好的职业道德、遵纪守法意识和责任心。 **2.教学设施：**教学安排在多媒体教室完成。 **3.教学资源**：建议选用教材:《政策与法律法规》 全国导游人员资格考试教材编写组 第八版 旅游教育出版社。网络资源：学习通、职教云等资源。 **4.教学方法：**采用案例分析法、讲授法、情景模拟、项目驱动等教学法。（1）讲授法：教师通过口头语言描绘情境、叙述事实、解释概念等，向学生系统地传授知识的教学方法；（2）案例分析：大力采用案例教学的方法，使学生更贴近实际；（3）情景模拟：开展旅游法律知识竞赛，模拟法庭等一系列活动，提高教学实效；（4）项目驱动：适度采用项目驱动教学法，密切课程教学与职业能力之间的关系，提高学生学习积极性。 **5.考核形式**：过程性评价和终结性评价相结合。	Z2 N5 N12
旅游消费者行为	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具备健康发展的自主意识和良好的心理素质；（2）具备良好的职业心态和乐观的生活态度；（3）具备集体意识和团队协作精神；（4）建立和谐的人际关系。 **2.知识目标：**（1）说出旅游消费者、旅游消费者行为等相关概念；（2）分析旅游消费者出游规模、出游动机和出游行为的演进过程；（3）说出旅游消费者旅游动机的内涵，并分析归纳影响旅游消费者行为的因素；（4）归纳旅游消费者个体行为规律和群体行为规律；（5）分析旅游消费者游前行为、游中行为和游后行为的表现。 **3.能力目标：**（1）能根据旅游者不同的旅游动机解决旅游过程中的实际问题；（2）能根据旅游消费者行为影响因素，分析不同旅游消费者行为偏好或特征，并向其推荐合适的旅游产品；（3）能根据旅游消费者个体行为规律和群体行为规律，为旅游者更好的提供服务和推荐合适产品；（4）能根据旅游者游前、游中和游后行为规律，提供相关旅游服务，解决旅游过程中的实际问题。	S1
	主要内容	（1）旅游消费者行为概述；（2）旅游消费者行为演进；（3)旅游消费者行为动因；(4)旅游消费者行为影响因素；(5)旅游消费者个体行为；(6)旅游消费者群体行为；(7)旅游消费者游前行为；(8)旅游消费者游中行为；(9)旅游消费者游后行为。	S2 S4 S8
	教学要求	**1.师资队伍:**（1）具有管理类或行为学专业背景；（2）具有扎实的专业知识和消费者行为学知识，具备良好的专业能力和职业素养；（3）掌握多样的教学方法，善于调动课堂气氛，并具有勇于开拓、积极创新的师德风范。 **2.教学设施**:教学主要在多媒体教室完成，学生可以小组组合形式安排座位，方便讨论。 **3.教学资源**:建议选用教材:《旅游消费者行为》，杨懿、胥兴安主编，高等教育出版社，2021 年 7 月版；网络资源：学习通、职教云、慕课等资源。 **4.教学方法**:采用案例教学法、合作学习法、多媒体教学法、答疑讨论等教学法。（1）案例教学法：通过讲授和分析旅游消费者行为中的各种案例，引导学生结合理论知识进行分析讨论，再由老师总结归纳，有效提升学生的解决问题能力；（2）合作学习法：通过小组合作学习，共同探究旅游消费者行为的某一问题，强化知识应用意识，从而培养学生的合作意识、探究意识和发现问题、分析问题、解决问题的能力；（3）多媒体教学法：利用课件及视频、图片等多媒体资源，营造学习环境，加强学习的实境感；（4）答疑讨论法：针对学生在课程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论，加深对理论知识的掌握。 **5.考核形式**:过程性评价和终结性评价相结合。	Z5 N6 N8
全国导游	**课程目标**	**1.素质目标:**（1）树立学生对旅游事业的热爱和爱国热情；（2）养成学生具有良好的旅游意识和服务意识；（3）具有高尚的审美情趣；（4）具有良好的导游职业道德；（5）养成吃苦耐劳的意志品质。	S1 S2

基础知识		**2.知识目标**:（1）说出旅游和旅游业的发展，列举旅游业的特征和发展趋势；（2）说出与旅游相关的中国历史文化小常识;概括中国共产党历史；说出中国民族的组成分布、汉族的传统节日等基本情况;列举主要少数民族的民居、服饰、饮食、节庆、禁忌等民风民俗；（3）概括四大宗教的起源、发展简况、基本教义;说出四大宗教尊奉的主要对象、宗教经典、宗教建筑、宗教著名景观等基本知识;（4）说出中国主要的自然景观和人文景观的构成、分布及其特点;概括中国古代建筑的发展历程;说出古建筑的主要构成部分、等级、分类、主要特点、著名古建筑代表;（5）概括中国古典园林的发展历史，识别古园林的分类、组成要素、构景手段、著名代表园林;描述天人合一，人与自然融合的造园理念;（6）说出中国烹饪的发展简况，列举中国烹饪的主要流派以及各主要风味流派的特点、代表作品;说出中国最具特色的名茶、名酒、文房四宝、著名工艺品等风物特产基本常识；（7）背诵中国部分旅游诗词、楹联、游记；（8）概括主要客源国家地区等主要内容。 **3.能力目标：**（1）能够搜集并撰写中国历史文化和民族民俗相关的导游词;（2）能够识别宗教建筑基本布局，辨别其供奉的主要对象的名称和位置;（3）能够辨别古建筑的等级、种类、主要部分的构成、特点;（4）能够赏析旅游园林的组成要素、构景手段;（5）能够调查、搜集并编写美食文化、风物特产和旅游资源等相关的导游词;（6）能够分析、鉴赏、介绍旅游风景名胜的诗词、楹联、游记；（7）灵活运用所学导游基础知识对旅游景点或旅游文化元素进行导游讲解；（8）能充分理解旅游产品的文化内涵，针对不同旅游消费群体，进行旅游产品设计、宣传和营销推广。	S3 S4 S7 Z3 N1 N2
	主要内容	(1)中国旅游业发展概况、中国历史文化；(2)中国旅游景观；(3)中国民族民俗、中国宗教知识；(4)中国古代建筑、中国古典园林；(5)中国饮食文化、中国工艺美术；(6)中国旅游诗词、楹联、游记赏析、中国工艺美术、中国主要客源国概况。	
	教学要求	**1.师资队伍**:（1）教师须持有教师资格证和导游资格证；（2）熟练掌握导游基础知识，有较好的语言表达能力；（3）具有良好的课程教学设计能力、教学组织能力，掌握先进的教学方法和教学手段；（4）有企业行业工作经验。 **2.教学设施:** 理实-体化教室，拥有多媒体教学设备，方便理论学习;条件许可，可采用围桌式布局，方便小组讨论。 **3.教学资源:**建议选用教材:《全国导游基础知识》，全国导游人员资格考试教材编写组主编，旅游教育出版社，2023 年 7 月（第八版）。网络资源：职教云、慕课、学习通、知网等资源。 **4.教学方法:**采用案例教学法、任务驱动法、多媒体教学法、PBL 等教学法。（1）案例教学法：通过阅读、讲授和分析不同情景下的案例，锻炼学生运用导游基础知识解决问题的能力；（2）PBL 教学法：是在教师的引导下，“以学生为中心，以问题为基础”，通过采用小组讨论的形式，学生围绕问题独立收集资料，发现问题、解决问题，培养学生自主学习能力；（3）任务驱动法：以分配任务为主线、引导学生在不同项目任务中，有效的解决问题的能力；（4）多媒体教学法：播放主要旅游景区（点）的图片、旅游风光片，使学生直观地了解和掌握了主要旅游景观的特征，为组织学生到景点进行实地考察，提供有效信息。 **5.考核形式:** 过程性评价和终结性评价相结合。	
客源地与目的地概况	**课程目标**	**1.素质目标**:（1）树立民族自豪感和提升爱国主义精神；（2）树立弘扬并传播中国文化的自信心；（3）具备集体意识和团队协作精神；（4）树立安全意识、环保意识、全局意识和可持续发展观；（5）建立和谐的人际关系。 **2.知识目标**:（1）说出世界旅游业概况及世界旅游区分布发展情况；（2）分析中国大陆出入境旅游市场；（3）说出东亚太地区、西亚地区、欧洲地区、美洲地区和非洲地区等各主要国家以及我国港澳台地区的基本概况、旅游业发展概况与景点概况； **3.能力目标**:（1）能向旅游者简单介绍东亚太地区、西亚地区、欧洲地区、美洲地区和非洲地区等各主要国家的旅游景点概况、旅游发展情况；（2）能向旅游者重点介绍我国港澳台地区的旅游景点概况、旅游发展情况；（3）能根据旅游者的不同需求，向其推荐合适的旅游目的地及旅游景点等；	S1 S2 S4 Z1 Z5 N1 N4
	主要内容	(1)世界旅游业；(2)中国大陆出入境旅游市场分析；(3)东亚地区；(4)东南亚地区；(5)大洋洲地区；(6)西亚地区；(7)西欧地区；(8)南欧地区；(9)北欧地区；(10)北美地区；(11)北非地区；(12)南非地区；(13)香港；(14)澳门；(15)台湾。	
	教学要求	**1.师资队伍**:（1）具有正确的三观和一定的文化品位与格调；（2）热爱旅游专业，熟练掌握旅游专业基础知识与管理学知识；（3）具备较强的活动设计能力、教学管理能力和科研能力；（4）掌握多样的教学方法，善于调动课堂气氛，并具有勇于开拓、积极创新的师德风范。 **2.教学设施**:教学主要在多媒体教室进行，学生可采取围坐形式，方便讨论；同时可与校外实训基地合作。 **3.教学资源**:建议选用教材:《旅游客源地与目的地概况》，杨懿、胥兴安主编，高等教育出版社，2021 年 7 月版；网络资源：学习通、智慧职教等平台资源。 **4.教学方**法:采用案例教学法、任务驱动法、多媒体教学法、答疑讨论等教学法。（1）案例教学法：通过讲授和分析旅游客源地与目的地中的各种案例，引导学生结合理论知识进行分析讨论，再由老师总结归纳，有效提升学生的解决问题能力；（2）任务驱动法：创设任务情境，以学生为中心，通过小组合作学习，共同探究旅游客源地或目的地的某一问题，将旅游学相关理论知识融于任务完成的过程中，从而激发学生学习的兴趣和主动性。（3）多媒体教学法：利用课件及视频、图片等多媒体资源，营造学习环境，加强学习的实境感；（4）答疑讨论：针对学生学习过程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论，加深对课程内容的理解。 **5.考核形式**:过程性评价和终结性评价相结合。	

4.专业核心必修课

开设有8门专业核心必修课程，共32学分，课程描述如下：

课程名称	课程目标、内容及要求		主要支撑规格
导游业务	课程目标	**1.素质目标：**（1）树立学生强烈的爱国主义意识；（2）养成学生集体主义思想和乐意为人服务的品质；（3）养成学生职业认同感及热爱旅游事业和尽职敬业精神；（4）养成学生高尚的情操和正派的作风；（5）树立学生严于律己，遵纪守法的职业习惯。 **2.知识目标：**（1）说出导游相关的业务知识；（2）归纳导游服务程序；（3）使用导游服务技能；（4）使用导游人员的语言技能；（5）归纳导游服务过程中游客个别要求预防与处理；（6）归纳导游服务过程中事故的预防及处理；（7）应用旅游应急知识和急救基本技能。 **3.能力目标：**（1）完成地陪、全陪、散客、景区（点）导游服务程序做好服务接待工作；（2）能够较好地管理好团队，能组织旅游团开展旅游活动，协调好游客及协作单位的关系；（3）能够提供游客满意的讲解；（4）能够正确处理游客个别要求和常见旅游事故；（5）能够运用旅行服务知识，更好的为游客提供旅行服务。	S1 S2 S4 S5 S7 Z6 Z7 N1 N3 N4
	主要内容	1.导游服务；2.导游；3.团队导游服务规范；4.散客导游服务规范；5.导游语言技能；6.导游带团技能；7.导游讲解技能；8.导游应变技能；9.导游相关知识。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）教师须持有教师资格证和导游资格证；（2）熟练掌握导游服务流程、导游带团技巧，有较好的语言表达能力；（3）具有良好的课程教学设计能力、教学组织能力，掌握先进的教学方法和教学手段；（4）有企业行业工作经验。 **2.教学设施：**教学主要在导游模拟实训室，具有多媒体设备、仿真情境模拟软件等。 **3.教学资源：**建议使用教材《导游业务》全国导游人员资格考试教材编写组主编，旅游教育出版社，2023年7月（第八版）。网络资源：职教云、慕课、学习通、知网等资源。 **4.教学方法：**本课程利用教学平台开展信息化教学,适时采用案例教学法、PBL教学法、任务驱动法、现场教学法等多种教学方法开展教学。（1）案例教学法：通过阅读、讲授和分析不同情景下的导游带团案例，锻炼学生运用所学知识与技巧解决问题的能力；（2）PBL教学法：是在教师的引导下，“以学生为中心，以问题为基础”，通过采用小组讨论的形式，学生围绕问题独立收集资料，发现问题、解决问题，培养学生自主学习能力；（3）任务驱动法：以分配任务为主线、引导学生在不同项目任务中，有效解决问题的能力；（4）现场教学法：根据教学任务，组织学生到旅行社、旅游景区、旅游综合企业、乡村旅游点企业，学生通过观察、实际操作、上岗培训等进行教学组织形式。 **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	
旅游新媒体营销	课程目标	**1.素质目标：**（1）树立新媒体营销意识；（2）养成诚信守法的旅游新媒体营销职业道德修养；（3）具备自觉遵守公序良俗、坚持正确舆论导向和价值取向的意识；（4）养成创新意识、创新思维、团队合作精神与终身学习的良好习惯。 **2.知识目标：**（1）说出旅游新媒体营销、旅游营销机会、旅游营销策略概念及内涵；（2）比较不同旅游用户特征；（3）说出旅游新媒体营销活动涵盖的内容；（4）整理并归纳旅游平台矩阵及搭建方案；（5）概括用户运营技巧及用户运营方案；（6）转化用户，建立用户变现路径；（7）归纳旅游新媒体营销策划的常用方法和编写流程。 **3.能力目标：**（1）能够运用所学知识去解决现实生活中旅游新媒体营销的问题；（2）能够借用多种信息平台，采集旅游用户数据，构建旅游用户画像；（3）能够灵活运用图文设计、视频编辑、音频编辑等新媒体编辑工具；（4）能够灵活运用抖音短视频、微博、微信打造平台矩阵；（5）能够灵活运用用户运营技巧，采取有效的旅游用户运营；（6）能够灵活运用用户变现路径，采取有效的变现方式；（7）能够灵活运用新媒体营销组合策略，编写旅游新媒体营销策划方案，并能策划旅游新媒体营销活动。	S1 S2 S4 S6 Z10 N1 N9
	主要内容	本课程是旅游管理专业的专业核心课程，分为十个项目，具体如下：1.认识旅游新媒体营销；2.探究旅游营销机会；3.探究旅游营销策略；4.构建旅游用户画像；5.制作旅游营销内容；6.运用新媒体编辑工具；7.打造应用平台矩阵；8.运营旅游用户；9.变现经济价值；10.策划旅游新媒体营销活动。	
	教学要求	**1.师资队伍**（1）具备扎实的新媒体营销理论知识，同时具备较好的新媒体营销实战经验；（2）具备创新精神及较强的学习能力，能够快速接受新事物、学习新知识。（3）具备较强的教学设计能力，生动教学。 **2.教学设施：** 市场营销实训室、多媒体教室。 **3.教学资源：**建议使用教材：《旅游新媒体营销》，罗达丽主编，郑州大学出版社，2023年6月版。网络资源：学习通、职教云、慕课、知网等资源。 **4.教学方法：**（1）讲授法：通过教师讲授，阐明新媒体基本原理，根据学习内容联系现实事例，设计并引导学生思考问题，再讲授基本概念、重点和难点。在讲授中避免平铺直叙和满堂灌输；（2）任务驱动法：创设任务情境，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合、将旅游新媒体营销相关理论知识融于任务完成的过程中，从而激发学生学习的兴趣和主动性；（3）案例教学法：以案例为基础的教学法，根据理论知识引用旅游营销案例，引导学生结合理论知识进行分析讨论，再由老师总结归纳；（4）合作学习法：通过小组合作学习，共同探究新媒体的某一问题，强化知识应用意识，从而培养学生的合作意识、探	

		究意识和发现问题、分析问题、解决问题的能力。 **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	
现场导游	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具有服务意识，树立优良的导游职业道德修养，自觉遵守职业道德规范；（2）具有良好的团队协作意识；（3）养成吃苦耐劳、耐心细致的品质；（4）养成良好的沟通意识。 **2.知识目标：**（1）背诵湖南省博物馆、韶山毛泽东同志故居、岳阳楼景区、天子山旅游区、天门山旅游区、凤凰古城旅游区、南岳衡山旅游区、崀山旅游区、花明楼景区、东江湖旅游区导游词及相关知识；（2）背诵湖南概况：湖南自然地理、湖南人文地理、湖南历史沿革、湖南历史名人、湖南民风民俗、湖南风物特产、湖南饮食文化、湖南戏曲文化、湖南旅游业发展概况、湖南主要旅游景区（点）等相关知识。 **3.能力目标：**（1）较强的口头与书面表达能力；（2）灵活运用所学知识为游客进行准确、流利地导游讲解；（3）能够处理现场导游过程中的各种突发事件；（4）灵活运用所学知识向国内外游客宣传中国的大好河山，讲好最美“中国故事”。	S1 S2 S4 S5 S7 S8 Z3 Z4 Z6 Z7 N1 N2 N3 N4
	主要内容	项目一：湖南旅游景点讲解：湖南省博物馆、韶山毛泽东同志故居、岳阳楼景区、天子山旅游区、天门山旅游区、凤凰古城旅游区、南岳衡山旅游区、崀山旅游区、花明楼景区、东江湖旅游区； 项目二：湖南概况讲解：湖南自然地理、湖南人文地理、湖南历史沿革、湖南历史名人、湖南民风民俗、湖南风物特产、湖南饮食文化、湖南戏曲文化、湖南旅游业发展概况、湖南主要旅游景区（点）等相关知识。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）教师须持有教师资格证和导游资格证；（2）熟练掌握湖南导游考证景点及湖南概况相关知识，有较好的语言表达能力；（3）具有良好的课程教学设计能力、教学组织能力，掌握先进的教学方法和教学手段；（4）有企业行业工作经验。 **2.教学设施：**（1）理实一体化教室，拥有多媒体教学设备；（2）考证讲解视频，供实训讲解练习；（3）大型景点景区等旅游企业。 **3.教学资源：**《导游服务能力》湖南省导游资格考试教材编写组，中国旅游出版社，2022 年 8 月。 网络资源：职教云、慕课、知网等资源。 **4.教学方法：**本课程利用教学平台开展信息化教学,适时采用案例教学法、PBL 教学法、任务驱动法、现场教学法等多种教学方法开展教学。（1）案例教学法：通过阅读、讲授和分析不同情景下的案例，锻炼学生运用现场导游知识解决问题的能力；（2）PBL 教学法：是在教师的引导下，“以学生为中心，以问题为基础”，通过采用小组讨论的形式，学生围绕问题独立收集资料，发现问题、解决问题，培养学生自主学习能力；（3）任务驱动法：以分配任务为主线、引导学生在不同项目任务中，有效的解决问题的能力；（4）现场教学法：根据一定教学任务，组织学生到旅行社、旅游景区、旅游综合企业、乡村旅游点等不同类型企业，学生通过观察、实际操作、上岗培训等进行教学的组织形式。 **5.考核形式：**本课程考核评价由过程性考核评价和终结性考核评价组成。	
旅游线路设计	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具有文化自信心和文化传承意识；（2）具有市场意识、成本意识和创新意识；（3）养成独立思考、分析问题和解决问题的学习习惯；（4）具有风险意识和规范意识；（5）具有较强的集体意识和团队合作精神。 **2.知识目标：**（1）比较不同类型旅游线路的特点；（2）预测旅游线路的转型方向；（3）阐述旅游线路设计与旅游业、旅游者之间关系；（4）描述各类旅游资源的特色及吸引力；（5）归纳旅游线路节点规划原则；（6）归纳旅游线路设计行程编排的原则、方法和内容；（7）说出旅游线路成本核算的内容；（8）比较旅游线路产品不同定价方法；（9）归纳不同类型旅游线路创意设计原则及方法。 **3.能力目标：**（1）能够绘制不同类型旅游线路的空间布局形态图；（2）能够提炼旅游线路的主题特色；（3）能够对城市节点、景区、餐饮住宿和交通集散节点进行规划；（4）能够编排完整、顺畅且合理的旅游线路产品；（5）能够对旅游线路进行成本核算与定价；（6）能够根据旅游团的行程及安排填写《湖南旅游“一诚通”电子行程单》等；（7）能够对比分析不同线路的优劣势，根据游客的类型及个性化要求推荐适合的旅游线路；（8）能够设计不同主题的旅游线路并用 PPT 展示宣讲。	S1 S2 S3 S4 S6 Z1 Z8 Z9 N6 N7
	主要内容	1.认识旅游线路；2.认识旅游线路设计；3.旅游线路产品的策划创意；4.旅游线路产品行程规划；5.旅游线路产品定价；6.常规旅游线路设计；7.主题旅游线路设计。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具备较强的旅游类理论知识；（2）具备丰富的实践经验，能定期外出学习和到企业锻炼；（3）具有市场意识、成本意识和创新意识。 **2.教学设施：**教学主要在理实一体化教室完成,实操部分可安排在机房,每人一台电脑方便参与任务。 **3.教学资源：**建议使用教材：《旅游线路设计》，袁琳、卫云芳、胡晓青主编，江苏大学出版社，2023.06；网络资源：学习通、智慧职教等平台资源。 **4.教学方法：**（1）任务驱动法：创设任务情境，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合、将旅游线路设计相关理论知识融于任务完成的过程中，从而激发学生学习的兴趣和主动性；（2）案例教学法：以案例为基础的教学法，根据理论知识引用旅游线路设计案例，引导学生结合理论知识进行分析讨论，再由老师总结归纳；（3）合作学习法：通过小组合作学习，共同探究课程的某一问题，强化知识应用意识，从而培养学生的合作意识、探究意识和发现问题、分析问题、解决问题的能力；（4）多媒体教学法：利用课件及视频、图片等多媒体资源，营造旅游线路设计学习环境，加强学习的实境感。 **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	
旅游景区	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具有爱国热情，树立民族自信心和自豪感；（2）树立科学发展观，具备环境保护意识；（3）具有高尚的审美情趣；（4）具有细心、周密、热情的服务意识和团结、协作、宽容的合作意	S1 S2

服务与管理		识；（5）具有创新意识和创新精神。 **2.知识目标：**（1）说出旅游景区、风景名胜区、旅游目的地和旅游度假区的概念内涵；（2）阐述描述景区的等级评定标准；（3）概括国内外旅游景区发展历史；（4）复述旅游景区售票、验票、咨询及投诉等接待服务岗位职责、工作流程；（5）说出旅游景区导游服务类型；（6）归纳旅游景区人员导游讲解服务原则及方法；（7）说出景区餐饮、住宿、娱乐和购物服务主要类型和基本要求；（8）使用景区市场营销组合策略的基本方法；(9)判断景区安全事故的表现形态，应用安全事故的处理流程和处理方法；(10)应用各种方法和手段对景区进行环境管理。 **3.能力目标：**（1）能够提供旅游景区售票、验票、咨询和投诉受理等接待服务；（2）能够提供旅游景区游览设计、游览引导及导游讲解服务；（3）能够提供旅游景区餐饮、住宿、娱乐、购物等商业服务；（4）能够初步开发和销售旅游商品；（5）能够策划旅游景区传统节日或季节性营销活动；（6）能够对旅游景区服务与管理工作中的安全、卫生等特殊事件进行处理；（7）能够对旅游景区进行环境容量监测、安全维护、环境布置等。	S3 S4 Z1 Z3 N1 N4 N6
	主要内容	1.旅游景区接待服务；2.旅游景区导游服务；3.旅游景区商业服务；4.旅游景区营销；6.旅游景区设施维护与安全管理；7.旅游景区环境管理。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）热爱旅游专业，具备扎实的旅游专业基础知识与管理学知识；（2）具备较强的教学设计能力和教学管理能力；（3）具备一定的行业企业经验，能够到企业现场指导教学。 **2.教学设施：**教学主要在多媒体教室，校内生产性实训基地:华夏民族文化风情园和校外实训基地等完成。 **3.教学资源：**建议使用教材：《旅游景区服务与管理》，黄丽主编，广西师范大学出版社，2018 年 9 月第二版；网络资源：学习通、智慧职教等平台资源。 **4.教学方法：**（1）案例教学法：以案例为基础的教学法，根据理论知识引用景区服务典型案例，引导学生结合理论知识进行分析讨论，再由老师总结归纳；（2）角色扮演法：根据教学要求设计一个逼真的工作情境， 如景区接待部门、导览部门、购物部门等某一部门的情境，学生扮演情境中相应的角色，按设定岗位的职能及人际关系，尝试处理各种事例合作学习法；（3）任务驱动法：“以任务为主线、教师为主导、学生为主体”的教学方法。教师创设任务，学生坚持自主学习与小组合作相结合，将景区服务与管理相关理论知识融于任务完成的过程中，从而激发学生学习的兴趣和主动性；（4）现场教学法：结合学生的认知水平、校内外教学实训条件等进行有机整合，校企深度合作，依据景区岗位作业实践流程及作业要求，由校内教师、企业教师联合教学团队指导学生到景区各主要岗位进行实操训练，了解并学习各岗位工作流程与技巧等。 **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	
旅行社经营与管理	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具有较强的语言表达能力；（2）养成学生集体主义思想和乐意为人服务的品质；（3）养成学生职业认同感及热爱旅游事业和尽职敬业精神；（4）养成学生高尚的情操和正派的作风；（5）树立学生严于律己，遵纪守法的职业习惯。 **2.知识目标：**（1）概括旅行社的性质、分类、经营特点和境内外旅行社业的发展趋势；（2）说出旅行社设立的基本知识和流程，以及旅行社企业文化；（3）归纳旅行社产品设计部门、计调操作部门、导游部门、销售部门及财务、人力资源等行政部门基本业务知识和工作流程；（4）使用旅行社工作的基本沟通技巧;（5）解决旅行社接待业务中的特殊问题。 **3.能力目标：**（1）能进行可行性研究报告分析，并协助办理旅行社成立的各项相关事宜;（2）能够进行旅行社产品策划设计；（3）能够进行旅行社产品业务洽谈;（4）有较强语言表达能力和娴熟导游技巧，按照行程计划独立完成导游接待任务；（5）能够进行旅行社项目采购，具有发团和接团的实际运作能力；（6）能够进行门市接待服务，并用销售技巧促成产品销售，建立良好的客户关系。	S1 S2 S4 Z2 Z8 Z9 N3 N7 N10 N12
	主要内容	1.旅行社业现状与趋势认知；2.设立旅行社；3.旅行社产品策划设计；4.旅行社销售与外联；5.旅行社计调操作；6.旅行社导游操作；7.旅行社行政管理；8.旅行社电子商务与信息化管理。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）教师须持有教师资格证和导游资格证；（2）熟练掌握旅行社基础知识，有较好的语言表达能力；（3）具有良好的课程教学设计能力、教学组织能力，掌握先进的教学方法和教学手段；（4）有企业行业工作经验。 **2.教学设施：**理实一体化教室，拥有多媒体教学设备，方便理论学习和课程实训教学。 **3.教学资源：**建议选用教材:《旅行社经营与管理》，刘晓杰、常永翔、谢彦君编 旅游教育出版社，2022 年 8 月（第二版）。网络资源：职教云、慕课、学习通、知网等资源。 **4.教学方法：**本课程利用教学平台开展信息化教学,适时采用案例教学法、PBL 教学法、任务驱动法、多媒体等多种教学方法开展教学。（1）案例教学法：通过阅读、讲授和分析不同情景下的案例，锻炼学生运用旅行社经营管理知识解决问题的能力；（2）PBL 教学法：是在教师的引导下，“以学生为中心，以问题为基础”，通过采用小组讨论的形式，学生围绕问题独立收集资料，发现问题、解决问题，培养学生自主学习能力；（3）任务驱动法：以分配任务为主线、引导学生在不同项目任务中，有效的解决问题的能力； **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	
旅游策划理论与实	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）践行社会主义核心价值观，具有强烈的爱国情感和民族自豪感；（2）遵守客观规律和科学精神、诚实守信，具有环保意识、安全意识和信息素养；（3）具有较好审美和人文素养；（4）具有创新意识和创新思维；（5）具有明确的社会责任感、较强的集体意识和团队合作精神。 **2.知识目标：**（1）说出旅游策划、旅游规划、旅游产品、旅游形象、旅游节事活动、旅游数字营销、	S1 S2 S4 S6

务		旅游促销等相关概念及内涵；（2）归纳旅游策划的创新技巧及方法；（3）概括单项旅游产品策划和旅游产品组合策划的内容；（4）描述并分析旅游形象屏蔽理论和旅游形象叠加理论；（5）概括旅游地视觉形象设计的内容及思路，宣传口号设计的原则及模式；（6）归纳旅游节事活动策划流程及原则；（7）分析并归纳我国旅游节事活动运作模式；（8）辨析促销、营销和推销的不同；（9）归纳旅游促销的技术方法。 **3.能力目标：**（1）能够运用所学知识去解决现实生活中旅游策划的问题；（2）能够根据某地或某景区旅游资源条件、市场需求与竞争者情况等进行产品创意和筛选，能按照 5WIH 的框架熟练地进行产品概念成型，进行旅游产品策划；（3）能够合作完成某旅游地形象策划案；（4）能够独立创作某旅游地宣传口号并设计形象 logo；（5）能够合作完成旅游节事活动策划并进行综合评价；（6）能够利用微信、微博等组建网络关系网，合作完成某类主题的旅游数字营销策划；（7）能够合作完成某类旅游企业的促销活动策划方案，并进行综合评价。	Z1 Z2 Z3 Z11 N3 N6 N11
	主要内容	1.认识旅游策划；2.旅游产品策划；3.旅游形象策划；4.旅游节事活动策划；5.旅游数字营销策划；6.旅游促销策划。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具备扎实的策划理论知识，同时具备较好的策划实战经验；（2）具备创新精神及较强的学习能力，能够快速接受新事物、学习新知识。（3）具备较强的教学设计能力，生动教学。 **2.教学设施：**教学主要在理实一体化教室进行，同时可与校外实训基地合作。 **3.教学资源：**建议选用教材:《旅游策划实务》，顾雅青，郎富平主编，浙江大学出版社，2022 年 3 月版.。网络资源：学习通、智慧职教、中国大学 mooc 等平台资源。 **4.教学方法：**（1）任务驱动法：“以任务为主线、教师为主导、学生为主体”，紧紧围绕一个共同的任务活动中心，老师利用企业真实任务或进行情境创设、确定任务、学生进行自主探索和互动协作的学习，以任务的完成结果检验和总结学习过程等，改变学生的学习状态，使学生主动建构探究、实践、思考、运用和解决的学习体系。（2）案例教学法：以案例为基础，根据理论知识引用旅游策划中典型的趣味性的案例，引导学生结合理论知识进行分析讨论，再由老师总结归纳。（3）合作学习法：通过小组合作学习，共同探究课程中的某一问题，强化知识应用意识，从而培养学生的合作意识、探究意识和发现问题、分析问题、解决问题的能力。（4）多媒体教学法：以各种电教媒体如:计算机、电视、录像、投影、幻灯等为标志，以传统的教学媒体如:黑板、挂图、实验、模型等为基础的多种媒体有机结合的教学方法，营造学习环境，加强学生学习的实境感。 **5.考核形式：**本课程考核评价由过程性考核评价和终结性考核评价组成。	
旅游电子商务	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）养成具有创新思维、客户意识的旅游电商素质；（2）具有民族自豪感、自信心和爱国主义情感；（3）具有创新精神和创新意识；（4）具有网络安全意识。 **2.知识目标：**（1）说出电子商务支付、数字货币、区块链的概念及特点；（2）比较不同旅游电子商务交易模式的特征；（3）检索大数据技术、人工智能技术和虚拟现实技术在旅游电子商务中的应用；（4）说出旅游电子商务支付涵盖的内容；（5）概括新媒体工具的搭建及运营技巧；（6）建立旅游新媒体运营思维；（7）归纳旅游目的地电子商务营销策略。 **3.能力目标：**（1）能够充分认识到电子商务在企业中的应用，能够将电子商务技术运用到旅游企业中；（2）能够借助旅游电子商务网站完成旅游出行预定，能够对比目前中国主要旅游电商平台的业务类型、发展模式；（3）能灵活运用大数据技术、人工智能技术和虚拟现实技术及其在旅游电子商务中的技巧；（4）能使用网上银行与第三方支付平台完成旅游电子商务交易；（5）能够充分认识智慧旅游的功能并应用于旅游行业产品开发和运营中，进而灵活运用电子商务在不同旅游企业平台的运营操作技巧。	S1 S2 S4
	主要内容	1.电子商务概述；2.旅游电子商务概述；3.旅游电子商务网络技术；4.旅游电子商务支付与安全；5.旅游网络营销和旅游新媒体营销；6.智慧旅游运营管理。	S6 Z1
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具备扎实的新媒体营销理论知识，同时具备较好的新媒体营销实战经验；（2）具备创新精神及较强的学习能力，能够快速接受新事物、学习新知识。（3）具备较强的教学设计能力，生动教学。 **2.教学设施：**市场营销实训室、多媒体教室。 **3.教学资源：**建议选用教材：《旅游电子商务实务》，周继霞 向柳如主编，广西师范大学出版社，2021 年 4 月出版。网络资源：学习通、职教云、慕课、知网等资源。 **4.教学方法：**（1）讲授法：通过教师讲授，阐明新媒体基本原理，根据学习内容联系现实事例，设计并引导学生思考问题，再讲授基本概念、重点和难点。在讲授中避免平铺直叙和满堂灌输；（2）任务驱动法：创设任务情境，模拟在线旅游运行商，针对收客、网上签订合同、售后服务等环节的实际问题，提高学生的应用能力和实际操作能力；（3）案例教学法：结合在线旅游运行商精彩案例，加深学生对 B2B 和 B2C 旅游电子商务模式的理解和认识；（4）合作学习法：通过小组合作学习，共同探究互联网+旅游的模式和智慧旅游，强化知识应用意识，从而培养学生的合作意识、探究意识和发现问题、分析问题、解决问题的能力。 **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	Z2 Z3 Z8 N3 N6 N9

5.专业拓展与专业（群）选修课

本专业开设专业拓展与专业（群）选修课 4 门，其中专业拓展课 3 门，

专业选修课 1 门（4 选 1），共 16 学分。课程描述如下：

课程名称	课程目标、内容及要求		主要支撑规格
专业综合训练	课程目标	**1.素质目标：**（1）养成学生的专业素养，检验学生的职业技能和职业素质；（2）具有服务意识、成本意识、安全意识、劳动意识；（3）具有较强的合作意识和沟通意识；（4）养成学生认真细致的工作作风，爱岗敬业的职业素养。 **2.知识目标：**（1）进一步巩固导游讲解服务、旅游应急事故的预防与处理、旅行社计调和旅游营销等方面知识；（2）使用各模块综合实训，考核旅游管理专业导游、旅行社计调和旅游营销岗位能力内容。 **3.能力目标：**（1）能独立创作导游词、完成导游服务;（2）能独立为游客提供规范化服务及对旅游应急事故进行预防与处理；（3）能分析同一区域旅游线路的优劣势；（4）能独立完成线路编排、报价;（5）能分析旅游线路及景区产品的市场信息；（6）能制作 PPT 进行旅游线路和景区推介陈述。	S1 S2 S3 S4 S5 Z1 Z2 Z4 N1 N3 N6 N8
	主要内容	模块一：导游岗位;模块二：旅行社计调岗位;模块三：旅游营销岗位。	
	教学要求	**1.师资队伍：**担任本课程的主讲教师应具有本专业一线实践教学经验，具备较强的实践教学能力，对专业技能考核标准、技能比赛要求、毕业设计要求有深刻理解与把握，能将三者融入课程教学，能对各技能模块进行有效指导，具有案例分析能力、发现问题、解决问题的能力。 **2.教学设施：**（1）理实一体化教室，拥有多媒体教学设备，方便学生学习；（2）每个学生配备一台电脑，以便学生完成计调岗位等的学习。 **3.教学资源：**《湖南民族职业学院旅游管理专业技能抽查题库》 **4.教学方法：**利用教学平台开展信息化教学,以实践教学为主，适时采用案例教学法、任务驱动教学、答疑讨论法、多媒体教学法等多种教学方法。（1）案例教学法：通过阅读、讲授和分析不同考核内容（案例分析），锻炼学生的专业能力；（2）任务驱动教学法：创设任务情境，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合、传授专业综合训练内容的教学方法；（3）答疑讨论法：针对学生学习过程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论，加深对专业综合训练内容的理解；（4）多媒体教学法：利用课件及视频、图片等多媒体资源，营造学习环境，加强学习的实境感。 **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	
单项旅游产品预订	课程目标	**1.素质目标：**（1）具备良好的职业道德和良好的工作习惯；（2）具备团队合作精神；（3）具备成本意识、风险意识和法律意识；（4）具备宾客至上、规范服务的意识。 **2.知识目标：**（1）说出单项旅游产品接待信息的查询渠道；（2）整理并应用单项旅游产品基础知识；（3）归纳单项旅游产品预订和变更流程；（4）阐述单项旅游产品预订和变更文书的规范要求；（5）说出单项旅游产品成本核算的方法。 **3.能力目标：**（1）能够利用信息化工具获取、处理、发布单项旅游产品接待信息；（2）根据顾客要求推荐合适的单项旅游产品；（3）能够正确书写各单项旅游产品的传真确认件或计调相关单据的基本要素；（4）能够核算单项旅游产品成本；（5）能够落实各单项旅游产品的预定和变更。	S1 S2 S3 S4 S6 Z1 Z3 Z8 N1 N3 N7
	主要内容	模块一：旅行社计调认知：1.旅游业常用术语；2.出入境证件；3.认知旅行社计调和单项旅游产品； 模块二：单项旅游产品服务：1.订车服务；2.订票服务；3.订餐服务；4.订房服务；5 团队接待服务	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）教师须持有教师资格证，且具有三年及以上的行业企业工作经验；（2）具有良好的课程教学设计能力、教学组织能力，掌握先进的教学方法和教学手段；（3）熟练掌握旅行社计调岗位相关知识，有较好的操作能力和计算机应用能力。 **2.教学设施：**教学主要在多媒体教室完成，学生可采取围坐形式，方便讨论。 **3.教学资源：**建议选用教材:《旅游行程规划—旅行社计调业务实训教程》，边喜英主编，中国人民大学出版社，2018 年 8 月第一版；网络资源：学习通、智慧职教等平台资源。 **4.教学方法：**本课程适时采用任务驱动法、案例教学法、PBL 教学法、现场教学法等多种教学方法开展教学。（1）任务驱动法：以分配任务为主线、引导学生在不同项目任务中，有效的解决问题的能力；（2）案例教学法：通过分析不同情景下的案例，训练学生运用单项旅游产品预订知识解决单项产品预订与变更的能力；（3）PBL 教学法：在教师的引导下，“以学生为中心，以问题为基础”，通过采用小组讨论的形式，学生围绕问题独立收集资料，提出问题和解决问题，培养学生自主学习能力；（4）现场教学法：根据一定教学任务，组织学生到旅行社、旅游综合企业进行考察、学习、培训和实操等现场教学的组织形式。 **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	
	课程目标	**1.素质目标：**（1）养成学生对民族音乐和旅游专业的兴趣及爱好，提高其人文素养，开阔艺术视野;（2）养成学生团队合作意识，感受旅游民歌在旅游资源中所处的重要地位；（3）关注音乐作品赏析，养成学生良好的道德素质和职业素养；（4）热爱旅游民歌的精神魅力，感受劳动人民的音乐智慧和艺术创造的伟大。 **2.知识目标：**（1）说出旅游民歌的音乐体裁、演唱形式、音乐风格；（2）根据旅游民族作品的艺术特点，说明作品反映的历史文化及民俗风情及在旅游资源开发中的价值；（3）应用旅游民歌的演唱方法和情感。	

旅游民歌鉴赏		**3.能力目标：**（1）能够正确的演唱旅游民歌；（2）能够正确分析旅游民歌作品所反映的历史文化和民俗风情；（3）能够正确分析旅游民歌在旅游资源中的价值；（4）表现二度创作旅游民歌基本能力。	S1 S2 S4 S8 N4
	主要内容	本课程基于国内民族音乐文化，根据中国八大经济区分别介绍了不同地区旅游民歌的创作背景、体裁特征、民俗文化、旅游价值。根据地区旅游资源的特色，分别展示了旅游民歌的代表作品。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）音乐教育专业，具有扎实的中国民歌系统理论知识，较强的民族演唱及表达能力，具有深厚的传统民族文化知识，熟悉中国各区域旅游资源的内容；（2）以学生为主体，以职业为导向，坚持以演促训，注重能力提升。 **2.教学设施：**多媒体教室。 **3.教学资源：**建议选用教材:《音乐鉴赏》，大连理工大学出版社，孟俊、张国廷主编，结合“互联网+”立体化教学新形态的教学内容。网络资源：学习通、职教云、慕课等资源。 **4.教学方法：**（1）任务驱动：教师课前借助平台推送素材，让学生完成学（学课件）、看（看微课）、练（练素材）、问（问问题）四个学习任务；课中设置 3-4 个有梯度的任务逐一展开训练；（2）翻转课堂：授课伊始，学生先分组展示课前布置的任务，教师根据展示情况发现问题，分析问题，并解决问题；（3）合作探究：课前和课中学生分成若干小组，小组成员间互相讨论，互相提意见，共同完成各项学习任务；（4）案例教学：通过对一些经典作品的分析和练习，举一反三，让学生更好地掌握旅游民歌所承载的旅游资源价值；（5）情境演练：设置各种与学生专业相关的情境，让学生在情境演练中加深对未来职业的认识，进一步提高学生的职业综合能力。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
沟通技巧	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）养成学生良好的语言倾听、语言表达和思辨习惯；（2）养成学生良好的人际沟通思维和沟通态度；（3）树立正确的价值观和良好的团队合作精神；（4）养成学生良好的语言素质、思想道德素质、心理素质等综合素质。 **2.知识目标：**（1）说出沟通技巧的基本概念、重要作用和练习方法；（2）分析语言沟通必备的心理、思维、应变策略及倾听方法；（3）概括普通话口语表达的一般技巧；（4）归纳朗诵、演讲、社交口才、求职口才等贴近学生未来工作岗位与日常生活实践需要的沟通基本技巧与方法；（5）概括导游工作中的沟通技巧。 **3.能力目标：**（1）能说比较标准、流利的普通话并完成声情并茂的朗诵；（2)完成比较规范的演讲稿，会进行演讲并能比较准确地表达自己的观点和见解，具有一定的感染力；（3）模拟辩论时表现思维敏捷，说理有方，具有较强的鼓动性；（4）求职面试时，能恰到好处地介绍自己；（5）能够沟通解决导游服务工作中的问题。	S1 S2 S4 Z4 N1 N2
	主要内容	模块一：演讲与口才概述、演讲和口才的基础；模块二：普通话语音基础、朗读与朗诵；模块三：演讲的过程、演讲稿的写作、即兴演讲；模块四：辩论口才、社交口才、求职面试口才；模块五：导游口才。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）音乐教育专业，具有扎实的中国民歌系统理论知识，较强的民族演唱及表达能力，具有深厚的传统民族文化知识，熟悉中国各区域旅游资源的内容；（2）以学生为主体，以职业为导向，坚持以演促训，注重能力提升。 **2.教学设施：**理实一体化教室，拥有多媒体教学设备，方便理论学习。 **3.教学资源：**建议使用教材：郑州大学出版社《演讲与口才》，岑泽丽、吴冰洁主编。网络资源：学习通、职教云、慕课等资源。 **4.教学方法：**本课程利用教学平台开展信息化教学,适时采用案例教学法、项目驱动法、合作学习法、答疑讨论法等多种教学方法开展教学。（1）案例教学法：通过阅读、讲授和分析不同情景下的沟通技巧案例，锻炼学生运用沟通技巧解决问题的能力；（2）项目驱动法：以沟通技巧为主线、引导学生在不同沟通项目中，有效的锻炼解决问题的能力和口语交流的能力；（3）合作学习法：通过小组合作学习，培养学生的沟通和合作意识、探究意识和发现问题、分析问题、解决问题的能力；（4）答疑讨论法：针对学生在演讲、口才训练过程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论，培养学生的思辨能力。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
茶艺与茶文化	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）养成细心、周密、热情的服务意识；（2）养成良好的职业素养和勤奋工作基本素质；（3）热爱茶文化，喜欢感受美、创造美、享受美；（4）热爱本地茶文化，具有热爱家乡、建设家乡的热情。 **2.知识目标：**（1）说出茶文化的起源、发展；（2）归纳六大茶类的基础知识；（3）概述器具的基础知识。 **3.能力目标：**（1）完成六大茶类的冲泡和品饮；（2）尝试分辨六大茶类；（3）灵活运用不同茶叶选择相应的冲泡和品饮茶具；（4）灵活运用席间茶水茶点知识进行服务。	S1 S2 S3 S4 S7 S8 N1 N5 N10
	主要内容	模块一：茶文化的起源于发展、茶叶制作与分类、名茶的欣赏和相关故事传说、我国六大类代表名茶的赏鉴与品饮；模块二：常见茶具的名称和功能介绍；模块三：茶叶冲泡对水的要求、茶的相关保健知识；模块四：绿茶的冲泡及品饮、乌龙茶的冲泡及品饮、普洱茶的冲泡及品饮。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有较强的理论知识与实践经验；（2）教师须具有双师资格：持有茶艺资格证和教师资格证；（3）具有较强的亲和力和感染力、良好的语言表达能力、沟通能力，美学鉴赏能力。 **2.教学设施；**教学在茶艺实训室开展，需要 30 种不同的茶叶和不同冲泡器皿。	

		3.教学资源：建议选用教材:《茶艺基础》（第三版） 张涛 广西师范大学出版社。网络资源：学习通、职教云、慕课等资源。 **4.教学方法：**该课程模式主要采取任务驱动、分组练习、直观演示、合作学习等教学模式。（1）任务驱动：采取任务驱动的方式，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合、经验传授与茶艺实践相结合的教学方法；（2）分组练习：把一个班级分成若干小组进行练习，挑出好的小组进行展示；（3）直观演示：教师在课堂上进行示范性展示，让学生在观察中更好的掌握技能点，激发学生的学习兴趣；（4）合作学习法：通过小组合作学习，培养学生的沟通和合作意识、探究意识和发现问题、分析问题、解决问题的能力。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
花艺	**课程目标**	**1.素质目标**（1）尝试感知美、发现美、欣赏美和创造美；（2）养成热爱生活、美化生活、学会装饰和体验生活的情趣；（3）形成互相帮助、互相学习的团队协作精神；（4）具有艺术修养。 **2.知识目标**（1）说出插花史；（2）说出插花造型的基础理论；（3）应用东方式插花、西方式插花、现代自由式插花及其他插花装饰品的制作方式。 **3.能力目标**（1）完成东方式插花、西方式插花、现代自由式插花及其他插花装饰品的制作方式；（2）灵活运用不同环境的要求，进行具体的花艺作品设计及应用；（3）能有初步鉴赏插花的水平与能力。	S1 S2 S3 S8 Z3 Z5 N4 N10
	主要内容	模块一：插花的影响、插花基本特点模块二；花的种类、花品种优劣的辨识技巧；模块三：插花制作的技巧及注意事项、包装制作的技巧及注意事项	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）教师须具有教师资格证；（2）较强的亲和力和感染力、良好的语言表达能力、沟通能力，思维敏捷；（3）有花艺方面的教学能力，有相关培训授课经验，有责任心。 **2.教学设施：**教学在茶艺实训室开展，需要 30 种不同的花材和不同花瓶器皿。 **3.教学资源：**建议选用教材:《插花艺术》 孟愉 重庆大学出版社 第二版；网络资源：学习通、职教云、慕课等资源。 **4.教学方法：**该课程模式主要采取任务驱动、直观演示、分组练习、合作学习等教学模式。（1）任务驱动：创设任务情境，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合、经验传授与花艺实践相结合的教学方法；（2）直观演示：教师在课堂上进行示范性展示，让学生在观察中更好的掌握技能点，激发学生的学习兴趣；（3）分组练习：把一个班级分成若干小组进行练习，挑出好的小组进行展示；（4）合作学习法：通过小组合作学习，培养学生的沟通和合作意识、探究意识和发现问题、分析问题、解决问题的能力。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
旅游摄影	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）养成细心、周密、热情的服务意识；（2）养成良好的职业素养；（3）热爱旅游，喜欢感受美、创造美、享受美、表达美；（4）具有热爱家乡、建设家乡的热情。 **2.知识目标：**（1）概述摄影的基本概念、发展史及基本原则；（2）归纳不同拍摄题材的特点及拍摄技巧；（3）列举摄影后期所运用到的制作软件。 **3.能力目标：**（1）完成对不同照片的赏析；（2）懂得运用手机等便捷设备进行拍摄；（3）能够更好的提高人文素养，增强学生专业能力；（4）能够灵活运用所学知识开展人际交往。	S1 S2 S4 S8 N6 N9
	主要内容	模块一：为旅游摄影所做的前期准备；模块二：摄影的艺术表达：构图、取景、用光等方面的知识；模块三：不同题材的创作技巧；模块四：图像的后期制作。	
	教学要求	**1.师资队伍 ：**（1）具有较强的理论知识与实践经验；（2）教师须具有教师资格证和摄影师资格证：（3）具有较强的亲和力和感染力、良好的语言表达能力、沟通能力，美学鉴赏能力。 **2.教学设施：**教学主要在理实一体化教室完成，实操可在校内生产性基地：华夏民族文化风情园完成。 **3.教学资源:**建议选用教材:《旅游摄影》 万剑敏、王健、危俊欢 旅游教育出版社，2022 年 8 月第一版。 网络资源：学习通、智慧职教等平台资源，剪映、PS 等软件。 **4.教学方法：**该课程模式主要采取任务驱动、分组练习、直观演示、合作学习等教学模式。（1）任务驱动：采取任务驱动的方式，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合的教学方法；（2）分组练习：把一个班级分成若干小组进行练习，挑出好的小组进行展示；（3）直观演示：教师在课堂上进行示范性展示，让学生在观察中更好的掌握技能点，激发学生的学习兴趣；（4）合作学习法：通过小组合作学习，培养学生的沟通和合作意识、探究意识和发现问题、分析问题、解决问题的能力。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	

6.实践教学课程描述

本专业开设实践教学课 4 门，共计 31 学分。课程描述如下：

课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑规格**
军事技能	**课程目标**	**1.素质目标：**打造过硬身体素质，严守组织纪律，做到令行禁止、团结奋进。 **2.知识目标：**掌握基本的军事技能，灵活的运用军事技能。 **3.能力目标：**能够养成良好的军事素养，运用到实际生活中。	S1 S2 S4
	主要	本课程主要分为四大模块：1.共同条令教育与训练：主要包括共同条令教育、队列训练等。2.射	S5

	内容	击与战术训练：主要包括轻武器射击、战术基础等。3.防卫技能与战时防护训练：主要包括格斗基础、战场医疗救护、对核武器、化学武器、生物武器的防护等。4.战备基础与应用训练：主要包括战备规定、紧急集合、行军与宿营、野外生存、识图用图等。	Z2 N5 N12
	教学要求	**1.师资队伍**（1）具有深厚的军事技能功底，对每个动作要领能够清楚的讲解示范，能引导学生自觉掌握各种军事技能，增强学生的自我保护和应对突发情况的能力；（2）能根据学生的身体素质和军事技能情况，有针对性地开展军事技能教学。 **2.教学设施：**田径场、篮球场、各类训练器材等。 **3.教学资源：**（1）本课程选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材。（2）超星泛雅、云班课等平台的课程教学资源库。 **4.教学方法：**采用思想引领法、示范法教学、分组练习法、答疑讨论法相结合。（1）思想引领：军事技能要遵循习近平强国强军思想、新时代军事战略方针和国家总体安全观，以提升学生国防意识和军事素养为重点。（2）示范法教学：通过老师的示范动作，让学生更好的掌握军事技能要领。（3）分组练习法：把一个班级分成若干小组进行练习，挑出好的小组进行展示学习。（4）答疑讨论：针对学生在训练过程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论，加深对军事技能的掌握。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
认识实习	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具有旅游专业认同感和行业自信心；（2）具备良好的旅游职业素养和良好的团队合作精神；（3）具备社会责任感；（4）具备安全意识、环保意识和质量意识。 **2.知识目标：**（1）描述专业办学现状及本专业的实习实践环节；（2）整理行业发展信息，描述行业发展现状，并预测未来发展趋势；（3）熟悉旅游企业实际工作环境和基本工作过程及岗位能力要求，为进一步学习专业课程奠定基础。 **3.能力目标：**（1）模拟旅游企业工作岗位流程；（2）制定本专业学习和发展规划。	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 N1 N3 N5 N6
	主要内容	**1.认识实习前的准备：**前期教师与企业的沟通交流，并布置见习作业；学生网上搜集了解见习企业的相关信息；见习动员；**2.认识实习过程中：**工作环境的基本条件；企业或公司对员工的基本要求；工作岗位的一般要求；在岗职员对职业岗位的认识和理解；行业企业的发展现状及趋势等；**3.认识实习结束后：**总结，学生可通过各种形式的作品总结，也可形成成果汇报展览，教师总结评奖等。	
	教学要求	**1.师资队伍：**由校内教师和企业教师组成；校内教师要求：（1）德技双修、知行合一；（2）具有较强的业务素质，责任心强；（3）具有较高的安全防范意识。企业教师要求：（1）具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神；（2）具有扎实的专业知识和丰富的一线工作经验（至少 3 年以上企业工作经验）。 **2.教学设施：**教学主要在校外实训基地完成，包括旅行社、景区、酒店或综合性旅游企业等。 **3.教学资源：**建议选用《职业学校学生实习管理规定》《公司管理规章制定》《学徒合同书》《学习合同书》。 **4.教学方法：**采用专题讲座、实地考察、任务驱动、分组练习等相结合。（1）专题讲座：通过专题讲座向学生介绍行业企业发展现状，并针对学生关心的问题进行比较详细的讲解；（2）实地考察：通过到企业实地参观、考察，了解相关行业知识，加深印象，或提高学生对专业学习的兴趣；（3）任务驱动法：见习开始前，给学生布置任务，让其带着任务去实地考察学习，目标明确，任务结束后，学生就能掌握新知；（4）分组练习：把一个班级分成若干小组进行练习，挑出好的小组进行展示。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
岗位实习	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具有健康的身体素质和乐观向上的心理素质；（2）具有爱岗敬业，耐心细致等的旅游职业素养和道德意识；（3）具有集体意识和团队协作精神；（4）具有热情友好、宾客至上和规范服务的意识。 **2.知识目标：**（1）说出行业发展现状，并能预测行业及岗位未来发展趋势；（2）概括导游、旅行社计调、旅游营销不同岗位工作职责和工作要求；（3）说出各岗位工作流程，并能举例说明各岗位操作规范。 **3.能力目标：**（1）完成导游、旅行社计调、旅游营销各岗位工作；（2）能够将所学的专业知识灵活运用到实际工作中，与团队协作，较好完成实训任务。	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z4 N1 N3 N4 N7
	主要内容	本课程主要通过在现代学徒制合作企业，跟随师父在岗学习，了解行业发展现状，掌握导游、旅行社计调、旅游营销等各岗位工作技能，并按照实习要求完成实习实训任务	
	教学要求	**1.师资队伍：**由校内教师和企业教师组成。校内教师要求：（1）德技双修、知行合一；（2）具有较强的业务素质，责任心强；（3）具有实习指导经验。企业教师要求：（1）具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神；（2）具有扎实的专业知识和丰富的一线工作经验；（3）具有带徒弟的经验，能够承担实习实训教学。 **2.教学设施：**教学主要在校外实训基地完成，包括旅行社、景区、酒店或综合性旅游企业等。 **3.教学资源：**建议选用教材:《职业学校学生实习管理规定》《公司管理规章制度》《岗位技能标准》《学徒合同书》《学习合同书》。 **4.教学方法：**（1）任务驱动法：通过工作岗位中的实际任务安排，让学生进行自主探索和互动协作的学习，以任务的完成结果检验和总结学习的过程，使学生主动建构探究、实践、思考、运用、解决、高智慧的学习体系；（2）示范教学法：通过师傅对各岗位的技能操作示范，让学生更好的掌握实习实训岗位技能要领；（3）答疑讨论法：针对学生在课程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论，	

		加深对理论知识的掌握；（4）现场教学法：根据一定教学任务，学生通过在实习企业各岗位的现场观察、实际操作等发现问题，提出疑问，教师现场进行教学，答疑解惑的过程。它是以现场为中心，以现场实物、具体工作任务为对象，以学生活动为主体的教学方法。 **5.考核形式：**本课程考核评价由学生出勤、实习日志、实习总结、企业师傅评价、校内指导教师评价等组成。考核评价=出勤 30%+实习日志 10%+实习总结 10%+企业师傅评价 30%+校内指导教师评价 20%。	
毕业设计	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具有正确的世界观、人生观、价值观，崇尚宪法，遵守法律法规；（2）具有创新意识、具有严谨、耐心、细致的工作态度；（3）具有良好的从事旅游行业的职业道德，热爱旅游事业，具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、全球视野和市场洞察力；（4）养成独立分析问题和解决问题的意识。 **2.知识目标：**（1）阐明旅游产品设计与策划的基础理论；（2）描述岗位工作流程，说出工作规范；（3）使用各类旅游产品的设计方法。 **3.能力目标：**（1）完成旅游市场调研，根据不同游客群体需求与特征设计各类旅游产品；（2）能够根据实际情况进行旅游产品推广；（3）能够收集、整理、使用相关信息；（4）独立设计体现专业特色的毕业设计方案；（5）独立分析问题和解决问题的能力。	S1 S2 S3 S4
	主要内容	模块一：毕业设计选题；模块二：毕业设计指导（旅游产品设计类、旅游产品销售类等）；模块三：毕业设计成果报告、毕业答辩。	S6 Z1
	教学要求	**1.师资队伍：**指导教师必须为中级职称，应坚持教书育人原则、认真履行指导教师职责，定期检查学生的设计工作进度及完成情况，及时提出修改意见，保证毕业设计按质按量完成。 **2.教学设施：**教学主要在配有网络、装有 Office2010 以上版本的理实一体化教室完成；建议学生携带个人笔记本电脑或是智能手机，最好四节课连排。 **3.教学资源：**建议选用教材:《高职院校毕业设计(论文)指导教程》，张新科著，化学　工业出版社；参考文件：《湖南民族职业学院毕业设计工作方案》、《湖南民族职业学院旅游管理专业毕业设计课程标准》。网络资源：途牛、驴妈妈、知网等资源。 **4.教学方法：**采取校内校外相结合的形式、线下指导、线上沟通，结合校外企业导师进行指导。具体方法有：（1）任务驱动教学：创设任务情境，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合、传授毕业设计作品的教学方法；（2）答疑讨论：针对学生在毕业设计过程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论，加深对设计作品的理解；（3）案例教学法：通过阅读、讲授和分析不同设计作品，锻炼学生的作品设计能力；（4）线上线下混合式教学法：利用微课、慕课、职教云、学习通等教学资源，促进师生互动、生生互动，启发学生创新思路，提高学生参与度。 **5.考核形式：**采用综合性评价，主要按照科学性（20%）、规范性（20%）、完整性（30%）与可行性（30%）等方面对学生毕业设计进行评价。	Z2 Z3 Z9 N3 N6 N7 N9

附件 2：三年制专科旅游管理专业核心课程标准

《导游业务》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	导游业务	课程代码	2205209
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	先修课程	无
后续课程	《现场导游》等	学时建议	64 学时
编制团队	学校：李辉、常新利 企业：易繁、连波、张苗	审核人	李辉
制（修）订时间	2024 年 03 月		

二、课程性质与定位

本标准依据《旅游管理专业人才培养方案》中对《导游业务》课程培养目标的要求制定。《导游业务》是面向旅游管理专业学生的一门专业核心课程，也是专业必修课程。是导游岗位的核心能力课程，是全国导游人员资格考试必考科目之一。本课程具有较强的实践性，对培养学生的带团技能、讲解技能、应变等能力及职业素养起主要支撑作用。通过这门课程的学习，学生掌握一名合格导游人员必须具备的理论和业务知识，具有较高的职业技能和实际工作能力，能胜任全陪、地陪等导游岗位工作。本课程既是《旅游职业礼仪》《全国导游基础知识》《旅游政策与法规》等课程知识的综合运用，也为《现场导游》等后续课程学习奠定基础，并为后续岗位实习夯实基础。

三、课程教学目标

（一）总体目标

《导游业务》为旅游管理专业的核心课程，也是导游资格考试的必考课程之一。通过本课程的学习，使学生了解导游服务性质和特点，导游服务原则，掌握从事导游工作应具备的理论知识；了解导游人员的素质要求及分类；掌握导游服务的相关知识；熟悉掌握团队导游工作程序和服务标准；掌握导游服务过程中常见问题和事故的预防和处理方法，培养和提升学生处理旅游接待问题的能力；掌握导游人员带团技能、语言技能和讲解技能，具备导游员应具备的素质和实际工作能力。为毕业后从事导游服务工作打下良好基础。

（二）具体目标

1. 素质目标

（1）树立学生强烈的爱国主义意识；

（2）养成学生集体主义思想和乐意为人服务的品质；

（3）养成学生职业认同感及热爱旅游事业和尽职敬业精神；

（4）养成学生高尚的情操和正派的作风；

（5）树立学生严于律己，遵纪守法的职业习惯。

2.知识目标

（1）说出导游相关的业务知识；

（2）归纳导游服务程序；

（3）使用导游服务技能；

（4）使用导游人员的语言技能；

（5）归纳导游服务过程中游客个别要求预防与处理；

（6）归纳导游服务过程中事故的预防及处理；

（7）应用旅游应急知识和急救基本技能。

3.能力目标

（1）完成地陪、全陪、散客、景区导游服务程序做好服务接待工作；

（2）能够较好地管理团队，能组织旅游团开展旅游活动，协调好游客及协作单位的关系；

（3）能够提供游客满意的讲解；

（4）能够正确处理游客个别要求和常见旅游事故；

（5）能够运用旅行服务知识，更好的为游客提供旅行服务。

四、课程教学内容与设计

课程内容与教学要求

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
项目一	导游服务	1 导游服务的内涵及类型； 2 导游服务的发展历程； 3 导游服务的性质、特点及原则； 4 导游服务的地位及作用。	1 要求学生谈谈对导游职业的认识，并正确引导学生认知该职业，激发对职业的兴趣和热情； 2 列举各类导游服务的形式，做出我国导游服务发展历程简表。	6
项目二	导游	1 导游的内涵及类型； 2 导游的从业素质和职责要求； 3 导游的职业道德与修养； 4 导游领队引导文明旅游规范； 5 导游服务礼仪规范。	1 能列出取得各级技术等级导游的条件简表； 2 导游分类（按业务范围、职业性质、语言和技术等级划分）的树状图； 3 区分地陪和全陪的职责； 4 能灵活应用导游行为规范正确处理变更合同等问题。	10

项目三	团队导游服务规范	1 地方导游服务程序及服务质量； 2 全程导游服务程序及服务质量； 3 景区（点）导游服务程序及服务质量。	1 能够根据实际情况制定出团队接待计划； 2 通过学习能够掌握地陪、全陪等接团计划,并且能够在工作灵活运用； 3 学生在带团工作中能清楚、准确地介绍景点，能根据客人的需求和兴趣安排好合适的参观内容，为客人的会谈做好沟通作用； 4 能够掌握景区景点导游的基本服务技巧，能胜任景区（点）导游工作。	24
项目四	散客导游服务规范	1 散客旅游的内涵和特点； 2 散客的导游服务流程。	1 能说出散客旅游的内涵和特点； 2 能够掌握散客导游的服务流程，能胜任散客导游工作。	2
项目五	导游语言技能	1 导游语言的内涵和特点； 2 导游口头语言表达技； 3 导游态势语言运用技巧； 4 导游语言的沟通技能。	1 能运用导游语言技巧，对湖南省导游考证必考的景点分别进行讲解； 2 能运用导游语言技能创作旅游文化元素导游词。	4
项目六	导游带团技能	1 带团的特点和原则； 2 导游主导地位确定和良好形象塑造； 3 导游提供心理服务的技巧（含导游服务对象）； 4 导游引导游客审美的技巧； 5 导游组织和协调技巧； 6 导游接待特殊游客的技巧。	1 在一定情景中能采用适当方法弥补受损形象； 2 能说出游客共同的心理特征和不同游客及游客不同活动阶段的心理特征； 3 能与不同类型的客人相处； 4 能在一定情景下调整游客情绪、激发游客游兴； 5 能应用协作技能处理好各方面的关系； 6 列出接待儿童和老年人工作要点。	4
项目七	导游讲解技能	1 导游讲解原则和要求； 2 实地导游讲解常用技法； 3 实地导游讲解的要领。	1 说出导游讲解的原则和方法； 2 能灵活运用实地导游讲解常用技法和要领。	4
项目八	导游应变技能	1 旅游者个别要求处理基本原则； 2 问题与事故处理； 3 重大自然灾害的避险方法； 4 新型冠状病毒肺炎疫情常态化防控措施。	1 归纳对旅游者个别要求处理基本原则； 2 归纳餐饮、住房、交通、 游览、购物、文娱、其他特殊要求等各种个别要求的处理方法； 3 说出旅游接待中主要问题的特点； 4 归纳旅游接待中主要问题预防及处理方法； 5 能灵活处理计划日程变更、错漏接事故、误机（车、船）、遗失、患病、死亡、走失、安全事故、自然灾害、不当言行、投诉处理常见旅游事故； 6 能说出重大自然灾害的避险方法； 7 能说出新型冠状病毒肺炎疫情常态化防控措施； 8 能分别就游客在餐饮、住宿、娱乐及自由活动等个别要求进行处理。	8
项目九	导游相关知识	1 旅行社知识； 2 旅游饭店知识； 3 旅游景区知识； 4 出入境知识； 5 旅游交通知识； 6 货币和保险知识相关知识。	1 说出旅行社业务知识、旅游饭店、旅游交通、出入境知识、货币、保险、知识及国际时差和度量衡的换算知识、旅游伤病事故的急救处理知识； 2 能将导游必备服务常识应用于带团过程 3 具备应急处理问题能力。	2
学时合计：64 学时（其中实践教学学时比例为 44%）			理论学时	36
			实践学时	28

五、课程进程与安排

课程进程与安排表

周次	授课章节与内容提要	教学课时		
		合计	理论讲授	实践教学
第 1 周	1. 导游服务 1.1 导游服务的内涵及类型	2	2	
第 1 周	1.导游服务 1.2 导游服务的发展历程	2	2	
第 2 周	1.导游服务 1.3 导游服务的性质、特点原则、地位及作用	2	2	
第 2 周	2.导游 2.1 导游的内涵及类型	2	2	
第 3 周	2.导游 2.2 导游的从业素质和职责要求	2	2	
第 3 周	2.导游 2.3 导游的职业道德与修养	2	2	

第 4 周	2.导游 2.4 导游领队引导文明 2.5 导游服务礼仪规范	2	1	1
第 4 周	2.导游 2.5 导游服务礼仪规范	2	1	1
第 5 周	3.团队导游服务规范 3.1 地方导游服务程序与服务质量（准备工作）	2	1	1
第 5 周	3.团队导游服务规范 3.2 接站服务（欢迎词实训）	2	1	1
第 6 周	3.团队导游服务规范 3.3 地方导游服务程序与服务质量（接站服务）	2		2
第 6 周	3.团队导游服务规范 3.4 首次沿途导游讲解实训	2	1	1
第 7 周	3.团队导游服务规范 3.5 地方导游服务程序与服务质量(进住饭店服务、核对商定日程）	2		2
第 7 周	3.团队导游服务规范 3.6 地方导游服务程序与服务质量(参观游览服务）	2	1	1
第 8 周	3.团队导游服务规范 3.7 地方导游服务程序与服务质量（食、购、娱服务）	2	1	1
第 8 周	3.团队导游服务规范 3.8 地方导游服务程序与服务质量（送站服务）	2	1	1
第 9 周	3.团队导游服务规范 3.9 全陪服务规程（准备工作、首站接团服务）	2	1	1
第 9 周	3.团队导游服务规范 3.10 全陪服务规程(进住饭店服务、核对商定日程）	2	1	1
第 10 周	3.团队导游服务规范 3.11 全陪服务规程（沿途各站服务；离站、途中、抵站服务；末站服务；善后工作）	2	1	1
第 10 周	3.团队导游服务规范 3.12 景区服务规程	2	1	1
第 11 周	4.散客导游服务规程 4.1 散客旅游的内涵和特点 4.2 散客导游服务流程	2	1	1
第 11 周	5.导游语言技能 5.1 导游语言的内涵和特性 5.2 导游口头语言表达技巧	2	1	1
第 12 周	5.导游语言技能 5.3 导游态势语言运用技巧 5.4 导游语言沟通技巧	2	1	1
第 12 周	6.导游带团技能 6.1 导游的特点与原则 6.2 导游的主导地位和形象塑造 6.3 导游提供心理服务的技巧	2	1	1
第 13 周	6.导游带团技能 6.4 引导游客审美的技巧 6.5 组织和协调的技巧 6.6 接待不同类型游客的技巧	2	1	1
第 13 周	7.导游讲解技能 7.1 导游讲解原则要求；7.2 实地导游讲解常用技法	2	1	1
第 14 周	7.导游讲解技能 7.3 实地导游讲解要领	2	1	1
第 14 周	8.导游应变技能 8.1 游客个别要求处理	2	1	1
第 15 周	8.导游应变技能 8.2 游客个别要求处理	2	1	1
第 15 周	8.导游应变技能 8.3 问题与事故的处理	2	1	1
第 16 周	8.导游应变技能 8.4 问题与事故处理 8.5 重大自然灾害避险、新冠常态化防控	2	1	1
第 16 周	9.导游相关知识 9.1 旅行社知识、旅游饭店知识、旅游景区知识、出入境知识等相关的其他知识	2	1	1
合计		64	36	28

六、课程教学实施建议

（一）组织实施建议

1.教学手段

采用“线上+线下混合式”教学:利用微课、慕课、SPOC 等教学资源，促进师生互动、生生互动，提高学生参与度。以行动为导向组织课程教学，突出学生的能力培养。基于工作过程,将本专业职业活动分解成若干典型工作项目，按完成工作项目需要和岗位操作规程，结合职业技能考证要求组织教学。以学生为主体，促使学生自主学习、协作探,充分发挥其学习主体作用,力求实现学生在学中做、做中学,做学合一目标,立足于学生实际操作能力培养。

2.教学方法

对于课程的教学，基于以行动导向的多种教学方法，深度校企合作创新

理论与实践的真正贯通，根据学生的实际情况，选择适当方法与途径，以达成教学目标。在教学过程中，课堂采用多媒体讲授，案例分析、模拟教学，任务驱动，PBL 教学法、项目设计、实地景点讲解、跟团训练等方式，教学情景的开展以学生为中心，结合旅游过程中的实际情况，充分发挥学生的应变能力。以下提供几种教学方法以作参考：

（1）案例教学法

案例教学法是一种以案例为基础的教学法，案例本质上是提出一种教育的两难情境，没有特定的解决之道，而教师于教学中扮演着设计者和激励者的角色,鼓励学生积极参与讨论,通过案例输送让学生找到解决问题新的思路。

（2）PBL 教学法

PBL 教学法以问题为导向的教学方法，是基于现实世界的以学生为中心的教育方式，是在教师引导下,“以学生为中心,以问题为基础”,通过采用小组讨论形式，学生围绕问题独立收集资料，发现问题、解决问题，培养学生自主学习能力。PBL 强调主动学习为主，提高学生分析问题和解决问题能力。

（3）任务驱动教学法

任务驱动教学法是紧紧围绕一个共同的任务活动中心,在强烈的问题动机的驱动下,积极主动应用学习资源,自主探索和互动协作学习。为学生提供体验实践的情境和感悟问题的情境,围绕任务展开学习,以任务的完成结果检验和总结学习过程等。任务驱动法以建构主义学习理论为基础,“以任务为主线、教师为主导、学生为主体”,创设情境、确定任务、自主学习、效果评价。

（4）现场教学法

现场教学法是指根据一定教学任务，组织学生到旅行社、旅游景区、旅游综合企业、乡村旅游点等不同类型企业，学生通过观察、实际操作、上岗培训等进行教学的组织形式。它是以现场为中心，以现场实物、具体工作任务为对象，以学生活动为主体的教学方法。

（二）教学团队建议

本课程教师团队由学校导师团队与企业导师团队共同构成,坚持专兼职、老中青相结合的原则，其中主讲教师应有行业企业一线工作经历，具有全国导游人员资格证书。教学团队应具备以下基本能力和素质：

1.学校导师:熟悉旅游管理专业现代学徒制教学模式,具备较强的理论知识同时具备较好的实践经验，定期外出学习和到企业锻炼；有较好的创新精神，能够指导学生进行实践训练，能够在景区进行现场情境教学。

2.企业导师:具备丰富的实践经验，熟悉现代学徒制模式，能够运用“师傅带徒弟”模式培养学生，能够进教室授课以及带领学生下企进行实践训练。

（三）教学条件建议

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。依托校园景区，开展校内全真教学实践实训。

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学

2.校内实训基本要求

实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	导游实训室	导游讲解训练	面积 150 平，无绳话筒，折叠椅 50 套，三维实景模拟导游仿真教学一体机。	50
2	华夏民族文化风情园（生产性实训基地:校园 AAA 景区）	现场导游	国家 AAA 景区标准配置。	50

3.校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展导游服务等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	中惠旅石燕湖景区	教学实践 旅游安全急救	面积：10 余平方公里； 石燕湖景区，金茂大酒店，惠旅智能（惠旅商城平台、智慧	50 人以上

			景区系统）、拓展训练基地	
2	中惠旅石牛寨景区	导游讲解 旅游安全急救	面积：10余平方公里； 石牛寨景区,石牛寨红色拓展训练学院等。	50人以上
3	亲和力旅行社岳阳分公司	岗位技能实习	面积：300多平，办公桌椅、电脑等。	50人以上

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供导游讲解服务等相关实习岗位，能涵盖当前旅游专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5.课程资源

充分利用旅游管理专业教学资源库、中国知网文献资料、全国导游大赛视频、湖南导游联盟等教学资源整合与运用促进教师的“教”与学生的“学”。引导鼓励教师利用职教云教学资源和中国大学慕课教学资源、超星等平台，采用线上线下混合教学,引导学生利用信息化教学条件自主学习,提升教学效果。

（1）推荐教材

《导游业务（第八版）》全国导游人员资格考试教材编写组主编，旅游教育出版社，2023年7月。

（2）参考教材

《导游实务（第二版）》 刘晓杰主编，化学工业出版社，2015年8月；《模拟导游（第四版）》 窦志萍主编，高等教育出版社，2019年10月；《导游实务（第三版）》殷剑、黄明亮主编，高等教育出版社，2014年9月。

（3）教学网站

《导游业务》，开课平台：智慧职教，主讲教师：仲涛，网址：https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.htmlcourseid=ao3yalokhonodqds47tina；《导游业务》，开课平台：智慧职教，主讲教师：王丹 冯静，网址：https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=2rxeap6oszdhdwxfzuwcng

（4）参考网络资源

中国知网 http://www.cnki.net;旅研网 http://www.cotsa.com;湖南导游联盟;https://www.6949.com/writer/daoyoulianmeng/ ;2019 全国导游大赛决赛视频 https://v.qq.com/x/page/c0395r5c0te.html;携程旅行网官网 https://www.ctrip.com

七、课程考核标准

《导游业务》课程强调实际操作能力。因此，本课程的考核将着重测试学生对导游业务的操作能力。考核内容包括形成性考核和终结性考核，其中过程性考核为 30%，终结性考核为 70%；理论考核与实践考核相结合，教师评价与学生评价相结合的方式进行，充分实现教学目标、人才培养目标，进一步提高了学生的综合素质。另外，值得一提的是本课程的期末考核内容是以湖南省导游人员资格考试为具体蓝本，结合本课程人才培养目标共同设置。

其中，平时考核包括学生出勤情况（5%）、课堂回答问题情况（5%）、作业完成情况(5%),实践能力考核(15%)；其中实践能力考核主要考查学生的语言表达能力（景点模拟讲解）、应变能力、礼仪知识，锻炼学生的心理素质。期末理论知识考核采用笔试方式,试卷以闭卷形式进行,占总成绩的 70%。

考核类型	考核内容	评价主体	评价标准	所占比例
过程性考核	出勤、纪律情况	教师	出勤、纪律情况、态度	5%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）	5%
	作业完成情况	教师 学生互评	课堂和课后作业完成情况（A+、A、A- 、B+、B、B- 、C+、C、C-）区分成绩	5%
	实践能力	教师 学生互评 学生自评	1.语言表达能力（景点模拟讲解）； 2.应变能力； 3.礼仪知识。	15%
终结性考核	期末考试 笔试：导游服务理论知识，案例分析（游客个别要求和常见旅游事故）	教师	导游服务理论知识，案例分析（游客个别要求和常见旅游事故，卷面 100 分制）	70%

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中,要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025 年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

《旅游新媒体营销》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	旅游新媒体营销	课程代码	2305210
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	先修课程	《全国导游基础知识》《旅游线路设计》等
后续课程	《专业综合训练》等	学时建议	72 学时
编制团队	学校：余汶洁、龚迎均 企业：黄武、刘小明、杨浩	审核人	李辉
制（修）订时间	2024 年 03 月		

二、课程性质与定位

本标准依据《旅游管理专业人才培养方案》中对《旅游新媒体营销》课程培养目标的要求制定。《旅游新媒体营销》课程是旅游管理专业的一门必修课程,同时也是一门理论性、实践性极强的专业核心课程。《全国导游基础知识》《旅游线路设计》等先修课程为本课程的学习打下了知识基础，本课程的学习为《专业综合训练》和《毕业设计》等后续课程学习做了铺垫。通过本课程学习,树立独立思考、勤奋工作意识,树立现代新媒体营销理念和市场意识等职业素养,使学生掌握旅游新媒体营销学的普遍规律、基本原理和基本技能等,能进行旅游新媒体产品营销,能够为旅游企业制定新媒体营销策划方案等,为从事旅游新媒体营销和旅游管理以及相关行业工作奠定良好基础。

三、课程教学目标

（一）总体目标

《旅游新媒体营销》是旅游管理专业核心课程，主要介绍了旅游新媒体营销的基本概念、基本原理、基础知识和操作流程等。通过十个项目的学习，即认识旅游新媒体营销、探究旅游营销机会、探究旅游营销策略、构建旅游用户画像、制作旅游营销内容、运用新媒体编辑工具、打造应用平台矩阵、运营旅游用户、变现经济价值、策划旅游新媒体营销活动，培养学生的旅游信息收集能力、编辑能力、数据分析能力、旅游策划及文案能力，切实提高学生的实际操作能力和处理实际问题的综合能力。

（二）具体目标

1.素质目标

（1）树立新媒体营销意识;

（2）养成诚信守法的旅游新媒体营销职业道德修养；

（3）具备自觉遵守公序良俗、坚持正确舆论导向和价值取向的意识；

（4）养成创新意识、创新思维、团队合作精神与终身学习的良好习惯。

2.知识目标

（1）说出旅游新媒体营销、旅游营销机会、旅游营销策略概念及内涵；

（2）比较不同旅游用户特征；

（3）说出旅游新媒体营销活动涵盖的内容；

（4）整理并归纳旅游平台矩阵及搭建方案；

（5）概括用户运营技巧及用户运营方案；

（6）转化用户，建立用户变现路径；

（7）归纳旅游新媒体营销策划的常用方法和编写流程。

3.能力目标

（1）能够运用所学知识去解决现实生活旅游新媒体营销的问题；

（2）能够借用多种信息平台，采集旅游用户数据，构建旅游用户画像；

（3）能够灵活运用图文设计、视频编辑、音频编辑等新媒体编辑工具；

（4）能够灵活运用抖音短视频、微博、微信打造平台矩阵；

（5）能够灵活运用用户运营技巧，采取有效的旅游用户运营；

（6）能够灵活运用用户变现路径，采取有效的变现方式；

（7)能够灵活运用新媒体营销组合策略,编写旅游新媒体营销策划方案，并能策划旅游新媒体营销活动。

四、课程教学内容与设计

课程内容与教学要求

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
项目一	认识旅游新媒体营销	1.了解旅游营销发展历程； 2.初识旅游新媒体营销理念； 3.解析旅游新媒体营销模式。	1.说出旅游营销的发展历程； 2.概括旅游新媒体营销市场营销学理念； 3.灵活运用旅游新媒体营销模式的学习方法与学习途径。	2
项目二	探究旅游营销机会	1.调研旅游营销环境； 2.分析旅游市场需求； 3.确定旅游市场定位；	1.说出旅游营销环境基本概念； 2.概括旅游市场需求； 3.能以某旅游企业为例，进行调研旅游营销环境、旅游目标市场需求分析、明确旅游市场定位。	4
项目三	探究旅游营销策略	1.设计旅游产品营销策略； 2.确定旅游产品价格策略； 3.选择旅游营销渠道策略； 4.制定旅游促销组合策略。	1.归纳旅游市场营销中产品、价格、促销、渠道四大要素的概念和特点； 2.结合项目案例，了解四大要素在旅游行业中的具体体现；	6

			3.运用四大要素完成旅游营销实践活动	
项目四	构建旅游用户画像	1.采集旅游用户数据； 2.熟悉数据营销策略； 3.构建旅游用户画像。	1.说出用户画像的概念； 2.说出用户画像标签分类； 3.归纳用户画像的构建； 4.分析某平台用户画像。	6
项目五	制作旅游营销内容	1. 确定旅游营销选题； 2. 介绍内容营销工具； 3. 设计旅游营销内容。	1.说出旅游营销选题的依据； 2.说出十种内容营销工具； 3.能运用内容营销的四大免费工具，打造旅游营销内容。	8
项目六	运用新媒体编辑工具	1.掌握图文设计工具； 2.掌握视频编辑工具； 3.掌握音频编辑工具。	1.能运用四种图文设计工具； 2.能运用三种视频编辑工具； 3.能运用三种音频编辑工具。	8
项目七	打造应用平台矩阵	1.认识旅游平台矩阵； 2.熟悉矩阵搭建方案； 3.打造应用平台矩阵。	1.说出旅游平台矩阵的概念； 2.结合项目案例，了解矩阵搭建方案； 3.能运用平台矩阵完成旅游新媒体营销实践活动 。	8
项目八	运营旅游用户	1.认识用户运营技巧； 2.设计用户运营方案； 3.实施旅游用户运营。	1.结合项目案例，运用用户运营技巧设计用户运营方案； 2.选择旅游电商线上旅游营销平台，研究其运营流程，分析该平台的盈利模式，尝试将旅游运营模式进行优化。	8
项目九	变现经济价值	1.认识变现运营方式； 2.设计变现营销方案； 3.实施经济变现运营。	1.说出用户变现路径； 2.撰写变现营销方案。	10
项目十	策划旅游新媒体营销活动	1.掌握旅游新媒体营销活动内容； 2.熟悉旅游新媒体营销大赛方案； 3.策划旅游新媒体营销活动。	1.说出旅游新媒体营销活动内容； 2.策划一场新媒体营销活动,制作一份 PPT 旅游新媒体营销大赛方案和一份 word 详细说明书。	12
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 55.6%）			理论学时	32
			实践学时	40

五、课程进程与安排

周次	授课章节与内容提要	教学课时		
		合计	理论讲授	实践教学
第 1 周	1.认识旅游新媒体营销 1.1 了解旅游营销的发展历程； 1.2 初识旅游新媒体营销理念；1.3 解析旅游新媒体营销模式。	2	2	
第 1 周	2. 探究旅游营销机会 2.1 调研旅游营销环境 2.2 分析旅游市场需求	2	2	
第 2 周	2. 探究旅游营销机会 2.3 确定旅游市场定位	2	1	1
第 2 周	3. 探究旅游营销策略 3.1 设计旅游产品营销策略 3.2 确定旅游产品价格策略	2	2	
第 3 周	3. 探究旅游营销策略 3.3 选择旅游营销渠道策略 3.4 制定旅游促销组合策略	2	2	
第 3 周	3.探究旅游营销策略 3.4 制定旅游促销组合策略实战与训练	2		2
第 4 周	4.构建旅游用户画像 4.1 采集旅游用户数据	2	2	
第 4 周	4. 构建旅游用户画像 4.2 熟悉数据营销策略	2	1	1
第 5 周	4.构建旅游用户画像 4.3 构建旅游用户画像	2	1	1
第 5 周	5. 制作旅游营销内容 5.1 确定旅游营销选题	2	2	
第 6 周	5. 制作旅游营销内容 5.2 介绍内容营销工具	2	1	1
第 6 周	5. 制作旅游营销内容 5.3 设计旅游营销内容	2	1	1
第 7 周	5. 制作旅游营销内容 5.3 设计旅游营销内容实战与训练	2		2
第 7 周	6. 运用新媒体编辑工具 6.1 掌握图文设计工具	2	1	1
第 8 周	6. 运用新媒体编辑工具 6.2 掌握视频编辑工具	2	1	1
第 8 周	6.运用新媒体编辑工具 6.3 掌握音频编辑工具	2	1	1
第 9 周	6.运用新媒体编辑工具实战与训练（图文、视频、音频）	2		2
第 9 周	7. 打造应用平台矩阵 7.1 认识旅游平台矩阵	2	1	1
第 10 周	7. 打造应用平台矩阵 7.2 熟悉矩阵搭建方案	2	1	1

第 10 周	7. 打造应用平台矩阵 7.3 打造应用平台矩阵	2	1	1
第 11 周	7. 打造应用平台矩阵 7.3 打造应用平台矩阵实战与训练	2		2
第 11 周	8. 运营旅游用户 8.1 认识用户运营技巧	2	1	1
第 12 周	8. 运营旅游用户 8.2 设计用户运营方案	2	1	1
第 12 周	8. 运营旅游用户 8.3 实施旅游用户运营	2	1	1
第 13 周	8. 运营旅游用户 8.3 实施旅游用户运营实战与训练	2		2
第 13 周	9. 变现经济价值 9.1 认识用户运营技巧	2	1	1
第 14 周	9. 变现经济价值 9.2 设计变现营销方案（一）	2	1	1
第 14 周	9. 变现经济价值 9.2 设计变现营销方案（二）实战与训练	2		2
第 15 周	9. 变现经济价值 9.3 实施经济变现运营（一）	2	1	1
第 15 周	9. 变现经济价值 9.3 实施经济变现运营（二）实战与训练	2		2
第 16 周	10.策划旅游新媒体营销活动 10.1 掌握旅游新媒体营销活动内容（一）	2	1	1
第 16 周	10.策划旅游新媒体营销活 10.1 掌握旅游新媒体营销活动内容（二）实战与训练	2		2
第 17 周	10.策划旅游新媒体营销活动 10.2 熟悉旅游新媒体营销大赛方案	2	1	1
第 17 周	10.策划旅游新媒体营销活动 10.2 熟悉旅游新媒体营销大赛方案（二）实战与训练	2		2
第 18 周	10.策划旅游新媒体营销活动 10.3 策划旅游新媒体营销活动（一）	2	1	1
第 18 周	10.策划旅游新媒体营销活动 10.3 策划旅游新媒体营销活动（二）实战与训练	2		2
合计		72	32	40

六、课程教学实施建议

（一）组织实施建议

1.教学手段

本课程主要通过学习通、职教云和大学慕课等教学资源，利用 MAKA、易启秀、抖音、小红书等新媒体工具，以任务驱动、案例教学等方法组织课程教学，提高学生参与度。 通过学习通课前发布任务，学生提前准备，搜集相关资料，调研市场、分析数据等，小组讨论完成任务，老师解答任务完成过程中碰到的问题，学生获得本课程的基本理论知识和技能。同时，结合企业实际，运用案例教学，引导学生结合所学知识分析实际问题，激发学生兴趣。

2.教学方法

本课程教学主要采用讲授法、任务驱动法、案例教学法、合作学习法等方法；课堂讲授采用多媒体教学与传统教学相结合的方式，辅以“互联网+”的方式为补充。

（1）讲授法：通过教师讲授，阐明新媒体基本原理，根据学习内容联系现实事例，设计并引导学生思考问题，再讲授基本概念、重点和难点。在讲授中避免平铺直叙和满堂灌输；

（2）任务驱动法：创设任务情境，以学生为中心，坚持自主学习与小组

合作相结合、将旅游新媒体营销相关理论知识融于任务完成的过程中，从而激发学生学习的兴趣和主动性；

（3）案例教学法：以案例为基础教学法，根据理论知识引用旅游营销案例,引导学生结合理论知识分析讨论,再由老师总结归纳；

（4）合作学习法：通过小组合作学习，共同探究新媒体的某一问题，强化知识应用意识，从而培养学生的合作意识、探究意识和发现问题、分析问题、解决问题的能力。

（二）教学团队建议

本课程教师团队由学校导师团队与企业导师团队共同构成,坚持专兼职、老中青相结合的原则,其中主讲教师应有行业企业一线工作经历,具有全国导游人员资格证书或相应职业技能等级证书。教学团队应具备以下能力和素质:

1.学校导师:熟悉旅游管理专业现代学徒制教学模式,具备较强的理论知识同时具备较好的营销实战经验，定期外出学习和到企业锻炼；有较好的创新精神，能够指导学生进行实践训练，能够在旅游企业进行现场教学。

2.企业导师:具备丰富的实践经验,熟悉现代学徒制模式,能够运用“师傅带徒弟”模式培养学生，能够进教室授课以及带领学生到企业进行实践训练。

（三）教学条件建议

教学设施能满足本课程教学实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。依托校园景区，开展校内全真教学实践实训。

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学
2	计算机机房	配备黑板，计算机及网络系统。安装应急照明装置，设置灭火器等消防设备，符合紧急疏散要求。配备空调等降温设施。计算机网络安装，教师广播控制系统及相关软件。	实施上机操作性内容教学

2.校内实训基本要求

实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	市场营销实训室	旅游产品营销实训	面积 150 平，学生桌椅；电脑；投影仪；白板；推广软件。	50

3.校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展旅游营销服务等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	湖南宝中旅行社岳阳分公司	旅游产品营销实训、教学实践	面积：500 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
2	中惠旅石牛寨景区	旅游产品营销实训、教学实践	面积：10 余平方公里；石牛寨景区，石牛寨红色拓展训练学院等。	50 人以上
3	湖南海外旅行社岳阳分公司	旅游产品营销实训、教学实践	面积：500 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供旅游产品营销等相关实习岗位，能涵盖当前旅游专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5.课程资源

（1）推荐教材

《旅游新媒体营销》，罗达丽主编，郑州大学出版社，2023 年 6 月版.

（2）参考教材

《旅游市场营销》.华中科技大学出版社，廖钟迪；2020 年.《旅游市场营销》.华中科技大学出版社，韩燕萍.2019 年；《旅游市场营销》.科学出版社，王英霞；2017 年.《旅游市场营销与策划：理论、实务、案例、实训（第三版）》.李学芝.东北财经大学出版社，2018

（3）教学网站

《旅游市场营销》，开课院校：青岛酒店管理职业技术学院，2020 年，网址：https://www.icve.com.cn/study/directory/directory_list.html?courseId=dmebawgruzha7xf3cjrvq

《旅游市场营销》，开课院校：长沙商贸旅游职业技术学院，2020 年，

网址：https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=85jbajkr37tjsqxw5nojga

（4）参考网络资源

智慧职教 https://www.icve.com.cn/；超星学习通 http://i.mooc.chaoxing.com；蓝墨云班课 https://www.mosoteach.cn；携程旅游网 https://www.ctrip.com；去哪儿旅游网 https://www.qunar.com；MAKA （H5、海报制作）https://www.maka.im；易企秀（H5、海报制作） https://store.eqxiu.com/；小红书 https://www.xiaohongshu.com/

七、课程考核标准

本课程考核采取形成性考核和终结性考核相结合的方式进行，充分体现教学目标与人才培养目标相统一，进一步提高学生的综合素质。其中,过程性考核占 40%，终结性考核占 60%。形成性考核由出勤纪律情况(5%)、课堂活动参与情况(5%)、作业完成情况(5%)和实践能力(25%)组成，实践能力考核主要考查学生的问卷设计能力和旅游商品营销能力。终结性考核即期末考核，由校企双导师设计场景,学生分组设计某类营销策划方案的方式进行，占总成绩的 40%。其具体考核标准如下：

考核类型	考核内容	评价主体	评价标准	所占比例
过程性考核	出勤、纪律情况	教师	出勤、纪律情况、态度	5%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）	5%
	作业完成情况	教师 学生互评	课堂和课后作业完成情况（A+、A、A- 、B+、B、B- 、C+、C、C-）区分成绩	5%
	实践能力	校企教师 学生互评 学生自评	1.调查问卷设计 2.旅游商品营销	25%
终结性考核	期末考核	校企互评	新媒体营销策划方案	60%

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中,要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025 年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

《现场导游》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	现场导游	课程代码	2205211
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	先修课程	《导游业务》等
后续课程	《旅行社经营与管理》等	学时建议	72 课时
编制团队	学校：李辉、常新利 企业：易繁、连波、张苗	审核人	李辉
制（修）订时间	2024 年 03 月		

二、课程性质与定位

本标准依据《旅游管理专业人才培养方案》中对《现场导游》课程培养目标的要求制定。《现场导游》是旅游管理专业核心课程,也是专业必修课程。是导游岗位的核心能力课程,也是全国导游人员资格考试必考科目之一,本课程具有较强的实践性。通过课程学习，掌握一名合格导游人员必须具备的理论及实操知识,帮助学生顺利通过现场导游考试;提高学生职业技能和实际工作能力,毕业后能胜任导游工作。本课程既是《导游业务》《全国导游基础知识》《旅游政策与法规》等课程知识的综合运用,也为《旅游新媒体营销》等后续课程学习奠定基础。

三、课程教学目标

（一）总体目标

通过该课程的学习,学生应掌握 10 个景点知识（湖南省博物馆马王堆西汉古墓陈列、韶山毛泽东同志故居、岳阳楼、天子山旅游区、天门山旅游区、凤凰古城旅游区、南岳衡山旅游区、崀山旅游区、花明楼景区、东江湖旅游区）和湖南概况（自然地理、人文地理、历史沿革、历史名人、民风民俗、风物特产、饮食文化、戏曲文化、旅游业发展概况、主要旅游景区）等知识,能够利用所学知识顺利通过导游资格证的考试,能够利用所学知识为游客进行准确、流利的现场导游讲解,为学生毕业从事导游服务工作打下良好的基础。

（二）具体目标

1.素质目标

（1)具有服务意识,树立优良导游职业道德修养,自觉遵守职业道德规范;

（2）具有良好的团队协作意识;

（3）养成吃苦耐劳、耐心细致的品质;

（4）养成良好的沟通意识。

2.知识目标

（1）背诵湖南省博物馆马王堆西汉古墓陈列、韶山毛泽东同志故居、岳阳楼、天子山、天门山旅游区、凤凰古城旅游区、南岳衡山旅游区、崀山旅游区、花明楼景区、东江湖旅游区导游词及相关知识；

（2）背诵湖南概况：湖南自然地理、湖南人文地理、湖南历史沿革、湖南历史名人、湖南民风民俗、湖南风物特产、湖南饮食文化、湖南戏曲文化、湖南旅游业发展概况、湖南主要旅游景区等相关知识。

3.能力目标

（1）较强的口头与书面表达能力；

（2）灵活运用所学知识为游客进行准确、流利地导游讲解；

（3）具有现场导游过程中处理各种突发事件的能力；

（4）灵活运用所学知识向游客宣传中国大好河山，讲好最美“中国故事”。

四、课程教学内容与设计

课程内容与教学要求

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
项目一	湖南旅游景点讲解	1 现场导游考试规程讲解 2 湖南省博物馆马王堆西汉古墓陈列 3 韶山毛泽东同志故居；4 岳阳楼景区；5 天子山旅游区；6 天门山旅游区；7 凤凰古城旅游区；8 南岳衡山旅游区；9 崀山旅游区；10 花明楼景区；11 东江湖旅游区；	1 背诵景点相关知识； 2 使用景点讲解技巧，能准确生动地讲解各景点导游词，讲解方法运用得当，具有较强的感染力； 3 使用导游讲解时站姿、走姿、目光语、微笑语、手势语、方位语等体态语的应用。	32
项目二	湖南概况讲解	1 湖南自然地理；2 湖南人文地理；3 湖南历史沿革；4 湖南历史名人；5 湖南民风民俗；6 湖南风物特产；7 湖南饮食文化；8 湖南戏曲文化；9 湖南旅游业发展概况；10 湖南主要旅游景区（点）。	1 背诵湖南省政治、经济、文化、社会等方面的综合知识；回答湖南省政治、经济、文化、社会发展等方面的问题； 2 能准确生动地讲解湖南概况，要求条理清晰，讲解方法运用得当，具有较强的感染力。	40
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 55.5%）			理论学时	32
			实践学时	40

五、课程进程与安排

课程进程与安排表

周次	授课章节与内容提要	教学课时		
		合计	理论讲授	实践教学
第 1 周	1.现场导游考试规程讲解	2	1	1
第 1 周	2.导游词范例 2.1 熟悉马王堆汉墓导游词并模拟讲解	2	1	1
第 2 周	2.2 熟悉马王堆汉墓导游词并模拟讲解	2	1	1
第 2 周	2.3 熟悉毛泽东故居导游词并模拟讲解	2	1	1
第 3 周	2.4 熟悉毛泽东故居导游词并模拟讲解	2	1	1
第 3 周	2.5 熟悉岳阳楼导游词并模拟讲解	2	1	1

第 4 周	2.6 熟悉岳阳楼导游词并模拟讲解	2	1	1
第 4 周	2.7 熟悉天子山导游词并模拟讲解	2		2
第 5 周	2.8 熟悉天门山导游词并模拟讲解	2		2
第 5 周	2.9 熟悉凤凰古城旅游区导游词并模拟讲解	2	1	1
第 6 周	2.10 熟悉凤凰古城旅游区导游词并模拟讲解	2	1	1
第 6 周	2.11 熟悉南岳衡山导游词并模拟讲解	2	1	1
第 7 周	2.12 熟悉南岳衡山导游词并模拟讲解	2	1	1
第 7 周	2.13 熟悉崑山导游词并模拟讲解	2		2
第 8 周	2.14 熟悉花明楼导游词并模拟讲解	2	1	1
第 8 周	2.15 熟悉花明楼导游词并模拟讲解	2	1	1
第 9 周	2.16 熟悉东江湖导游词并模拟讲解	2		2
第 9 周	3.湖南旅游与文化专题 3.1 湖南地理（自然、人文）	2	1	1
第 10 周	3.2 湖南历史	2	1	1
第 10 周	3.3 湖南名人	2	1	1
第 11 周	3.4 湖南民风民俗	2	1	1
第 11 周	3.5 湖南风物特产	2	1	1
第 12 周	3.6 湖南饮食文化	2	1	1
第 12 周	3.7 湖南戏曲文化	2	1	1
第 13 周	3.8 湖南旅游业发展概况	2	1	1
第 13 周	3.9 湖南主要旅游景区（长沙、株洲、湘潭）	2	1	1
第 14 周	3.10 湖南主要旅游景区（岳阳、衡阳、邵阳、常德）	2	1	1
第 14 周	3.11 湖南主要旅游景区（益阳、张家界、郴州、永州）	2	1	1
第 15 周	3.12 湖南主要旅游景区（怀化、娄底、湘西土家族苗族自治州）	2	1	1
第 15 周	4.对湖南概况讲解进行专题实训	2	1	1
第 16 周	4.1 对湖南概况讲解进行专题实训	2	1	1
第 16 周	5.按照导游考证要求对 10 篇导游词进行专题实训	2	1	1
第 17 周	5.1 按照导游考证要求 10 篇导游词进行专题实训	2	1	1
第 17 周	5.2 按照导游考证要求 10 篇导游词进行专题实训	2	1	1
第 18 周	5.3 按照导游考证要求 10 篇导游词进行专题实训	2	1	1
第 18 周	5.4 按照导游考证要求 10 篇导游词进行专题实训	2	1	1
合计		72	32	40

六、课程教学实施建议

（一）组织实施建议

1、教学手段

采用“线上+线下混合式”教学：利用微课、慕课、SPOC 等教学资源，促进师生互动、生生互动，提高学生参与度。以行动为导向组织课程教学，突出学生的能力培养。基于工作过程，将本专业职业活动分解成若干典型的工作项目，按完成工作项目的需要和岗位操作规程，结合职业技能考证要求组织教学。以学生为主体，促使学生自主学习、协作探究，充分发挥其学习主体作用，力求实现学生在学中做、做中学，做学合一的目标，立足于加强学生实际操作能力的培养。

2、教学方法

对于课程的教学，基于以行动导向的多种教学方法，深度校企合作创新理论与实践的真正贯通，根据学生的实际情况，选择适当方法与途径，以达

成教学目标。在教学过程中，课堂多采用媒体讲授，案例分析、模拟教学，任务驱动，PBL 教学法、项目设计、实地景点讲解、跟团训练等方式，教学情景的开展以学生为中心，结合旅游过程中的实际情况，充分发挥学生的应变能力。以下提供几种教学方法以作参考：

（1）案例教学法

案例教学法是一种以案例为基础的教学法,案例本质上是提出一种教育的两难情境,没有特定的解决之道,而教师于教学中扮演着设计者和激励者的角色,鼓励学生积极参与讨论,通过案例的输送让学生找到解决问题新的思路。

（2）PBL 教学法

PBL 以问题为导向的教学方法,是基于现实世界的以学生为中心的教育方式,是在教师的引导下,“以学生为中心，以问题为基础”,通过采用小组讨论的形式,学生围绕问题独立收集资料，发现问题、解决问题,培养学生自主学习能力。PBL 强调以主动学习为主，提高学生分析问题和解决问题的能力。

（3）任务驱动教学法

任务驱动教学法是紧紧围绕一个共同的任务活动中心，在强烈的问题动机的驱动下，通过对学习资源的积极主动应用，进行自主探索和互动协作的学习。能为学生提供体验实践的情境和感悟问题的情境，围绕任务展开学习，以任务的完成结果检验和总结学习过程等。通过任务驱动法以建构主义学习理论为基础，“以任务为主线、教师为主导、学生为主体”，进行创设情境、确定任务、自主学习、效果评价。

（4）现场教学法

现场教学法是指根据一定教学任务，组织学生到旅行社、旅游景区、旅游综合企业、乡村旅游点等不同类型企业，学生通过观察、实际操作、上岗培训等进行教学的组织形式。它是以现场为中心，以现场实物、具体工作任务为对象，以学生活动为主体的教学方法。

（二）教学团队建议

本课程教师团队由学校导师团队与企业导师团队共同构成,坚持专兼职、老中青相结合原则,其中主讲教师应有行业企业一线工作经历,具有全国导游人员资格证书。教学团队应具备以下基本能力素质：

1.学校导师:熟悉旅游管理专业现代学徒制教学模式,具备较强的理论知识同时具备较好的实践经验，定期外出学习和到企业锻炼；有较好的创新精神，能够指导学生进行实践训练，能够在景区进行现场情境教学。

2.企业导师:具备丰富的实践经验，熟悉现代学徒制教学模式，能够运用“师傅带徒弟”模式培养学生，能够进教室授课以及带领学生下企实践训练。

（三）教学条件建议

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。依托校园景区，开展校内全真教学实践实训。

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学

2.校内实训基本要求

实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	导游实训室	导游讲解训练	面积 150 平，无绳话筒，折叠椅 50 套，三维实景模拟导游仿真教学一体机。	50
2	华夏民族文化风情园（生产性实训基地:校园 AAA 景区）	现场导游	国家 AAA 景区标准配置。	50

3.校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地，能够开展现场导游讲解服务等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能 （实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	岳阳楼洞庭湖风景名胜区	现场导游讲解 旅游安全急救	面积：1300 多平方公里 岳阳楼景区、君山岛景区、洞庭湖博物馆、汴河街等。	20 人以上
2	湖南省中旅国际文化旅游集团	导游等岗位训练、教学实践	面积：1500 多平，办公桌椅、电脑等。	100 人以上

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供现场导游讲解服务等相关实习岗位，能涵盖当前旅游专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5、课程资源

利用旅游管理专业教学资源库、导游现场考试视频、导游大赛视频、湖南导游联盟、导游错误行为示范案例等资源整合与运用促进教师“教”与学生“学”。鼓励教师利用职教云、大学慕课教学资源、超星学习通教学平台，采用线上线下混合教学,引导学生利用信息化平台自主学习,提升教学效果。

（1）推荐教材

《导游服务能力》湖南省导游资格考试教材编写组，中国旅游出版社，2022年8月。

（2）参考教材

《导游实务（第二版）》 刘晓杰主编，化学工业出版社，2015年8月；《模拟导游（第四版）》 窦志萍主编，高等教育出版社，2019年10月；《导游实务（第三版）》殷剑、黄明亮主编，高等教育出版社，2014年9月；《导游服务能力》湖南省全国导游资格考试教材编写组主编，湘潭大学出版社，2018年6月。

（3）教学网站

《现场导游》，开课平台：超星学习通，主讲教师：李辉，网址：http://mooc1-1.chaoxing.com/course/218858609.html;《模拟导游》，开课平台：智慧职教，主讲教师：杜雷，网址：https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=a9elalokpaxo31rotwvdrg;《模拟导游》，开课平台：智慧职教，主讲教师：高媛，网址：https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=abewajinxljmypvdn6wx1q

（4）参考网络资源

中国知网http://www.cnki.net;旅研网http://www.cotsa.com;湖南导

游联盟 https://www.6949.com/writer/daoyoulianmeng/ ;全国导游大赛决赛视频 https://v.qq.com/x/page/c0395r5c0te.html2019;携程旅行网官网 https://www.ctrip.com;全国导游资格证考试湖南考区现场导游考试视频 https://www.bilibili.com/video/av34059135/?redirectFrom=h52018;2022 全国职业院校技能大赛高职组导游服务赛项 (yun-live.com)

七、课程考核标准

《现场导游》课程考核和评价采取多元化的形式,注重以学生导游讲解综合职业能力的获得为目标,考查学生平时态度,并重点对学生完成每部分学习任务实践过程和最终完成整体任务的综合结果两部分进行并重考核。通过学习及职业态度考核、任务考核、综合讲解考核评定课程整体成绩。学习及职业态度包括出勤、平时表现及作业情况等,占整体成绩 10%。任务考核是对各学习情境中完成学习任务的实践表现,获得知识、技能及能力的综合评价,教师选定学习任务进行考核,由学生本人、小组和教师三个主体进行评价,最后再根据进行考核的各学习任务所得分数计算出平均分为最终任务考核成绩,占整体成绩 30%。综合讲解考核是对学生导游讲解理论与实践综合职业能力的考查,以湖南省导游人员资格考试为具体蓝本,结合本课程人才培养目标共同设置学生以定点景点导游讲解学习情境中 10 个景点和湖南概况讲解为样本,学生盲抽三个景点,选择一个景点,在教师设置情境中进行完整现场导游讲解并回答相关问题,由教师和企业专家评定,占整体成绩 60%。如表所示:

考核类型	考核内容	评价主体	评价标准	所占比例
过程性考核	学习及职业态度	教师	出勤、纪律情况; 学习态度。	10%
	任务考核	学生本人 小组 教师	对各学习情境中完成学习任务的实践表现,获得知识、技能及能力的综合评价。	30%
终结性考核	综合讲解考核	教师 企业专家	湖南省 10 个景点讲解及湖南概况讲解。	60%

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中,要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动,三年一大动”专业建设原则,2025 年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价,根据年度质量评价报告,对本课标适时优化调整,以保证专业教学的正常实施。

《旅游线路设计》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	旅游线路设计	课程代码	2205212
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	先修课程	《旅游概论》《全国导游基础知识》等
后续课程	《旅游新媒体营销》等	学时建议	72 课时
编制团队	学校：常新利、李辉、白扬易 企业：黄武、易繁、彭闯	审核人	李辉
制（修）订时间	2024 年 03 月		

二、课程性质与定位

本标准依据《旅游管理专业人才培养方案》中对《旅游线路设计》课程培养目标的要求制定。《旅游线路设计》课程是旅游管理专业必修课程，也是一门专业核心课程，是技能抽查中必考项目，也是 1+X“旅行策划证书”课证融通的主要课程。《旅游概论》和《全国导游基础知识》等先修课程的学习为本课程的学习打下了知识基础，本课程学习也为《旅游新媒体营销》《专业综合训练》等后续课程的学习做了铺垫。通过本课程学习，学生树立成本意识、市场意识、风险意识和创新意识等，能够掌握旅游线路设计的基本方法与技巧，为今后从事旅行社计调、旅游线路设计及相关工作奠定坚实基础。

三、课程教学目标

（一）总体目标

通过本课程学习，学生能够分析旅游资源特色，并描述与论证产品创意；能够进行产品节点规划和编排行程，制作行程单；能够对产品进行成本核算，利润预估和产品定价；能够设计常规旅游线路和主题旅游线路等；具备旅行社计调和旅游线路设计人员职业素质和工作能力，为今后从事旅行社计调、旅游线路设计及相关工作打下基础。

（二）具体目标

1.素质目标

（1）具有文化自信心和文化传承意识；

（2）具有市场意识、成本意识和创新意识；

（3）养成独立思考、分析问题和解决问题的学习习惯；

（4）具有风险意识和规范意识；

（5）具有较强的集体意识和团队合作精神。

2.知识目标

（1）比较不同类型旅游线路的特点；

（2）预测旅游线路的转型方向；

（3）阐述旅游线路设计与旅游业、旅游者之间关系；

（4）描述各类旅游资源的特色及吸引力；

（5）归纳旅游线路节点规划原则；

（6）归纳旅游线路设计行程编排的原则、方法和内容；

（7）说出旅游线路成本核算的内容；

（8）比较旅游线路产品不同的定价方法；

（9）归纳不同类型旅游线路的创意设计原则及方法。

3.能力目标

（1）能够绘制不同类型旅游线路的空间布局形态图；

（2）能够提炼旅游线路的主题特色；

（3）能够对城市节点、景区、餐饮住宿和交通集散节点规划；

（4）能够编排完整、顺畅且合理的旅游线路产品；

（5）能够对旅游线路进行成本核算与定价；

（6）能够根据旅游团行程及安排填写《湖南旅游“一诚通”电子行程单》；

（7）能够对比分析不同线路的优劣势，根据游客的类型及个性化要求推荐适合的旅游线路；

（8）能够设计不同主题的旅游线路并用 PPT 展示宣讲。

四、课程教学内容与设计

课程内容与教学要求

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
项目一	认识旅游线路	1.旅游线路的内涵； 2.旅游线路的构成要素； 3.旅游线路的转型方向。	1.分析不同研究者对旅游线路的定义，提炼出他们对旅游线路的共同特征描述，形成自己对旅游线路概念的理解； 2.根据案例区分不同线路类型和阐述线路不同类型的特点； 3.说出旅游线路各构成要素的特点，能将线路各构成要素之间进行优化组合； 4.分析旅游线路产品新形态，预测旅游线路的转型方向。	4
项目二	认识旅游线路设计	1.旅游线路设计的内涵； 2.旅游线路设计理论基础； 3.旅游线路设计方法原则； 4.旅游线路设计工作流程； 5.旅游线路设计素质要求。	1.说出旅游线路设计与旅游业、旅游者之间关系，说明线路设计的工作重要性； 2.搜集具体案例并分析案例中旅游线路设计理论； 3.通过案例梳理出旅游线路设计方法与原则； 4.通过案例梳理出旅游线路设计的工作流程；	6

			5.通过前面所学，自身判断是否能达到旅游线路设计人员要求。	
项目三	旅游线路产品策划创意	1.旅游目的地旅游资源分析； 2.旅游线路产品创意描述； 3.旅游线路产品创意论证。	1.从地文景观、水域风光、生物景观等角度分析自然旅游资源的稀有度和审美意蕴等； 2.从遗址遗迹、建筑与设施、人文活动角度人文旅游资源的历史文化、科学艺术和观赏有其价值等； 2.提炼旅游线路产品的主题特色； 3.对比分析同类型旅游线路的优劣势。	8
项目四	旅游线路产品行程规划	1 旅游线路产品节点规划； 2 旅游线路产品行程编排； 3 旅游线路产品行程单制作。	1.考虑城市之间的可进入性、景区的吸引力、餐饮住宿设施及服务质量，对城市节点、景区、餐饮住宿和交通集散节点进行规划； 2.能够编排完整、顺畅且合理的旅游线路产品； 3.写出完整且体现产品特点的旅游线路名称； 4.准确、具体描述旅游行程的安排； 5.按照法律法规要求，规范填写旅游行程单，撰写服务标准和安全提示等。	12
项目五	旅游线路产品定价	1.旅游线路产品成本核算； 2.旅游线路产品利润预估； 3.旅游线路产品定价。	1.核算旅游线路产品构成各个要素的成本，掌握成本控制方法； 2.遵循比例原则、固定最低利润原则等，分析估算旅游线路利润； 3.依据成本导向定价法、损益平衡分析法定价方法给旅游线路产品定价,并填写团队成本明细表。	10
项目六	常规旅游线路设计	1 湖南省常规旅游线路设计； 2 国内其他地区热门旅游线路设计； 3 港澳台及国外旅游线路对比设计。	1.设计湖南省内旅游线路，填写湖南旅游“一诚通”电子行程单； 2.对比分析国内不同地区的旅游线路优劣势； 3.按照要求设计国内其他地区热门旅游线路； 4.通过案例对比分析港澳台及国外的同类型线路的优劣势；	16
项目七	主题旅游线路设计	1.研学旅游线路设计； 2.红色旅游线路设计； 3.康养旅游线路设计； 4.亲子旅游线路设计。	1.根据任务单案例设计不同主题线路并进行定价； 2.分组用 PPT 展示宣讲不同主题线路； 3.分组辨析各主题线路产品优劣并阐述理由，根据意见改进方案。	16
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 66.1%）			理论学时	28
			实践学时	44

五、课程进程与安排

课程进程与安排表

周次	授课章节与内容提要	教学课时		
		合计	理论讲授	实践教学
第 1 周	1.认识旅游线路 1.1 旅游线路的内涵（一）:定义及特点 1.1 旅游线路的内涵（二）:类型	2	2	
第 1 周	1.认识旅游线路 1.2 旅游线路的构成要素：交通、住宿、餐饮、景区、娱乐、购物 1.3 旅游线路的转型方向	2	2	
第 2 周	2.认识旅游线路设计 2.1 旅游线路设计的内涵：概念、内容及意义 2.2 旅游线路设计的理论基础	2	2	
第 2 周	2.认识旅游线路设计 2.3 旅游线路设计的方法及原则	2	2	
第 3 周	2.认识旅游线路设计 2.4 旅游线路设计的工作流程 2.5 旅游线路设计人员素质要求	2	2	
第 3 周	3 旅游线路产品的策划创意 3.1 旅游目的地旅游资源分析（一）：自然旅游资源	2	2	
第 4 周	3 旅游线路产品的策划创意 3.1 旅游目的地旅游资源分析（二）：人文旅游资源	2	2	
第 4 周	3 旅游线路产品的策划创意 3.2 旅游线路产品的创意描述:主题特色提炼	2	2	
第 5 周	3 旅游线路产品的策划创意 3.3 旅游线路产品的创意论证:对比分析旅游线路优劣势	2	2	
第 5 周	4.旅游线路产品行程规划 4.1 旅游线路产品节点规划（一）:城市、景区节点	2	1	1
第 6 周	4.旅游线路产品行程规划 4.1 旅游线路产品节点规划（二）:餐饮、住宿、交通节点	2		2
第 6 周	4.旅游线路产品行程规划 4.2 旅游线路产品行程编排（一）：编排原则、案例分析某行程编排	2	1	1
第 7 周	4.2 旅游线路产品行程编排（二）：编排岳阳或长沙二日游行程	2		2
第 7 周	4.旅游线路产品行程规划 4.3 旅游线路产品行程单制作（一）:制作原则,案例分析行程单	2	1	1
第 8 周	4.旅游线路产品行程规划 4.3 旅游线路产品行程单制作（二）：填写行程单，增加行程特色、服务标准等	2		2
第 8 周	5.旅游线路产品定价 5.1 旅游线路产品成本核算（一）:概念、影响因素及构成要素	2	1	1
第 9 周	5.旅游线路产品定价 5.1 旅游线路产品成本核算（二）：计算线路行程成本	2		2

第 9 周	5.旅游线路产品定价 5.2 旅游线路产品利润预估:利润来源、预估原则，案例分析	2	1	1
第 10 周	5.旅游线路产品定价 5.3 旅游线路产品定价（一）:定价原则、影响因素、定价方法，案例分析	2	1	1
第 10 周	5.旅游线路产品定价 5.3 旅游线路产品定价（二）：给某线路产品定价	2		2
第 11 周	6.常规旅游线路设计 6.1 湖南省常规旅游线路设计（一）：长韶张凤	2		2
第 11 周	6.常规旅游线路设计 6.1 湖南省常规旅游线路设计（二）：长益常岳等	2		2
第 12 周	6.常规旅游线路设计 6.1 湖南省常规旅游线路设计（三）：长衡郴等	2		2
第 12 周	6.常规旅游线路设计 6.2 国内其他地区热门旅游线路设计（一）：西南地区	2		2
第 13 周	6.常规旅游线路设计 6.2 国内其他地区热门旅游线路设计（二）：西北地区	2		2
第 13 周	6.常规旅游线路设计 6.2 国内其他地区热门旅游线路设计（三）：华东地区	2		2
第 14 周	6.常规旅游线路设计 6.3 港澳台及国外旅游线路对比（一）:对比分析港澳台线路	2		2
第 14 周	6.常规旅游线路设计 6.3 港澳台及国外旅游线路对比（二）:对比分析泰国、韩国、日本等线路	2		2
第 15 周	7.主题旅游线路策划 7.1 研学旅游线路设计（一）:需求特点分析，产品示例	2	1	1
第 15 周	7.主题旅游线路策划 7.1 研学旅游线路设计（二）:设计 5 日游以上研学线路	2		2
第 16 周	7.主题旅游线路策划 7.2 红色旅游线路设计（一）:需求特点分析，产品示例	2	1	1
第 16 周	7.主题旅游线路策划 7.2 红色旅游线路设计（二）:设计 3 日游以上红色旅游线路	2		2
第 17 周	7.主题旅游线路策划 7.3 康养旅游线路设计（一）:需求特点分析,产品示例	2	1	1
第 17 周	7.主题旅游线路策划 7.3 康养旅游线路设计（二）:设计 5 日游以上康养旅游线路	2		2
第 18 周	7.主题旅游线路策划 7.4 亲子旅游线路设计（一）:需求特点分析,产品示例	2	1	1
第 18 周	7.主题旅游线路策划 7.4 亲子旅游线路设计（二）:设计 3 日游以上亲子游线路	2		2
合计		72	28	44

六、课程教学实施建议

（一）组织实施建议

1.教学手段

本课程以实际工作过程为导向,以旅游线路开发与设计能力培养为本位，以线路产品分类、线路设计原则、线路设计流程和设计方法等知识理论讲授，采用“任务驱动”教学方法，通过分析旅游资源特色、设计不同类型旅游线路等任务引入、学生分组对任务进行分析、然后完成任务，再由学生、教师进行评估组织教学。同时，利用学习通、职教云和大学慕课网络资源，引用案例，引导学生思考，促进师生互动，提高学生参与度，提高学生实践能力。

2.教学方法

本课程教学主要采用任务驱动法、案例教学法、小组合作学习和多媒体教学等方法；适当采用“互联网+”的方式为补充，充分提高学生的学习兴趣。

（1）任务驱动法

任务驱动法是“以任务为主线、教师为主导、学生为主体”，紧紧围绕一个共同任务活动中心，老师进行情境创设、确定任务、学生进行自主探索和互动协作学习，以任务完成结果检验和总结学习过程等，使学生主动探究、实践、思考、运用、解决、高智慧的学习体系。

（2）案例教学法

案例教学法是以案例为基础的教学法，根据理论知识引用典型趣味性案例，引导学生结合理论知识进行分析讨论，再由老师总结归纳。有助于理论联系实际，提高学生学习兴趣，增强课程教学的实效性。

（3）合作学习法

通过小组合作学习，提高学生的合作能力，培养学生的职业规范；通过课堂汇报和课堂辩论，强化知识应用意识，提高学生的反思能力；从中培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力和探究意识。

（4）多媒体教学法

以各种电教媒体如:计算机、电视、录像、投影、幻灯等为标志，以传统的教学媒体如:黑板、挂图、实验、模型等为基础的多种媒体有机结合的教学方法，营造学习环境，加强学生学习的实境感。

（二）教学团队建议

本课程教师团队由学校、企业导师团队共同构成，坚持专兼职、老中青相结合原则，其中主讲教师应有行业企业一线工作经历，具有旅行策划职业技能等级证书或导游资格证等证书。教学团队应具备以下基本能力和素质:

1.学校导师:熟悉旅游管理专业现代学徒制教学模式,具备较强的理论知识，同时具备较好的实践经验，定期外出学习和到企业锻炼；有较好的创新精神，能指导学生进行实践训练，在旅游景区、旅行社等企业进行现场教学。

2.企业导师:具备丰富实践经验,熟悉现代学徒制教学模式,能够运用“师傅带徒弟”模式培养学生，能够进教室授课以及带领学生到下企实践训练。

（三）教学条件建议

教学设施能满足本课程教学实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。依托校园景区，开展校内全真教学实践实训。

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学
2	计算机机房	配备黑板，计算机及网络系统。安装应急照明装置，设置灭火器等消防设备，符合紧急疏散要求。配备空调等降温设施。计算机网络安装，教师广播控制系统及相关软件。	实施上机操作性内容教学
3	理实一体化教室	配备黑板、实验台，具备互联网接入条件。安装应急照明装置，设置灭火器等消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理实一体化教学

2.校内实训基本要求

实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	华夏民族文化风情园（生产性实训基地:校园 AAA 景区）	线路设计、产品开发等实训	国家 AAA 景区标准配置。	50
2	市场营销实训室	线路设计、产品开发等实训	面积 150㎡，学生桌椅；电脑；投影仪；白板；推广软件。	50

3.校外实训基地基本要求

具有稳定校外实训基地。可开展旅行社计调、旅游产品设计等实训活动，设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	湖南海外旅行社岳阳分公司	旅行社计调、旅游产品设计等岗位训练、教学实践	面积：500 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
2	湖南宝中旅行社岳阳分公司	旅行社计调、旅游产品设计等岗位训练；教学实践	面积：500 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
3	沙洲红色旅游景区	旅游产品设计实训	面积：23.36 平方公里；“半条被子的温暖”专题陈列馆等周边景区。	30 人

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供旅行社计调、旅游产品设计等相关实习岗位，能涵盖当前旅游专业（产业）发展主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5.课程资源

（1）推荐教材

《旅游线路设计》,袁琳、卫云芳、胡晓青主编,江苏大学出版社,2023.06。

（2）参考教材

《旅游线路设计》王颖,易兰兰，中国农业科学技术出版社，2019 年 1 月；《旅游线路设计》张振家主编，清华大学出版社，2017 年 12 月；《湖南民族职业学院旅游管理专业技能考核题库》，2023 年 4 月。

（3）教学网站

《旅游产品策划与定制》，开课平台：智慧职教 MOOC 学院，主讲教师：黄宝辉，网址：https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?cid=lyczjl033hbh452；《旅游线路设计与开发》，开课平台：智慧职教，主讲教师：李爽，网址：https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=8vfoaegs9zdfacanqgyaa

（4）参考网络资源

百度地图 https://map.baidu.com/;全景客 http://www.quanjingke.com/;智慧职教 https://www.icve.com.cn/;超星学习通 http://i.mooc.chaoxing.com;中国知网 https://www.cnki.net/;携程旅游网 https://www.ctrip.com;去哪儿旅游网 https://www.qunar.com

七、课程考核标准

本课程考核包括过程性考核和终结性考核，其中过程性考核为 30%，终结性考核为 70%；采取教师评价与学生评价相结合的多元评估体系进行，充分实现教学目标、人才培养目标，进一步提高学生的综合素质。其中,平时考核包括学生出勤情况(5%)、课堂表现(5%)、作业完成情况(5%),实践能力考核(15%)；其中实践能力考核主要考查学生的旅游资源特色分析能力、线路对比分析能力、线路设计能力。终结性考核理论知识考核采用笔试方式,试卷以闭卷形式进行,占总成绩的 70%。其具体考核标准如下：

考核类型	考核内容	评价主体	评价标准	所占比例
过程性考核	出勤、纪律情况	教师	出勤、纪律情况、态度	5%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）	5%
	作业完成情况	教师 学生互评	课堂和课后作业完成情况（A+、A、A- 、B+、B、B- 、C+、C、C-）区分成绩	5%
	实践能力	校企教师 学生互评 学生自评	1.旅游资源特色分析 2.对比分析线路优劣势 3.设计某类旅游线路	15%
终结性考核	期末考试	校内教师	理论知识闭卷考试	70%

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中,要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025 年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

《旅游景区服务与管理》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	旅游景区服务与管理	课程代码	2205213
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	先修课程	《旅游概论》《导游业务》等
后续课程	《现场导游》等	学时建议	72 课时
编制团队	学校：常新利、李辉 企业：彭闯、李勇、连波	审核人	李辉
制（修）订时间	2024 年 03 月		

二、课程性质与定位

本标准依据《旅游管理专业人才培养方案》中对《旅游景区服务与管理》课程培养目标的要求制定。《旅游景区服务与管理》课程是旅游管理专业的必修课程，也是专业核心课程。《旅游概论》《导游业务》等先修课程的学习为本课程学习提供了知识基础，本课程的学习也为《现场导游》等后续课程学习做了铺垫。通过本课程的学习,学生养成良好职业素养和工作习惯，掌握了旅游景区的接待服务、导游服务和商业服务等工作流程和工作规范,具备从事景区服务与管理工作的职业能力，能胜任景区相关服务与管理岗位工作。

三、课程教学目标

（一）总体目标

通过本课程学习，学生能够了解景区经营管理现状及存在的问题，掌握景区售票、验票、咨询及投诉受理等接待服务工作流程与规范要求，掌握景区导游服务、商业服务和营销管理等环节基本流程与服务技巧，了解景区设施维护与管理、景区安全与环境管理内容和方法,具备旅游景区工作人员职业素养,具备景区接待服务能力、导游服务能力、商业服务能力、营销管理能力和安全环境管理能力，为从事景区相关服务与管理岗位工作奠定良好基础。

（二）具体目标

1.素质目标

（1）树立民族自信心和自豪感；

（2）树立科学发展观，具备环境保护意识；

（3）具有高尚的审美情趣；

（4）具有细心、周密、热情的服务意识和团结、协作、宽容的合作意识；

（5）具有创新意识和创新精神。

2.知识目标

（1）说出旅游景区、风景名胜区、旅游目的地和旅游度假区的概念内涵；

（2）阐述描述景区的等级评定标准；

（3）概括国内外旅游景区发展历史；

（4）复述旅游景区售票、验票、咨询及投诉等接待岗位职责、工作流程；

（5）说出旅游景区导游服务类型；

（6）归纳旅游景区人员导游讲解服务原则及方法；

（7）说出景区餐饮、住宿、娱乐和购物服务的主要类型和基本要求；

（8）使用景区市场营销组合策略的基本方法；

（9）判断景区安全事故的表现形态，应用安全事故处理流程和处理方法；

（10）应用各种方法和手段对景区进行环境管理。

3.能力目标

（1）能够提供旅游景区售票、验票、咨询和投诉受理接待服务；

（2）能够提供旅游景区游览设计、游览引导及导游讲解服务；

（3）能够提供旅游景区餐饮、住宿、娱乐、购物等商业服务；

（4）能够初步开发和销售旅游商品；

（5）能够策划旅游景区传统节日或季节性营销活动；

（6）能够对旅游景区服务与管理工作中安全、卫生等事件处理；

（7）能够对旅游景区进行环境容量监测、安全维护、环境布置。

四、课程教学内容与设计

课程内容与教学要求

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
项目一	旅游景区概述	1.旅游景区的概念与特点； 2.旅游景区的类型与等级评定； 3.旅游景区的发展历史。	1.说出旅游景区核心概念、特点，并列举旅游景区不同类型的代表性景区； 2.找出旅游景区与旅游景点、风景名胜区、旅游目的地的联系与区别； 3.复述旅游景区等级评定的相关标准； 4.概述国内外旅游景区发展的历史，做出我国旅游景区发展历程简表。	6
项目二	旅游景区接待服务	1.售票服务； 2.验票服务； 3.咨询服务； 4.投诉受理服务。	1.说出景区售票服务岗位职责及要求； 2.根据工作流程及要求，提供景区售票服务； 3.说出景区验票服务岗位职责及要求； 4.根据工作流程及要求，提供景区验票服务； 5.说出景区咨询服务岗位职责及要求； 6.根据游客不同要求提供景区咨询服务； 7.把握游客心理，有效处理游客投诉。	16

项目三	旅游景区导游服务	1.旅游景区导游服务作用； 2.旅游景区导游服务主要内容； 3 旅游景区人员导游服务技能； 4. 不同类型旅游景区的导游与讲解技巧。	1.对景区导游进行分类；能正确区分标识牌的类型； 2.说出景区导游服务的主要内容及服务程序与规范； 3.根据解说的技巧进行讲解词创作与改编； 4.针对不同的游客进行具有不同特点的解说； 5.针对不同类型的景区做好相应的实地导游服务。	14
项目四	旅游景区商业服务	1.旅游景区餐饮服务； 2.旅游景区住宿服务； 3.旅游景区娱乐服务； 4.旅游景区购物服务。	1.分析案例，辨别景区餐饮类型； 2.角色扮演《预定的房间被售出了，我们住哪里？》，较好的处理突发事件； 3.分析《华清池<长恨歌>大型山水实景表演》等对景区娱乐项目进行分类； 4.判断游客的行为并给出适当的购物服务对策；	14
项目五	旅游景区营销	1.认识景区营销； 2.进行旅游景区市场定位； 3.运用旅游景区营销组合； 4.策划景区节庆营销活动。	1.描述景区营销概念、内涵及景区营销组合的内容、原则及方法等； 2.设计调查问卷，对景区市场进行预测，并细分市场； 3.根据景区形象定位、品牌定位及市场定位策划景区节庆营销活动。	14
项目六	旅游景区设施维护与安全管理	1.旅游景区设施管理概述； 2.旅游景区设施设备维修与更新； 3.旅游景区安全管理概述； 4.旅游景区安全事故的控制与处理	1.说出旅游景区设施管理的概念、特点及分类； 2.判断景区安全事故的表现形态，应用安全事故的处理流程和处理方法，3.能有序组织人员疏散、处理突发事故。	4
项目七	旅游景区环境管理	1 旅游景区环境管理概述； 2 旅游发展与环境保护关系。	1.介绍景区环境保护的典型案例（好与差各一个），说出环境管理的重要性； 2.测量景区环境容量。	4
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 50%）			理论学时	36
			实践学时	36

五、课程进程与安排

课程进程与安排表

周次	授课章节与内容提要	教学课时		
		合计	理论讲授	实践教学
第 1 周	1.旅游景区概述 1.1 旅游景区的概念与特点（含熟知课程框架及考核安排）	2	2	
第 1 周	1.旅游景区概述 1.2 旅游景区的类型与等级评定	2	2	
第 2 周	1.旅游景区概述 1.3 旅游景区的发展状况：国内、国外景区发展史	2	2	
第 2 周	2.旅游景区接待服务 2.1 景区售票服务（一）：流程、难点、案例分析	2	1	1
第 3 周	2.旅游景区接待服务 2.1 景区售票服务（二）:学生分组情景模拟售票服务	2		2
第 3 周	2.旅游景区接待服务 2.2 景区验票服务（一）：流程、难点、案例分析	2	1	1
第 4 周	2.旅游景区接待服务 2.2 景区验票服务（二）:学生分组情景模拟验票服务	2		2
第 4 周	2.旅游景区接待服务 2.3 景区咨询服务（一）：类型、流程、案例分析	2	1	1
第 5 周	2.旅游景区接待服务 2.3 景区咨询服务（二）:学生分组情景模拟咨询服务	2		2
第 5 周	2.旅游景区接待服务 2.4 景区投诉受理服务（一）:投诉原因、投诉受理方法、案例分析	2	1	1
第 6 周	2.旅游景区接待服务 2.4 景区投诉受理服务（二）:学生分组情景模拟投诉受理服务	2		2
第 6 周	3.旅游景区导游服务 3.1 景区导游服务概述（一）：含义、分类及作用 3.1 景区导游服务概述（二）:自助式解说服务 3.1 景区导游服务概述（三）：景区解说牌设置	2	1	1
第 7 周	3.旅游景区导游服务 3.2 旅游景区导游服务的主要内容（一）：服务准备，游览中的服务程序与规范 3.2 旅游景区导游服务的主要内容（二）：送别服务，总结工作	2	1	1
第 7 周	3.旅游景区导游服务 3.3 旅游景区人员导游服务技能（一）：游览设计技能 3.3 旅游景区人员导游服务技能（二）：游览引导技能	2	1	1
第 8 周	3.旅游景区导游服务 3.3 旅游景区人员导游服务技能（三）:导游讲解技能	2	1	1
第 8 周	3.旅游景区导游服务 3.3 旅游景区人员导游服务技能（四）：导游讲解技能实训	2		2
第 9 周	3.旅游景区导游服务 3.4 不同类型旅游景区导游与讲解技巧（一）:自然景观类景区	2	1	1
第 9 周	3.旅游景区导游服务 3.4 不同类型旅游景区导游与讲解技巧（二）:人文景观类景区	2	1	1
第 10 周	4.旅游景区商业服务 4.1 旅游景区餐饮服务:概念、特点、类型及基本要求	2	2	
第 10 周	4.旅游景区商业服务 4.2 旅游景区住宿服务：概念、类型及服务内容	2	2	
第 11 周	4.旅游景区商业服务 4.3 旅游景区娱乐服务（一）：概念、类型及内容	2	2	
第 11 周	4.旅游景区商业服务 4.3 旅游景区娱乐服务（二）：为某一景区设计增加娱乐项目	2		2
第 12 周	4.旅游景区商业服务 4.4 旅游景区购物服务（一）：旅游商品概念及分类	2	2	
第 12 周	4.旅游景区商业服务 4.4 旅游景区购物服务（二）：旅游景区购物环境的营造与商品选售（头脑风	2		2

	暴：我要在景区开店）			
第 13 周	4.旅游景区商业服务 4.4 旅游景区购物服务（三）:如何做一名优秀的景区旅游商品销售员	2	1	1
第 13 周	5 旅游景区营销 5.1 认识景区营销 5.2 旅游景区市场定位（一）:市场调查与预测	2	1	1
第 14 周	5.旅游景区营销 5.2 进行旅游景区市场定位（二）：市场细分与目标市场选择	2	1	1
第 14 周	5.旅游景区营销 5.3 运用旅游景区营销组合（一）：形象营销、产品营销	2	1	1
第 15 周	5.旅游景区营销 5.3 运用旅游景区营销组合（二）营销渠道、促销工具	2		2
第 15 周	5.旅游景区营销 5.4 策划景区节庆营销活动（一）：原则、案例分析	2	1	1
第 16 周	5.旅游景区营销 5.4 策划景区节庆营销活动（二）：景区传统节日营销活动实训	2		2
第 16 周	5.旅游景区营销 5.4 策划景区节庆营销活动（三）景区季节营销活动实训	2		2
第 17 周	6.旅游景区设施维护与安全管理 6.1 旅游景区设施设备管理概述 6.2 旅游景区设施设备的维修与更新	2	2	
第 17 周	6.旅游景区设施维护与安全管理 6.3 旅游景区安全管理概述：概念、意义、存在的问题、安全事故的表现形态及类型 6.4 旅游景区安全事故的控制与处理	2	2	
第 18 周	7.旅游景区环境管理 7.1 旅游景区环境管理概述：概念、手段、内容	2	2	
第 18 周	7.旅游景区环境管理 7.2 旅游发展与环境保护的关系	2	1	1
合计		72	36	36

六、课程教学实施建议

（一）组织实施建议

1.教学手段

课程基于景区工作岗位和岗位操作流程,将课程内容分解成接待服务、导游服务、商业服务、营销服务和安全管理等若干典型工作项目。主要采用案例教学、任务驱动、角色扮演和现场教学的教学方法引导学生自主学习、自主探究,突出能力培养,掌握景区接待、景点讲解和商业服务等工作岗位技能。

2.教学方法

本课程根据学生实际情况,以案例教学、角色扮演、任务驱动和现场教学等教学方法教学，实现校企深度合作,理论与实践真正贯通,以达成教学目标。

（1）案例教学法

案例教学法：以案例为基础的教学法，根据理论知识引用景区服务典型案例，引导学生结合理论知识进行分析讨论，由老师总结归纳。

（2）角色扮演法

角色扮演法是指根据教学要求设计逼真的工作情境， 如景区接待部门、导览部门、购物部门等某一部门情境，学生扮演情境中相应的角色，按设定岗位职能及人际关系，尝试处理各种事例合作学习法。

（3）任务驱动法

任务驱动法是“以任务为主线、教师为主导、学生为主体”的教学方法。教师创设任务，学生坚持自主学习与小组合作，将景区服务与管理相关理论知识融于任务过程，从而激发学习兴趣和主动性。

（4）现场教学法

现场教学法指结合学生认知水平、校内外教学实训条件等,校企深度合作,依据景区岗位作业实践流程及作业要求,由校内、企业教师联合教学团队指导学生到景区各主要岗位进行实操训练,了解并学习各岗位工作流程与技巧等。

（二）教学团队建议

本课程教师团队由学校、企业导师团队共同构成，坚持专兼职、老中青相结合的原则，其中主讲教师应有行业企业一线工作经历，具有全国导游人员资格证书或相应职业技能等级证书。教学团队应具备以下基本能力和素质:

1.学校导师:熟悉旅游管理专业现代学徒制教学模式,具备较强的理论知识同时具备实践经验，定期外出学习和下企锻炼；有较好创新精神，能指导学生进行实践训练，能够在景区进行现场情境教学。

2.企业导师:具备丰富的实践经验，熟悉现代学徒制教学模式，能够运用“师傅带徒弟”模式培养学生，能进教室授课以及带领学生下企实践训练。

（三）教学条件建议

教学设施能满足本课程教学实施需要，其中实训室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。依托校园景区，开展校内全真教学实践实训。

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影、音响设备，互联网接入或WiFi环境,并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学
2	理实一体化教室	配备黑板、实验台，具备互联网接入条件。安装应急照明装置，设置灭火器等消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理实一体化教学

2.校内实训基本要求

实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）

1	华夏民族文化风情园	景区接待实训	国家 AAA 景区标准配置。	50
2	导游实训室	景点讲解训练	面积 150 平，无绳话筒，折叠椅 50 套，三维实景模拟导游仿真教学一体机。	50

3.校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展景区接待服务、景区商业服务、景区导游服务等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	中惠旅石燕湖景区	景区接待服务、景区商业服务等实训；教学实践；旅游安全急救。	面积：10 余平方公里； 石燕湖景区，金茂大酒店，惠旅智能（惠旅商城平台、智慧景区系统）、拓展训练基地等。	50 人以上
2	沙洲红色旅游景区	景区接待服务、景区商业服务等实训；教学实践；旅游安全急救。	面积：23.36 平方公里； “半条被子的温暖”专题陈列馆、长征酒店等。	30 人以上
3	岳阳楼洞庭湖风景名胜区	景区接待服务、景区导游服务等实训；教学实践；旅游安全急救。	面积：1300 多平方公里 岳阳楼景区、君山岛景区、洞庭湖博物馆、汴河街等。	20 人以上

4.学生实习基地基本要求

具有稳定校外实习基地。提供景区接待服务、景区导游服务、景区商业服务等相关实习岗位，能涵盖当前旅游专业（产业）发展主流业务（主流技术），可接纳一定规模学生实习；能够配备相应数量指导教师对实习进行指导和管理；有保证日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5.课程资源

（1）推荐教材

《旅游景区服务与管理（第二版）》黄丽主编，广西师范大学出版社，2018 年 9 月。

（2）参考教材

《景区服务与管理（第三版）》王昆欣主编，旅游教育出版社，2018 年 1 月；《旅游景区服务与管理（第四版）》王瑜主编，东北财经大学出版社，2018 年 9 月；《景区服务与管理（第二版）》张芳蕊、索虹主编，清华大学出版社，2019 年 1 月；《景区服务与管理（第二版）》陈波、龚波主编，电子工业出版社，2018 年 8 月；

（3）教学网站

《旅游景区服务与管理》，开课平台：超星学习通，主讲教师：常新利，网址：http://mooc1-1.chaoxing.com/course/218836924.html；《景区服务与管理》，开

课平台：中国大学 MOOC，主讲教师：肖鸿燚，网址：https://www.icourse163.org/course/HNUAHE-1003360022；《旅游景区经营与管理》，开课平台：中国大学 MOOC，主讲教师：邹统钎，网址：https://www.icourse163.org/course/BISU-1449941186?tid=1463296546

（4）参考网络资源

全景客 http://www.quanjingke.com/;智慧职教 https://www.icve.com.cn/;超星学习通 http://i.mooc.chaoxing.com; 蓝墨云班课 https://www.mosoteach.cn; 携程旅游网 https://www.ctrip.com; 去哪儿旅游网 https://www.qunar.com; 中国知网 https://www.cnki.net/

七、课程考核标准

本课程考核采取过程性考核和终结性考核相结合的方式进行，充分体现教学目标与人才培养目标相统一，进一步提高学生的综合素质。其中,过程性考核占 40%，终结性考核占 60%。其中过程性考核包括学生出勤纪律情况(5%)、课堂活动参与情况(5%)、作业完成情况(5%)和实践能力(25%)；终结性考核采用情景模拟实训(60%)，可以根据学生具体情况，以教材内容为依托，结合景区特色，与企业导师联合制定考查考核方案。其具体考核标准如下：

考核类型	考核内容	评价主体	评价标准	所占比例
过程性考核	出勤、纪律情况	教师	出勤、纪律情况、态度	5%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）	5%
	作业完成情况	教师 学生互评	课堂和课后作业完成情况（A+、A、A- 、B+、B、B- 、C+、C、C-）区分成绩	5%
	实践能力	校企教师 学生互评 学生自评	1.售票或验票等接待服务 2.景点讲解 3.景区产品营销	25%
终结性考核	期末考核	校企教师	情景模拟实训	60%

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中，要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025 年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

《旅行社经营与管理》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	旅行社经营与管理	课程代码	2305214
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	先修课程	《旅游概论》《导游业务》
后续课程	《旅游消费者行为》等	学时建议	72 学时
编制团队	学校：李辉、常新利 企业：张苗、易繁、连波	审核人	李辉
制（修）订时间	2024 年 03 月		

二、课程性质与定位

本标准依据《旅游管理专业人才培养方案》中对《旅行社经营与管理》课程培养目标的要求制定。《旅行社经营与管理》是面向旅游管理专业学生的一门专业核心课程，也是专业必修课程。本课程是构成专业基本能力--旅行社经营各种技能的重要组成部分。开设在《旅游概论》、《旅游线路设计》、《旅游景区服务与管理》等课程后，为后续课程《旅游消费者行为》毕业设计和岗位实习等学习奠定基础。

三、课程教学目标

（一）总体目标

《旅行社经营与管理》为旅游管理专业的核心课程，通过本课程学习，使学生了解旅行社业常识和旅游发展趋势,掌握旅行社经营过程中各岗位的职能和相互协作关系,能设立一家微型旅行社或旅行社分支机构,能独立完成旅行社经营活动流程中的各个项目,具备旅行社各岗位基层管理工作或经营一家微型旅行社的职业能力。

（二）具体目标

1.素质目标

（1）具有较强的语言表达能力；

（2）养成学生集体主义思想和乐意为人服务的品质；

（3）养成学生职业认同感及热爱旅游事业和尽职敬业精神；

（4）养成学生高尚的情操和正派的作风；

（5）树立学生严于律己，遵纪守法的职业习惯。

2. 知识目标

（1）概括旅行社性质、分类、经营特点和境内外旅行社业的发展趋势；

（2）说出旅行社设立的基本知识和流程，以及旅行社企业文化；

（3）归纳旅行社产品设计部门、计调操作部门、导游部门、销售部门及财务、

人力资源等行政部门基本业务知识和工作流程；

（4）使用旅行社工作的基本沟通技巧；

（5）解决旅行社接待业务中的特殊问题；

3.能力目标

（1）能进行可行性研究报告分析，并协助办理旅行社成立各项事宜；

（2）能够进行旅行社产品策划设计；

（3）能够进行旅行社产品业务洽谈；

（4）有较强语言表达能力和娴熟导游技巧,按照行程计划完成导游接待任务；

（5）能够进行旅行社项目采购，具有发团和接团的实际运作能力；

（6）能够进行门市接待服务，并用销售技巧促成产品销售，建立良好的客户关系；

四、课程教学内容与设计

课程内容与教学要求

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
项目一	旅行社业现状与趋势认知	1 旅行社认知； 2 旅行社业发展趋势认知； 3 旅行社岗位认知。	1.说出旅行社概念、特点、性质；能够中肯的评价某旅行社； 2.概括我国旅游相关政策的主要内容以及对我国旅游业发展的影响；能够预测国际和国内旅游业的发展趋势； 3.说出计调、外联销售、导游、人力资源、财务、电子商务等能力素质要求。	8
项目二	设立旅行社	1 设立旅行社的准备工作； 2 旅行社及分支机构设立程序； 3 旅行社细分市场及选择。	1.能根据不同的背景的实例，写出旅行社设立的可行性分析；能以思维导图形式，画出设立旅行社需要做的各项准备工作； 2.能以树状流程图的形式，画出新旅行社设立的程序;能以树状流程图的形式，画出旅行社分支机构设立程序。 3.说出旅行社市场细分的概念和特点;能调研当地旅游需求，并分析如何选择目标市场。	4
项目三	旅行社产品策划设计	1 认识旅行社产品； 2 产品需要市场调研； 3 旅行社产品设计原则； 4 设计旅行社产品； 5 评价旅行社产品。	1.说出旅行社产品概念;确定小组策划设计产品的细分市场; 2.说出调查问卷的设计原则、程序、结构内容和注意事项;按要求设计旅行社产品需求调查问卷及把调查问卷上网并进行网络调研; 3.概括旅行社产品设计市场原则;旅行社产品设计经济原则;旅游点结构合理原则;旅行社产品设计时效原则;能够比较多条同一旅游目的地市场的组团旅游产品，并分析线路的优势和缺点； 4.归纳旅行社产品设计流程;能根据旅游市场需求调研的结果，设计合适的旅行社产品； 5.说出旅行社产品表现方法和推介模式;分层次，有重点，突出亮点推介旅行社产品;点评学生设计旅行社产品。	16
项目四	旅行社销售与外联	1 旅行社门市； 2 销售； 3 旅行社外联。	1.能准确归纳旅游产品信息和特点并； 2.运用 FAB 技巧介绍旅游产品;能准确获取客户需求信息;能根据需求推荐旅游服务项目;能够指导客户填写游客报名表和旅游合同;概括散客收款要求和流程; 3.能够收集、整理旅游中间商和批发商信息;应用签订合同的规范流程，进行合同签订。	8

项目五	旅行社计调操作	1 单选产品预定咨询； 2 落实预定与变更； 3 建立团队档案。	1.能够合理选择合作单位;归纳各种操作单据内容设计与书写； 2.说出电话询问合作单位方法和要点，总结变更操作流程； 3.说出团队档案内容;列举档案整理方法。	8
项目六	旅行社导游操作	1 导游操作流程与突发事件的处理； 2 导游员的选拔与管理、学习与提高。	1.背诵导游操作流程;归纳带团过程中突发事件处理的流程和思路； 2.概括导游员基本具备的素质能力;说出导游提升的途径和方法。	14
项目七	旅行社行政管理	1 现代管理理论； 2 旅行社人力资源管理； 3 旅行社财务管理； 4 旅行社企业文化建设。	1.概述管理的计划、组织、指挥、协调和控制五项职能;说出现代管理理论的新发展； 2.概括人力资源工作规划、招聘与配置、培训与开发、绩效管理、薪酬与福利、劳动关系； 3.应用旅行社资产管理、旅行社成本费用管理、旅行社收入与利润管理、旅行社结算管理、旅行社财务分析； 4.从表面层的物质文化、中间层次的制度文化、核心层的精神文化来分析旅行社企业文化。	8
项目八	旅行社电子商务与信息化管理	1 旅行社电子商务； 2 旅游企业新媒体运营。	1.说出旅行社电子商务岗位要求、旅行社线上运营模式; 2.概括新媒体对旅行社业的影响；说出新媒体运营思维;解决旅行社内部信息化管理;	6
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 57%）			理论学时	31
			实践学时	41

五、课程进程与安排

课程进程与安排表

周次	授课章节与内容提要	教学课时		
		合计	理论讲授	实践教学
第 1 周	1.旅行社业现状与趋势认知 1.1 旅行社认知	2	2	
第 1 周	1.旅行社业现状与趋势认知 1.2 旅行社业发展趋势认知	2	2	
第 2 周	1.旅行社业现状与趋势认知 1.3 旅行社岗位认知	2	1	1
第 2 周	1.旅行社业现状与趋势认知 1.3 旅行社岗位认知	2	1	1
第 3 周	2.设立旅行社 2.1 设立旅行社的准备工作 2.2 旅行社及分支机构设立程序	2	1	1
第 3 周	2.设立旅行社 2.3 旅行社细分市场及选择	2	2	
第 4 周	3.旅行社产品策划设计 3.1 认识旅行社产品 3.2 产品需要市场调研	2	1	1
第 4 周	3.旅行社产品策划设计 3.2 产品需要市场调研（问卷调研等）	2		2
第 5 周	3.旅行社产品策划设计 3.3 旅行社产品设计原则 3.4 设计旅行社产品	2	1	1
第 5 周	3.旅行社产品策划设计 3.4 设计旅行社产品	2		2
第 6 周	3.旅行社产品策划设计 3.4 设计旅行社产品	2		2
第 6 周	3.旅行社产品策划设计 3.4 设计旅行社产品	2		2
第 7 周	3.旅行社产品策划设计 3.4 设计旅行社产品	2		2
第 7 周	3.旅行社产品策划设计 3.5 评价旅行社产品	2	1	1
第 8 周	4.旅行社销售与外联 4.1 旅行社门市	2	1	1
第 8 周	4.旅行社销售与外联 4.2 销售	2	1	1
第 9 周	4.旅行社销售与外联 4.2 销售	2		2
第 9 周	4.旅行社销售与外联 4.3 旅行社外联	2	1	1
第 10 周	5.旅行社计调操作 5.1 单选产品预定咨询	2	1	1
第 10 周	5.旅行社计调操作 5.1 单选产品预定咨询	2		2
第 11 周	5.旅行社计调操作 5.2 落实预定与变更	2	1	1
第 11 周	5.旅行社计调操作 5.3 建立团队档案	2	1	1
第 12 周	6.旅行社导游操作 6.1 导游操作流程与突发事件的处理（组团业务流程）	2	1	1
第 12 周	6.旅行社导游操作 6.1 导游操作流程与突发事件的处理（组团业务流程）	2		2
第 13 周	6.旅行社导游操作 6.1 导游操作流程与突发事件的处理（组团业务流程）	2		2
第 13 周	6.旅行社导游操作 6.1 导游操作流程与突发事件的处理（接团业务流程）	2	1	1
第 14 周	6.旅行社导游操作 6.1 导游操作流程与突发事件的处理（接团业务流程）	2		2
第 14 周	6.旅行社导游操作 6.1 导游操作流程与突发事件的处理（接团业务流程）	2	1	1

第 15 周	6.旅行社导游操作 6.2 导游员的选拔与管理、学习与提高	2	1	1
第 15 周	7.旅行社行政管理 7.1 现代管理理论	2	2	
第 16 周	7.旅行社行政管理 7.2 旅行社人力资源管理	2	2	
第 16 周	7.旅行社行政管理 7.3 旅行社财务管理	2	1	1
第 17 周	7.旅行社行政管理 7.4 旅行社企业文化建设	2	1	1
第 17 周	8.旅行社电子商务与信息化管理 8.1 旅行社电子商务	2	1	1
第 18 周	8.旅行社电子商务与信息化管理 8.1 旅行社电子商务	2	1	1
第 18 周	8.旅行社电子商务与信息化管理 8.2 旅游企业新媒体运营	2	1	1
合计		72	31	41

六、课程教学实施建议

（一）组织实施建议

1.教学手段

采用“线上+线下混合式”教学：利用微课、慕课、SPOC 等教学资源，促进师生互动、生生互动，提高学生参与度。以行动为导向组织课程教学，突出学生的能力培养。基于工作过程，将本专业职业活动分解成若干典型工作项目，按完成工作项目需要和岗位操作规程，结合职业技能考证要求组织教学。以学生为主体，促使学生自主学习、协作探究，充分发挥其学习主体作用，力求实现学生在学中做、做中学，立足于加强学生实际操作能力培养。

2.教学方法

对于课程教学,基于以行动导向的多种教学方法,深度校企合作创新理论与实践的真正贯通,根据学生实际情况,选择适当方法与途径,以达成教学目标。课堂采用多媒体讲授,案例分析,任务驱动,PBL 教学法,项目设计等方式,教学情景以学生为中心，结合旅游过程中实际情况，发挥学生应变能力。以下提供几种教学方法作参考：

（1）案例教学法

案例教学法是一种以案例为基础的教学法,案例本质上是提出一种教育的两难情境,没有特定的解决之道,而教师于教学中扮演着设计者和激励者的角色,鼓励学生积极参与讨论,不像是传统教学方法,通过案例的输送让学生找到解决问题新思路。

（2）PBL 教学法

PBL 教学法以问题为导向的教学方法，是基于现实世界的以学生为中心的教育方式，是在教师的引导下，“以学生为中心，以问题为基础”，通过采用小组讨论的形式，学生围绕问题独立收集资料，发现问题、解决问题，培养学生自主学习能力。PBL 强调以学生的主动学习为主，提高学生分析问题和解决问题的能力。

（3）任务驱动教学法

任务驱动教学法是紧紧围绕一个共同的任务活动中心，在强烈的问题动机的驱动下，通过对学习资源的积极主动应用，进行自主探索和互动协作的学习。能为学生提供体验实践的情境和感悟问题的情境，围绕任务展开学习，以任务的完成结果检验和总结学习过程等。通过任务驱动法以建构主义学习理论为基础，“以任务为主线、教师为主导、学生为主体”,进行创设情境、确定任务、自主学习、效果评价。

（4）现场教学法

现场教学法是指根据一定教学任务,组织学生到旅行社、旅游景区、旅游综合企业等不同类型企业,学生通过观察、实际操作、上岗培训等进行教学的组织形式。它是以现场为中心,以现场实物、具体工作任务为对象,以学生活动为主体的教学方法。

（二）教学团队建议

本课程教师团队由学校导师团队与企业导师团队共同构成，坚持专兼职、老中青相结合的原则，其中主讲教师应有行业企业一线工作经历，具有全国导游人员资格证书。教学团队应具备以下基本能力和素质:

1.学校导师:熟悉旅游管理专业现代学徒制教学模式,具备较强的理论知识同时具备较好的实践经验，定期外出学习和到企业锻炼；有较好的创新精神，能够指导学生进行实践训练，能够在旅行社进行现场情境教学。

2.企业导师:具备丰富的实践经验，熟悉现代学徒制教学模式，能够运用“师傅带徒弟”的模式培养学生，能够进教室授课以及带领学生到企业进行实践训练。

（三）教学条件建议

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。依托校园景区，开展校内全真教学实践实训。

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或WiFi环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，	实施理论性内

		安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	容教学

2.校内实训基本要求

实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	网络教室（机房）	计调操作	面积 100 平，无绳话筒，桌椅 50 套，电脑 50 台。	50

3.校外实训基地基本要求

具有稳定校外实训基地。能够开展旅行社经营与管理服务等活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	湖南省中旅国际文化旅游集团	旅行社模拟运营 教学实践、岗位实习	面积：1500 多平，办公桌椅、电脑等。	100 人以上
2	亲和力旅行社岳阳分公司	旅行社模拟运营 教学实践、岗位实习	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供旅行社经营与管理等相关实习岗位，能涵盖当前旅游专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理;有保证实习生日常工作、学习、生活规章制度，有安全、保险保障。

5、课程资源

充分利用旅游管理专业教学资源库、中国知网文献资料、全国导游大赛视频、湖南导游联盟等各类教学资源的整合与运用促进教师的“教”与学生的“学”。引导鼓励教师利用职教云教学资源和中国大学慕课教学资源、超星学习通教学平台，采用线上线下混合的教学方法，引导学生利用信息化平台自主学习，提升教学效果。

（1）推荐教材

《旅行社经营与管理(第二版)》刘晓杰、常永翔、谢彦君编 旅游教育出版社 ，2022 年 8 月。

（2）参考教材

《旅行社经营与管理》张文瑞主编,南开大学出版社,2013 年 10 月；《现代旅行社经营与管理》李志强、李玲主编,中国旅游出版社，2019-12；《旅行社经营与管理（第二版）》朱智、杨红霞、胡晓晶、张颖主编,清华大学出版社,2022 年 9 月。

（3）教学网站

《旅行社经营实务》，开课平台：学银在线，主讲教师：李海梅，张晓网址：https://mooc1-api.chaoxing.com/phone/visitcourseknowledge?courseId=233586170&clazzId=74678810

（4）参考网络资源

中国知网 http://www.cnki.net；旅研网 http://www.cotsa.com；国家旅游局导游云课堂 http://www.zgdaoyou.com ；中国知网 http://www.cnki.net；旅游学刊 http://www.lyxk.com.cn ；文化和旅游部官网 https://www.mct.gov.cn/；中国旅游网 www.ctha.com.cn ；携程旅行网官网 https://www.ctrip.com

七、课程考核标准

《旅行社经营与管理》课程强调实际操作能力。因此,本课程考核将着重测试学生对旅行社业务操作能力。考核内容包括形成性考核和终结性考核,其中过程性考核为 30%,终结性考核为 70%；理论与实践考核结合,教师评价与学生评价相结合的方式进行,充分实现教学目标、人才培养目标,进一步提高了学生的综合素质。另外,本课程期末考核内容是结合本课程人才培养目标共同设置。其中,平时考核包括学生出勤情况(5%)、课堂回答问题情况(5%)、作业完成情况(5%),实践能力考核(15%)；其中实践能力考核主要考查学生线路设计能力（组团线路设计、地接线路设计）、应变能力、礼仪知识等。期末理论知考核采用笔试方式,以闭卷形式进行,占总成绩 70%。

考核类型	考核内容	评价主体	评价标准	所占比例
过程性考核	出勤、纪律情况	教师	出勤、纪律情况、态度	5%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）	5%
	作业完成情况	教师 学生互评	课堂和课后作业完成情况（A+、A、A- 、B+、B、B- 、C+、C、C-）区分成绩	5%
	实践能力	教师 学生互评 学生自评	1.线路设计能力（组团线路设计、地接线路设计）；2.语言表达能力（沟通、咨询等）；3.应变能力；4.礼仪知识等。	15%
终结性考核	期末考试 笔试：理论考核知识，对本课程所学内容进行综合考核。其中:旅行社管理知识、原理、方法占 60%，分析、评价等题占 40%。	教师	旅行社经营管理理论知识，卷面 100 分制	70%

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中，要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025 年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证

专业教学的正常实施。

《旅游策划理论与实务》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	旅游策划理论与实务	课程代码	2305223
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	先修课程	《旅游概论》《旅游景区服务与管理》《旅游线路设计》等
后续课程	《专业综合训练》等	学时建议	72 学时
编制团队	学校：常新利、龚迎均 企业：李勇、彭闯、易繁	审核人	李辉
制（修）订时间	2024 年 03 月		

二、课程性质与定位

本标准依据《旅游管理专业人才培养方案》中对《旅游策划理论与实务》课程培养目标的要求制定。《旅游策划理论与实务》课程是旅游管理专业的一门必修课程,同时也是一门理论性、实践性极强的专业核心课程。《旅游概论》《旅游景区服务与管理》《旅游线路设计》等先修课程为本课程学习打下了知识基础,本课程学习为《专业综合训练》和《毕业设计》等后续课程的学习做了铺垫，同时也能为学生考取 1+X“旅行策划职业技能等级证书”提供重要支撑。通过本课程的学习，学生掌握旅游策划人员必备的基础理论知识和业务知识，具有较强的旅游策划能力，能够提供相应旅游策划活动方案,为今后从事旅游策划以及相关行业工作奠定良好基础。

三、课程教学目标

（一）总体目标

《旅游策划理论与实务》是旅游管理专业核心课程，主要介绍了旅游策划的基本理论知识、各类旅游策划的技巧方法及策划实训等。通过本课程 6 个项目的学习，学生能够具备旅游产品策划、旅游形象策划、旅游节事活动策划、旅游数字营销策划和旅游促销策划等能力，切实提高实际操作能力和处理实际问题的综合能力，为毕业后从事旅游策划相关工作提供坚实保障。

（二）具体目标

1.素质目标

（1）践行社会主义核心价值观，具有强烈的爱国情感和民族自豪感；

（2）遵守客观规律和科学精神、诚实守信，具有环保意识、安全意识和信息素

养；

（3）具有较好的审美和人文素养；

（4）具有创新意识和创新思维；

（5）具有明确的社会责任感、较强的集体意识和团队合作精神。

2.知识目标

（1）说出旅游策划、旅游规划、旅游产品、旅游形象、旅游节事活动、旅游数字营销、旅游促销等相关概念及内涵；

（2）归纳旅游策划的创新技巧及方法；

（3）概括单项旅游产品策划和旅游产品组合策划的内容；

（4）描述并分析旅游形象屏蔽理论和旅游形象叠加理论；

（5）概括旅游地视觉形象设计内容及思路，宣传口号设计原则及模式；

（6）归纳旅游节事活动策划流程及原则；

（7）分析并归纳我国旅游节事活动运作模式；

（8）辨析促销、营销和推销的不同；

（9）归纳旅游促销的技术方法。

3.能力目标

（1）能够运用所学知识去解决现实生活中旅游策划的问题；

（2）能够根据某地或某景区旅游资源条件、市场需求与竞争者情况等进行产品创意和筛选，能根据框架建立概念模型，进行旅游产品策划；

（3）能够合作完成某旅游地形象策划案；

（4）能够独立创作某旅游地宣传口号并设计形象 logo；

（5）能够合作完成旅游节事活动策划并进行综合评价；

（6）能够利用微信、微博等组建网络关系网，合作完成某类主题的旅游数字营销策划；

（7）能够合作完成某类旅游企业的促销活动策划方案，并综合评价。

四、课程教学内容与设计

课程内容与教学要求

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
项目一	认识旅游策划	1.旅游策划的概念、特征及分类；	1.辨别旅游策划与旅游规划，说出旅游策划的概念、特征； 2.对旅游策划进行分类，用树状图画出；	6

		2.旅游策划的原则与程序； 3.旅游策划的创新技巧及方法。	3.描述旅游策划的程序并通过案例分析旅游策划的原则； 4.通过案例分析归纳旅游策划的创新技巧及方法。	
项目二	旅游产品策划	1.认识旅游产品； 2.旅游产品策划的内容与方法； 3.旅游产品策划案例及实训：旅游线路产品策划和旅游商品策划实训	1.说出旅游产品概念、类型、层次构成及特点； 2.概括单项旅游产品策划内容； 3.描述旅游产品组合概念及类型，分析策划内容； 4.以岳阳洞庭湖国家级旅游度假区为例，能根据资源条件、市场需求与竞争者情况等进行产品创意和筛选，能根据框架建立概念模型，进行旅游产品策划，提供旅游产品策划方案，并综合评价； 5.从故宫文创等看旅游商品创新策划； 6.策划旅游线路产品、设计旅游商品。	14
项目三	旅游形象策划	1.认识旅游形象策划； 2.旅游地形象调查与感知； 3.旅游地形象设计定位； 4.旅游地形象定位； 5.旅游地形象策划实训。	1.说出旅游形象概念及特点； 2.通过案例分析旅游地形象策划理论：旅游形象屏蔽理论和旅游形象叠加理论； 3.通过案例分析旅游地形象调查的内容 ；具体分析岳阳的形象； 4.通过案例对某地的形象进行识别与诊断； 5.通过案例分析旅游地视觉形象设计的内容及思路，宣传口号设计的原则及模式； 6.通过案例分析旅游地形象定位的原则； 7.搜集湖南省14个地级市的旅游形象定位、旅游宣传口号及视觉形象设计； 8.为家乡或某旅游地进行形象策划	16
项目四	旅游节事活动策划	1.认识旅游节事活动； 2.旅游节事活动策划流程及原则； 3.我国旅游节事活动运作模式； 4.旅游节事活动策划实训。	1.辨析节庆、事件及节事的概念； 2.说出旅游节事活动的概念、类型、特征及功能； 3.说出旅游节事活动的内容及策划流程； 4.通过案例归纳旅游节事活动策划流程及原则； 5.根据案例分析我国旅游节事活动运作模式； 5.结合2022-2024年岳阳市“洞庭渔火季”活动策划2025年 “洞庭渔火季”。或策划岳阳市第三届旅游节活动、5.19中国旅游日活动。	16
项目五	旅游数字营销策划	1. 认识旅游数字营销； 2. 旅游数字营销的技术方法； 3.旅游线路短视频内容策划 4.旅游直播活动策划 5.旅游数字营销策划实训。	1.说出旅游数字营销的概念、特征及类型等； 2.从“故宫淘宝”看旅游数字营销策划的策略； 3.分析旅游线路短视频内容选题的核心要义； 4.说出旅游直播的类型 5.结合某旅游产品做旅游数字营销策划。	12
项目六	旅游促销策划	1.认识旅游促销； 2.旅游促销的技术方法； 3.旅游促销策划实训。	1.辨析促销、营销和推销不同之处； 2.说出旅游促销的分类、特征及意义； 3.归纳旅游促销的技术方法 4.根据不同对象及不同目标等进行促销方案策划。	8
学时合计：72学时（其中实践教学学时比例为58.3%）			理论学时	30
			实践学时	42

五、课程进程与安排

周次	授课章节与内容提要	教学课时		
		合计	理论讲授	实践教学
第1周	1.认识旅游策划1.1旅游策划的概念、特征及分类	2	2	
第1周	1.认识旅游策划1.2旅游策划的原则与程序	2	2	
第2周	1.认识旅游策划1.3旅游策划的创新技巧及方法	2	1	1
第2周	2.旅游产品策划2.1认识旅游产品	2	2	
第3周	2.旅游产品策划2.2旅游产品策划的内容与方法（单项旅游产品策划）	2	1	1
第3周	2.旅游产品策划2.2旅游产品策划的内容与方法（旅游产品组合策划）	2	1	1
第4周	2.旅游产品策划 2.3旅游产品策划案例及实训（旅游线路）	2		2
第4周	2.旅游产品策划2.3旅游产品策划案例及实训（旅游线路）	2		2
第5周	2.旅游产品策划2.3旅游产品策划案例及实训（旅游商品）	2		2
第5周	2.旅游产品策划2.3旅游产品策划案例及实训（旅游商品）	2		2

第 6 周	3. 旅游形象策划 3.1.认识旅游形象策划	2	1	1
第 6 周	3. 旅游形象策划 3.2 旅游地形象调查与感知（旅游地形象调查）	2	1	1
第 7 周	3. 旅游形象策划 3.2 旅游地形象调查与感知（旅游地形象识别与诊断）	2	1	1
第 7 周	3. 旅游形象策划 3.3 旅游地形象设计（视觉形象设计）	2	1	1
第 8 周	3.旅游形象策划 3.3 旅游地形象设计（宣传口号设计）	2	1	1
第 8 周	3. 旅游形象策划 3.4 旅游地形象定位	2	1	1
第 9 周	3. 旅游形象策划 3.5 旅游地形象策划实训	2		2
第 9 周	3. 旅游形象策划 3.5 旅游地形象策划实训	2		2
第 10 周	4.旅游节事活动策划 4.1 认识旅游节事活动	2	2	
第 10 周	4.旅游节事活动策划 4.2 旅游节事活动策划流程、原则及运作模式	2	1	1
第 11 周	4.旅游节事活动策划 4.3 休闲活动策划	2	1	1
第 11 周	4.旅游节事活动策划 4.3 休闲活动策划（实训）	2		2
第 12 周	4.旅游节事活动策划 4.4 旅游节事活动策划实训（一）	2		2
第 12 周	4.旅游节事活动策划 4.4 旅游节事活动策划实训（二）	2		2
第 13 周	4.旅游节事活动策划 4.4 旅游节事活动策划实训（三）	2		2
第 13 周	4.旅游节事活动策划 4.4 旅游节事活动策划实训（四）	2		2
第 14 周	5.旅游数字营销策划 5.1 认识旅游数字营销	2	2	
第 14 周	5.旅游数字营销策划 5.2 旅游数字营销的技术方法	2	2	
第 15 周	5.旅游数字营销策划 5.3 旅游线路短视频内容策划	2	1	1
第 15 周	5.旅游数字营销策划 5.3 旅游直播活动策划	2	1	1
第 16 周	5.旅游数字营销策划 5.3 旅游数字营销策划实训（一）	2		2
第 16 周	5.旅游数字营销策划 5.3 旅游数字营销策划实训（二）	2		2
第 17 周	6.旅游促销策划 6.1.认识旅游促销	2	2	
第 17 周	6.旅游促销策划 6.2 旅游促销的技术方法	2	2	
第 18 周	6.旅游促销策划 6.3 旅游促销策划实训	2	1	1
第 18 周	6.旅游促销策划 6.3 旅游促销策划实训	2		2
合计		**72**	**30**	**42**

六、课程教学实施建议

（一）组织实施建议

1.教学手段

本课程贯彻“就业导向、能力本位、任务引领、项目驱动”的课程设计理念，在教学过程中秉持“三体”教学理念，遵循“学、练、评、拓”的“四步”教学路径，实施“五双”教学方法，利用智慧职教和大学慕课等学习资源，借助学习通在线平台设计“五步一体，系统递进”的翻转课堂，深度挖掘文旅资源、美学价值等思政元素，探索“互联网+课程思政”模式，达成学习效果，实现总体目标。本课程结合旅游策划的实际工作任务和对专业技术人员的能力要求，在内容上以学生将来要从事的旅游策划相关工作内容和教学要求的知识、能力标准为依据，以任务驱动、案例教学等方法组织课程教学，从仿真到实战，提高学生参与度及学习效果。

2.教学方法

本课程运用现代教育技术和虚拟现实技术，深度校企合作，实现创新理论与实践的真正贯通。主要采用任务驱动法、案例教学法、合作学习法、多媒体教学等方法，优化教学过程，提高教学质量和效率。

（1）任务驱动法：“以任务为主线、教师为主导、学生为主体”，紧紧围绕一个共同的任务活动中心，老师利用企业真实任务或进行情境创设、确定任务、学生进行自主探索和互动协作的学习，以任务完成结果检验和总结学习过程等，使学生主动探究、实践、思考、运用和解决的学习体系。

（2）案例教学法：以案例为基础，根据理论知识引用旅游策划中典型趣味性案例，引导学生结合理论知识进行分析讨论，再由老师总结归纳。

（3）合作学习法：通过小组合作学习，共同探究课程中某一问题，强化知识应用意识，从而培养学生合作意识、探究意识和发现问题、分析问题、解决问题能力。

（4）多媒体教学法：以各种电教媒体如:计算机、电视、录像、投影、幻灯等为标志，以传统教学媒体如:黑板、挂图、实验、模型等为基础的多种媒体有机结合的教学方法，营造学习环境，加强学生学习实境感。

（二）教学团队建议

本课程教师团队由学校导师团队与企业导师团队共同构成，坚持专兼职、老中青相结合原则，其中主讲教师应有行业企业一线工作经历，具有旅行策划职业技能等级证书或全国导游人员资格证书等相关证书。教学团队应具备以下基本能力和素质:

1.学校导师:熟悉旅游管理专业现代学徒制教学模式,具备较强的理论知识,同时具备较好策划营销实战经验,定期外出学习和到企业锻炼:有较好的创新精神,能够指导学生进行实践训练,能够在旅游企业进行现场教学。

2.企业导师:具备丰富的实践经验，熟悉现代学徒制模式，能够运用“师傅带徒弟”模式培养学生，能够进教室授课以及带领学生下企进行实践训练。

（三）教学条件建议

教学设施能满足本课程教学实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。依托校园景区，开展校内全真教学实践实训。

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或WiFi环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏

散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学
2	计算机机房	配备黑板，计算机及网络系统。安装应急照明装置，设置灭火器等消防设备，符合紧急疏散要求。配备空调等降温设施。计算机网络安装，教师广播控制系统及相关软件。	实施上机操作性内容教学
3	理实一体化教室	配备黑板、实验台，具备互联网接入条件。安装应急照明装置，设置灭火器等消防设备,符合紧急疏散要求,配备风扇降温设施。	实施理实一体化教学

2.校内实训基本要求

实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	市场营销实训室	旅游产品营销与活动策划实训	面积 150 平，学生桌椅；电脑；投影仪；白板；推广软件。	50

3.校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展旅游营销服务等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	中惠旅石牛寨景区	旅游策划与产品营销实训、教学实践；	面积：10 余平方公里； 石牛寨景区，石牛寨红色拓展训练学院等。	50 人以上
2	幕阜山景区	旅游策划实训、教学实践；	面积：17 余平方公里； 幕阜山景区、天岳飞龙”丛林探险乐园“户外运动体验基地、幕阜宾馆	50 人以上
3	沙洲红色旅游景区	旅游策划与产品设计实训、教学实践；	面积：23.36 平方公里；“半条被子的温暖”专题陈列馆、长征酒店等。	30 人以上
4	湖南省中旅国际文化旅游集团	旅游策划实训、教学实践	面积：1500 多平，办公桌椅、电脑等。	100 人以上
5	湖南海外旅行社岳阳分公司	旅游策划、旅游产品营销实训、教学实践	面积：500 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地，能提供旅游策划、旅游产品设计与营销等相关实习岗位，能涵盖当前旅游专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模学生实习；能够配备相应数量指导教师对学生进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5.课程资源

（1）推荐教材

《旅游策划实务》，顾雅青，郎富平主编，浙江大学出版社，2022 年 3 月版.

（2）参考教材

《旅游策划》，贾玉芳主编，郑州大学出版社，2021 年 8 月版；《旅游策划学》，沈祖祥，张帆主编，化学工业出版社，2022 年 6 月版；《旅游策划：理论、案例与实践》，钟晟，华东师范大学出版社，2017 年 5 月版。

（3）教学网站

《旅游策划》，开课院校：浙江旅游职业学院，第七期开课 2023 年 3 月，网址：https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?cid=lyczjl033cy504；《旅游策划实务》，开课院校：郑州旅游职业学院，第五期开课 2023 年 2 月，网址：https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?cid=lyczzl041lj322

（4）参考网络资源

智慧职教 https://www.icve.com.cn/;超星学习通 http://i.mooc.chaoxing.com;蓝墨云班课 https://www.mosoteach.cn;携程旅游网 https://www.ctrip.com;去哪儿旅游网 https://www.qunar.com;文化和旅游部官网 https://www.mct.gov.cn/;中国旅游网 www.ctha.com.cn ;文旅之声公众号;巅峰智业公众号。

七、课程考核标准

本课程考核采取形成性考核和终结性考核相结合的方式进行，教学目标与人才培养目标相统一,进一步提高学生综合素质。其中,过程性考核占 40%，终结性考核占 60%。形成性考核由出勤纪律情况(5%)、课堂活动参与情况(5%)、作业完成情况(5%)和实践能力(25%)组成，实践能力考核主要通过学习合作，考查各类旅游策划能力。终结性考核即期末考核，由校企导师设计场景,学生独立设计旅游策划方案,占总成绩 60%。其具体考核标准如下：

考核类型	考核内容	评价主体	评价标准	所占比例
过程性考核	出勤、纪律情况	教师	出勤、纪律情况、态度	5%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）	5%
	作业完成情况	教师 学生互评	课堂和课后作业完成情况（A+、A、A- 、B+、B、B- 、C+、C、C-）区分成绩	5%
	实践能力	校企教师 学生互评 学生自评	1.旅游产品策划 2.旅游形象策划 3.旅游节事活动策划 4.旅游数字营销策划 5.旅游促销策划	25%
终结性考核	期末考核	校企互评	某类旅游策划方案	60%

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中，要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025 年、2026 年每年对本专业进

行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

《旅游电子商务》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	旅游电子商务	课程代码	2305229
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	先修课程	《旅游概论》《导游业务》等
后续课程	《旅游策划理论与实务》等	学时建议	72 学时
编制团队	学校：龚琼、余汶洁 企业：黄武、刘小明、杨浩	审核人	李辉
制（修）订时间	2024 年 03 月		

二、课程性质与定位

本标准依据《旅游管理专业人才培养方案》中对《旅游电子商务》课程培养目标的要求制定。《旅游电子商务》课程是旅游管理专业的必修课程，同时也是一门理论性、实践性极强的专业核心课程。《旅游概论》《导游业务》等先修课程为本课程的学习打下了知识基础,本课程学习为《旅游策划理论与实务》和《毕业设计》等后续课程的学习做了铺垫。通过本课程相关理论讲授和实际操作能力训练,使学生对旅游电子商务有一准确的基本概念,掌握旅游电子商务基础理论和方法,帮助学生深入了解旅游企业电子商务,并能进行基本操作,培养学生旅游网络运用的实战能力。

三、课程教学目标

（一）总体目标

《旅游电子商务》是旅游管理专业核心课程，本课程内容总体上分为七大模块：即电子商务概述、旅游电子商务概述、旅游电子商务的网络技术、旅游电子商务支付与安全、旅游网络营销和新媒体营销、及智慧旅游运营管理以及旅游电子商务的未来。通过本课程的学习，使学生理解旅游电子商务基础理论知识，了解旅游电子商务主要应用领域，掌握旅游电子商务主要应用方法，综合运用已有知识独立分析问题、形成解决现实旅游电子商务环境中实际问题能力。

（二）具体目标

1.素质目标

（1）养成具有创新思维、客户意识的旅游电商素质；

（2）具有民族自豪感、自信心和爱国主义情感；

（3）具有创新精神和创新意识；

（4）具有网络安全意识。

2.知识目标

（1）说出电子商务支付、数字货币、区块链的概念及特点；

（2）比较不同旅游电子商务交易模式的特征；

（3)检索大数据技术、人工智能技术和虚拟现实技术在旅游电子商务中的应用；

（4）说出旅游电子商务支付涵盖的内容；

（5）概括新媒体工具的搭建及运营技巧；

（6）建立旅游新媒体运营思维；

（7）归纳旅游目的地电子商务营销策略。

3.能力目标

（1）能够充分认识到电子商务在企业中的应用，能够将电子商务技术运用到旅游企业中；

（2）能够借助

课程内容与教学要求旅游电子商务网站完成旅游出行预定，能够对比目前中国主要旅游电商平台的业务类型、发展模式；

（3）能灵活运用大数据技术、人工智能技术和虚拟现实技术及其在旅游电子商务中的技巧；

（4）能使用网上银行与第三方支付平台完成旅游电子商务交易；

（5）能够充分认识智慧旅游的功能并应用于旅游行业产品开发和运营中，进而灵活运用电子商务在不同旅游企业平台的运营操作技巧。

四、课程教学内容与设计

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
项目一	电子商务概述	1.电子商务的起源与发展； 2.电子商务的基本概念与意义； 3.电子商务的分类和特点； 4.商务的应用及交易模式。	1.说出电子商务的起源与发展，能绘制思维导图； 2.说出电子商务的基本概念与意义； 3.说出电子商务的分类和特点 4.举例说明电子商务在生活中各个方面的应用。	4
项目二	旅游电子商务概述	1.旅游电子商务的基本概念、内涵与特点； 2.旅游电子商务的发展历程与现状； 3.旅游电子商务的交易模式和运营策略； 4.旅游电子商务的行业应用。	1.说出旅游电子商务的基本概念内涵与特点； 2.通过网络搜索、查阅文献来了解同程旅行网、艺龙旅行网、马蜂窝旅游网、途牛旅游网、飞猪旅行网的发展历程与现状； 3.通过网络搜索、查找旅游报告等方式，将本项任务中涉及到的旅游电子商务模式进行归类，要求学生理解 B2B、B2C、C2B 和 C2C 旅游电子商务模式，并能结合案例进行分析其应用场景和优缺点。	8
项目三	旅游电子商务网络技术	1.计算机网络技术与应用； 2.互联网技术与应用；	1.说出计算机的功能； 2.说出互联网技术给人们生活带来的便	16

		3.旅游电子商务开发技术； 4.旅游电子商务网站建设与运营。	捷； 3.分别在携程、同程、途牛和驴妈妈上注册账号，了解四个电商平台的产品及相关服务。 4.了解旅游电子商务网站规划与设计、网站内容管理与更新、网站推广与营销和网站运营数据分析	
项目四	旅游电子商务支付与安全	1.电子支付的概念及分类； 2.网上银行与第三方支付； 3.数字货币与区块链； 4.旅游电子商务安全与技术； 5.安全风险与防范措施； 6.常见支付方式与流程。	1.说出电子支付的概念及分类； 2.说出网上银行与第三方支付分类； 3.说出数字货币与区块链的概念； 4.能在大数据时代，构建旅游电子商务安全体系； 5.学生了解安全风险与防范措施； 6.掌握旅游电子商务支付方式与流程；	8
项目五	旅游网络营销和旅游新媒体营销	1.旅游网络营销； 2.新媒体和新媒体营销； 3.搜索引擎营销； 4.旅游微博营销； 5.旅游微信营销； 6.旅游微视频营销； 7.HTML5 营销。	1.说出旅游网络营销的特点； 2.说出新媒体主要特征； 3.介绍一个有较大影响力的旅游微博账号，分析其内容与表达形式，并进行汇报； 4.介绍一个旅游微信营销知名案例，并进行汇报； 5.借助网络工具，查阅相关资料，制作一个旅游微视频、旅游H5，并进行汇报；	14
项目六	智慧旅游运营管理	1.智慧旅游运营管理概述； 2.旅行社电子商务及其网站运营管理； 3.酒店电子商务及网站运营管理； 4.旅游目的地电子商务运营管理	1.收集并查阅相关网站，智慧旅游在行业哪些领域应用的现状，有何特点和优势，整理并编辑形成PPT形式，分组汇报； 2.行业走访调查或借助互联网工具，针对你所在城市旅行社电子商务的应用范围以及其应用功能调查。并进行小组汇报； 3.介绍一个酒店企业电子商务系统，并重点分析其设置的优缺点，分组进行汇报； 4.发挥自己的专业优势，为XX寝室的同学们，制定一份暑假某地旅游行程计划单。	18
项目七	旅游电子商务的未来	1.旅游电子商务的发展背景、困境与机遇 2.旅游电子商务的未来发展	1.学生了解旅游电子商务的发展背景、困境与机遇 2.学生了解旅游电子商务的未来发展趋势，结合本课程所学知识，选择角度写一篇报告，并分组讲解展示	4
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 50%）			理论学时	36
			实践学时	36

五、课程进程与安排

周次	授课章节与内容提要	教学课时		
		合计	理论讲授	实践教学
第 1 周	1.电子商务概述 1.1 电子商务的起源与发展 1.2 电子商务的基本概念与意义	2	2	
第 1 周	1.3 电子商务的分类和特点 1.4 商务的应用及交易模式	2	2	
第 2 周	2.旅游电子商务概述 2.1 旅游电子商务的基本概念、内涵与特点 2.2 旅游电子商务的发展历程与现状	2	2	
第 2 周	2.3 旅游电子商务的交易模式和运营策略（一）	2	1	1
第 3 周	2.3 旅游电子商务的交易模式和运营策略（二）实战与训练	2		2
第 3 周	2.4 旅游电子商务的行业应用实战与训练	2		2
第 4 周	3.旅游电子商务网络技术 3.1 计算机网络技术与应用	2	2	
第 4 周	3.2 互联网技术与应用	2	2	
第 5 周	3.3 旅游电子商务开发技术（一）	2	1	1
第 5 周	3.3 旅游电子商务开发技术（二）实战与训练	2		2
第 6 周	3.4 旅游电子商务网站建设与运营 3.4.1 旅游电子商务网站规划与设计	2	1	1
第 6 周	3.4.2 网站内容管理与更新	2	1	1
第 7 周	3.4.3 网站推广与营销	2		2
第 7 周	3.4.4 网站运营数据分析	2	1	1

第 8 周	4.旅游电子商务支付与安全 4.1 电子支付的概念及分类 4.2 网上银行与第三方支付	2	2	
第 8 周	4.3 数字货币与区块链 4.4 旅游电子商务安全与技术	2	2	
第 9 周	4.5 安全风险与防范措施实战与训练	2	1	1
第 9 周	4.6 常见支付方式与流程实战与训练	2	1	1
第 10 周	5.旅游网络营销和旅游新媒体营销 5.1 旅游网络营销	2	1	1
第 10 周	5.2 新媒体和新媒体营销	2	1	1
第 11 周	5.3 搜索引擎营销实战与训练	2	1	1
第 11 周	5.4 旅游微博营销实战与训练	2	1	1
第 12 周	5.5 旅游微信营销实战与训练	2	1	1
第 12 周	5.6 旅游微视频营销实战与训练	2	1	1
第 13 周	5.7 HTML5 营销实战与训练	2	1	1
第 13 周	6.智慧旅游运营管理 6.1 智慧旅游运营管理概述 6.2 旅行社电子商务及其网站运营管理（一）6.2.1 旅行社电子商务概述	2	1	1
第 14 周	6.2 旅行社电子商务及其网站运营管理（二）6.2.2 旅游电子商务网站建设 6.2.3 旅行社网络营销 6.2.4 智慧旅行社	2	1	1
第 14 周	6.2 旅行社电子商务及其网站运营管理（三）实战与训练	2		2
第 15 周	6.3 酒店电子商务及网站运营管理（一）6.3.1 酒店电子商务概述 6.3.2 酒店电子商务外部网站建设策略	2	1	1
第 15 周	6.3 酒店电子商务及网站运营管理（二）6.3.3 酒店网络营销策略 6.3.4 酒店管理信息系统	2	1	1
第 16 周	6.3 酒店电子商务及网站运营管理（三）实战与训练	2		2
第 16 周	6.4 旅游目的地电子商务运营管理（一）6.4.1 旅游目的地营销策略 6.4.2 旅游目的地电子商务 6.4.3 景区电子商务	2	1	1
第 17 周	6.4 旅游目的地电子商务运营管理(二)6.4.4 基于景区应用的电子导游 6.4.5 智慧旅游服务和智慧景区	2	1	1
第 17 周	6.4 旅游目的地电子商务运营管理（三）实战与训练	2		2
第 18 周	7.旅游电子商务的未来 7.1 旅游电子商务的发展背景、困境与机遇	2	1	1
第 18 周	7.2 旅游电子商务的未来发展	2	1	1
合计		72	36	36

六、课程教学实施建议

（一）组织实施建议

1.教学手段

本课程主要通过学习通、职教云和大学慕课等教学资源，利用秀米、易启秀、抖音、小红书等新媒体工具，以任务驱动、案例教学等方法组织课程教学，提高学生参与度。 通过学习通课前发布任务，学生提前准备，搜集相关资料，调研市场、分析数据等，小组讨论完成任务，老师解答任务完成过程中碰到的问题，学生获得本课程的基本理论知识和技能。同时，结合企业实际，运用案例教学，引导学生结合所学知识分析实际问题，激发学生兴趣。

2.教学方法

本课程教学主要采用讲授法、任务驱动法、案例教学法、合作学习法等方法；课堂讲授采用多媒体教学与传统教学相结合的方式，辅以“互联网+”的方式为补充。

（1）讲授法：通过教师讲授，阐明新媒体基本原理，根据学习内容联系现实事例，设计并引导学生思考问题，再讲授基本概念、重点和难点。在讲授中避免平铺

直叙和满堂灌输；

（2）任务驱动法：创设任务情境，模拟在线旅游运行商，针对收客、网上签订合同、售后服务等环节的实际问题，提高学生的应用能力和实际操作能力；

（3）案例教学法：结合在线旅游运行商精彩案例，加深学生对 B2B 和 B2C 旅游电子商务模式的理解和认识；

（4）合作学习法：通过小组合作学习，共同探究互联网+旅游的模式和智慧旅游，强化知识应用意识，从而培养学生的合作意识、探究意识和发现问题、分析问题、解决问题的能力。

（二）教学团队建议

本课程教师团队由学校导师团队与企业导师团队共同构成，坚持专兼职、老中青相结合的原则，其中主讲教师应有行业企业一线工作经历，具有全国导游人员资格证书或相应职业技能等级证书。教学团队应具备以下基本能力和素质:

1.学校导师:熟悉旅游管理专业现代学徒制教学模式,具备较强的理论知识同时具备较好的营销实战经验，定期外出学习和到企业锻炼；有较好的创新精神，能够指导学生进行实践训练，能够在旅游企业进行现场教学。

2.企业导师:具备丰富的实践经验，熟悉现代学徒制教学模式，能够运用“师傅带徒弟”的模式培养学生，能够进教室授课以及带领学生到企业进行实践训练。

（三）教学条件建议

教学设施能满足本课程教学实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。依托校园景区，开展校内全真教学实践实训。

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学

2	计算机机房	配备黑板，计算机及网络系统。安装应急照明装置，设置灭火器等消防设备，符合紧急疏散要求。配备空调等降温设施。计算机网络安装，教师广播控制系统及相关软件。	实施上机操作性内容教学

2.校内实训基本要求

实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	市场营销实训室	旅游产品营销与活动策划、旅游线路设计、旅游新媒体营销。	面积 150 平，学生桌椅；电脑；投影仪；白板；推广软件。	50

3.校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展旅游营销服务等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	湖南宝中旅行社岳阳分公司	新媒体运营等岗位训练;旅游电子商务实训；教学实践。	面积：500 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
2	亲和力旅行社岳阳分公司	旅游产品营销岗位训练;旅游电子商务实训；教学实践。	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
3	湖南海外旅行社岳阳分公司	旅行社计调、旅游产品营销等岗位训练；旅游电子商务实训；教学实践。	面积：500 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供旅游产品营销、旅游电子商务等相关实习岗位，能涵盖当前旅游专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5.课程资源

（1）推荐教材

《旅游电子商务实务》，周继霞 向柳如主编，广西师范大学出版社，2021 年 4 月出版

（2）参考教材

《旅游电子商务教程（第四版）》,中国人民大学出版社,葛晓滨,2021 年；《旅游电子商务》，清华大学出版社，陆均良、沈华玉、朱照君，2021 年；《旅游电子商务（第 2 版）》，中国人民大学出版社，周春林 李俊楼 王新宇，2022 年；《旅游电子商务》，高等教育出版社，蔡勤，刘福珍，李明，2022 年；《旅游电子商务：理论与实践》，张睿，华中科技大学出版社，2022 年。

（3）教学网站

《旅游电子商务》 开课院校：浙江旅游职业学院，2022 年，网址：https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?cid=lydzjl033yj554；《旅游电子商务》开课院校：广州番禺职业技术学院，2023 年，网址 https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?cid=lydgzf044gsh248

（4）参考网络资源

智慧职教 https://www.icve.com.cn/;超星学习通 http://i.mooc.chaoxing.com;蓝墨云班课https://www.mosoteach.cn;携程旅游网 https://www.ctrip.com;去哪儿旅游网https://www.qunar.com;思途智旅;https://isite.baidu.com/;秀米（微信公众号、H5 制作）https://xiumi.us/#/;易企秀（微视频、海报、H5 制作）https://store.eqxiu.com/;小红书 https://www.xiaohongshu.com/

七、课程考核标准

本课程考核采取形成性考核和终结性考核相结合的方式进行，充分体现教学目标与人才培养目标相统一，进一步提高学生的综合素质。其中,过程性考核占 40%，终结性考核占 60%。形成性考核由出勤纪律情况(5%)、课堂活动参与情况(5%)、作业完成情况(5%)和实践能力(25%)组成,实践能力考核主要考查学生的分析问题和处理问题的能力、旅行社电子商务流程操作能力和旅游电子商务项目管理能力。终结性考核即期末考核,由校企双导师设定任务,学生分组制定一条某地 5-7 天自由行旅游行程安排，如何实现最优化，占总成绩的 60%。

其具体考核标准如下：

考核类型	考核内容	评价主体	评价标准	所占比例
过程性考核	出勤、纪律情况	教师	出勤、纪律情况、态度	5%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）	5%
	作业完成情况	教师 学生互评	课堂和课后作业完成情况（A+、A、A- 、B+、B、B- 、C+、C、C-）区分成绩	5%
	实践能力	校企教师 学生互评 学生自评	1.制作一个旅游 H5 2.制作一个旅游微视频 3.智慧旅游运营管理	25%
终结性考核	期末考核	校企互评	制定一条某地 5-7 天自由行旅游行程安排	60%

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中，要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025 年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

附件 3：专业调研报告

一、调研背景

（一）后疫情时代中国旅游产业发展现状

我国旅游已经发展到大众化旅游中高级阶段,休闲需求进入越来越多百姓的日常生活。旅游、文化、体育、健康、养老被认定为“五大幸福产业”,旅游被列为幸福产业之首,是现代社会民本、民生思想在经济领域的直接体现。十九大以,我国一直把民生问题放在各项工作的首位，要“让人民生活得更加幸福、更有尊严”。党的二十大报告中体现的“人民至上”思想，也提出“必须坚持在发展中保障和改善民生，共同奋斗创造美好生活，不断实现人民对美好生活的向往。”而旅游的本质就是要让人们通过观光、休闲、度假等体验开阔视野、陶冶情操，实现精神愉悦,获得幸福感。旅游业是“五大幸福产业”之首,已经成为“小康生活标配、美好生活必备”。

据文化和旅游部财务司 2 月 9 日数据统计,2023 年,国内出游人次 48.91 亿,比上年同期增加 23.61 亿,同比增长 93.3%。其中，城镇居民国内出游人次 37.58 亿，同比增长 94.9%；农村居民国内出游人次 11.33 亿,同比增长 88.5%。分季度看,一季度国内出游人次 12.16 亿，同比增长 46.5%；二季度国内出游人次 11.68 亿,同比增长 86.9%；三季度国内出游人次 12.90 亿，同比增长 101.9%；四季度国内出游人次 12.17 亿，同比增长 179.1%。

国内游客出游总花费 4.91 万亿元，比上年增加 2.87 万亿元，同比增长 140.3%。其中，城镇居民出游花费 4.18 万亿元，同比增长 147.5%；农村居民出游花费 0.74 万亿元，同比增长 106.4%。

2024 年春节假日旅游市场的突出表现无疑增强了行业内外对市场恢复的信心，也为全年旅游复苏按下“加速键”。2024 年 2 月 18 日环球时报发布了文化旅游部关于春节旅游市场的数据，经文化和旅游部数据中心测算，春节假期 8 天全国国内旅游出游 4.74 亿人次，按可比口径较 2019 年同期增长 19.0%；国内游客出游总花费 6326.87 亿元，按可比口径较 2019 年同期增长 7.7%。2024 年春节期间，文化和旅游部组织开展“欢欢喜喜过大年”春节主题活动，统筹做好安全生产和假日市场工作，文化和旅游市场平稳有序。据初步统计，全国举办“村晚”、戏曲进乡村、新年画活动、图书馆里过大年等群众文化活动约 15 万场，线上线下约 6.69 亿人次参与。春节假期全国营业性演出场次 1.63 万场，同比增长 52.10%；票房收入 7.78 亿元，同比增长 80.09%；观演人数 657.65 万人次，同比增长 77.71%。受政策、供给、宣传等多种利好因素影响，城乡居民出游意愿高涨，出游人次和出游总花费等多项指标创历史新高。经文化和旅游部数据中心测算，春节假期 8 天全国国内旅游出游 4.74 亿人次，同比增长 34.3%，按可比口径较 2019 年同期增长 19.0%；国内游客出游总花费 6326.87 亿元，同比增长 47.3%，按可比口径较 2019 年同期增长 7.7%；入出境旅游约 683 万人次，其中出境游约 360 万人次，入境游约 323 万人次。2 月 1 日，中国旅游研究院统发布了《2023 年旅游经济运行分析与 2024 年发展预测》（以下简称“蓝皮书”）。蓝皮书指出，2024 年旅游经济将进入非常规衰退和深度萧条后的新繁荣周期。预计 2024 年，国内旅游人数 60.25 亿人次，同比增长 25%。实现国内旅游收入约 6.03 万亿元，同比增长约 23%。全年入出境游客人数有望超过 2.6 亿人次，实现国际旅游收入重新攀上千亿美元关口。蓝皮书指出，2023 年旅游关键词是“稳开高走，持续回暖”，旅游市场和旅游产业链得到显著修复，旅游企业家信心稳定。2024 年的旅游关键词则是“供需两旺，积极乐观”，2024 年旅游经济进入周期性转段、跨周期跃升的关键期。经过为期一年的快速复苏，我国旅游经济已经度过本轮非常规周期的急剧衰退和深度萧条阶段，即将迎来繁荣发展的新阶段。

数据显示，2024 年一季度全国居民出游意愿达到 91.48%，环比上涨 1.11 个百分点，为 2024 年旅游市场高开打下良好的需求基础。

为贯彻落实党的二十大精神，按照《“十四五”旅游业发展规划》和 2023 年全国文化和旅游厅局长会议部署，在扎实做好常态化疫情防控的前提下，创新加强国内旅游宣传推广，进一步拓宽传播渠道、丰富宣传内容、创新传播方式，促进我国旅游市场恢复发展，满足人民群众美好旅游需求，文化和旅游部拟联合媒体平台、联动全国各地，共同开展“旅游中国·美好生活”国内旅游宣传推广活动。

（二）湖南旅游业进入发展快车道

湖南全力打造全域旅游基地和旅游强省。2021 年 9 月印发的《湖南省“十四五”时期推进旅游业高质量发展行动方案》（简称《行动方案》）提出，到 2023 年，湖南省旅游资源优势进一步显现，产品升级、业态升级、消费升级、服务升级进一步加快，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区，旅游业发展从门票经济向产业经济转变、从单一景区景点向综合旅游目的地转变；“十四五”期间，湖南将围绕满足人民群众的文化需求推动文旅事业发展，围绕打造万亿产业的目标推动文旅产业发展。到 2025 年，建成全国文化和旅游融合发展示范区、国内外著名旅游目的地。实现旅游总收入 1.3 万亿元以上，旅游增加值占 GDP 比重达 6.5%左右。旅游直接就业人数达到 320 万人以上，带动就业人数达到 960 万人以上。随着大力推动，湖南旅游业迎来快速发展。2024 年元旦假期，点燃了消费者的出游热情，也激发了旅游市场的活力。根据手机信令大数据建模分析，2024 年元旦假期期间，全省接待游客 943.9 万人次，其中省外游客 165.49 万人次，占比为 17.53%。目前，湖南省全域旅游发展迅速，随着景观全域优化、服务全域配套、治理全域覆盖，实现产业全域联动、成果全民共享。湖南省人民政府办公厅《进一步激发文化和旅游消费潜力的若干措施》的通知大力发展入境旅游。以长沙、张家界、郴州、衡阳、岳阳等地为重点突破，加快湖南文化和旅游国际化步伐；引导消费者积极参与各类文化和旅游活动。在政府引导消费的同时，后疫情时代旅游行业急需转型升级，以满足旅游者的需求。

（三）岳阳旅游发展具有无穷前景

岳阳市是湖南省内重要的中心城市和经济中心，也是我国长江沿岸的首批开放城市，我国优秀的旅游城市和森林城市。岳阳市政府也针对现代旅游提出了“以旅兴文、以文强旅、文旅融合”的建设思路，积极发掘传承好文化资源，丰富和提升岳阳市旅游产品的文化内涵。岳阳将借鉴腾讯公司智慧旅游行业建设的经验，以及腾讯旅游、企鹅号自媒体联盟等相关资源建设，在全市范围内加快智慧旅游景区建设，全面开启岳阳智慧旅游新时代。双方还将整合传统媒体和新媒体，建立个性化精准营销的旅游网络营销平台，实现全业态的无缝 020 融合，形成岳阳“旅游+”智慧景区产业集群。岳阳积极推进文化与旅游深度融合，初步形成了文化和旅游公共服务资源共建共享以及服务效能整体提升的新格局。春节假期，全市共设立文旅统计监测点 68 个，其中监测重点景区 6 个。春节假期第七日，2 月 15 日 12 点至 2 月 16 日 12 点，按照省文旅厅统计系统，岳阳市纳入假日统计的 25 家旅游景区监测单位，共计接待游客 10.59 万人次，同比增长 27.96%，实现营业收入 733.25 万元，同比增长 11.74%。其中，岳阳楼景区、君山岛景区、石牛寨景区等 6 大监测重点景区共接待游客 65329 人次，营业收入 463.71 万元。岳阳旅游景区各显身手，推出了一道又一道精彩纷呈的文旅盛宴，热闹非凡。目前，全市在建文旅项目 60 个，2023 年， 重点调度文旅项目 22 个，计划投资额将达 47.62 亿元;加快推进“守护好一

江碧水”生态文化公园、岳阳洞庭文旅国际会展中心、洞庭湖小镇、龙山动植物科普中心、长江和洞庭湖水上旅游等重点项目，组织2023湖南国际文化旅游节、平江起义95周年纪念日、“守护好一江碧水"5周年、洞庭渔火季、君山偶遇节等活动，进一步提升文旅岳阳的品牌影响力，实现"以一域旅游强带动全域旅游活”，助力打好“发展六仗”，全面推动岳阳市文旅产业高质量发展。

岳阳市计划构建“一心支撑（城市旅游服务综合体）、双核引领（楼岛湖旅游核）、两翼齐飞（东部山地森林旅游发展翼和西部滨湖湿地生态休闲翼）、三江串联（长江、湘江、汨罗江旅游廊道）”旅游发展格局。岳阳市委、市政府正式下发《关于加快七大千亿产业建设推进高质量发展的实施意见》（岳发[2020]5号）加快建设七大千亿产业中，文化旅游是其中一大产业。今年，我市将市文化旅游产业链调整为市文体旅游产业链，并将其纳入市委市政府七大千亿产业和“12+1”优势产业链加以推进，举全市之力向文体旅游“双千亿”目标迈进。这将会在“十四五”期间助力岳阳市经济腾飞，届时将需要大量的旅游人才。

（四）旅游行业人才培养现状

根据《2022年文化和旅游发展统计公报》显示，我国截至2022年末，纳入统计范围的全国各类文化和旅游单位31.40万个，比上年末增加0.19万个。其中，各级文化和旅游部门所属单位6.81万个，增加0.28万个；从业人员72.49万人，增加1.45万人。根据旅行社填报系统数据显示，截至2023年6月30日，第二季度全国旅行社总数为50780家；文化和旅游部官网2022年度全国星级饭店统计调查报告显示，2022年全国星级饭店共计7337家经营数据通过审核，客房数达到111.41万间，床位数达到204.67万套，2022年度全国星级饭店营业收入总额达到1177.68亿元，客房占营收比重为40.32%，餐饮占营收比重为39.73%。

在过去三年里旅游业造成的沉重打击，市场断崖下滑及企业亏损、工资降低造成的大量核心人才流失。据文旅部消息，2019年至2021年，我国旅行社从业人员从41.59万下降至27.87万；2021年全国旅行社中有大专以上学历的从业人员同比2020年减少14%，比2019年水平减少近32%，从28.22万下降至19.26万。据2022年发布的《疫情期间旅游业失业专项调研报告》，在其抽样调查的1304名旅游从业人员中，目前仍然稳定就业的仅占13.8%，失业比重高达68.1%。据《中国旅游报》报道，在其采访的8家旅行社中，疫情前员工规模在100人以下的2家，员工规模在400人以上的1家，100人到400人之间的5家。但疫情发生后，员工流失率最高的达80%，最低的也接近1/4，出入境市场的导游、领队、销售、计调流失最为严重。

随着2023年旅游市场复苏，面临的旅游行业人才缺口却难以快速解决。填补因行业短暂停滞而流失的人才或是目前全行业的当务之急。据前程无忧发布的《2023旅游业从业预期调查报告》显示，前厅接待、厨房/餐饮、客房服务、计调等岗位需求量较大，短期内薪酬上升。同时，市场需求催生与个性化和精细化业务相关的岗位。虽然为了降本增效以及服务标准化，旅游业将运营策略和投资比重放在机器人化、数字化的体验打造上。但是，与消费终端客群的接触和个性化、定制化需求仍无法用机器替代，这也衍生出了一批新职业。除主要的旅游电商人才外，调研显示，48.2%的受访从业者表示自己所在企业/机构正在招聘旅游主播、民宿经营、旅行定制师等新职业中的至少一种与个性化和精细化业务相关的岗位。2023年旅游业基本全面放开，被疫情裹足的人们需要在旅游中放松心情，地方经济也迎来新的活力，在文化、旅游融合发展的背景下，复合型人才的需求量加大。

《“十四五”文化和旅游发展规划》明确提出实施人才优先发展战略，造就新时代文化和旅游人才队伍。优化人才培养结构、培养模式、评价机制，使各领域人才各得其所、尽展其长。培养一批文化和旅游领域急需紧缺人才、高技能人才。积极参与高校共建，推动文化艺术和旅游职业教育改革发展。《“十三五”旅游人才发展规划纲要》明确提出要建设适应旅游业创新发展、智慧发展、绿色发展的需要，着力打造一支高层次旅游专业技术人才队伍，大力提高专业技术水平和研发创新能力。明确以需求为动力，以就业为导向，有效、灵活、高效的原则等等。这些都将为岳阳市旅游发展培养优质的人才。

而当前高职旅游管理专业教学形式仍然延续普通高等教育模式，高职特色、专业特色不明确、不突出。出现了要么倾向于本科教育，要么倾向于中职教育，定位不明确，造成毕业生就业时管理岗位上不如本科生，基层服务岗位上比不上中职生的局面。同时学生缺少对旅游管理重要性的足够认识，对本专业的价值认同度低，学习专业知识也只是为了以后找口饭吃，还有另外一些同学则通过转专业等方式另谋出路。走向工作岗位后，这些同学也因为缺乏对专业价值的认同而出现转行，引发了旅游管理专业人才流失。

所以，高职旅游管理专业人才的培养必须以旅游行业对人才的需求为出发点，培养具有厚实的理论基础和创新意识，具有国际化视野，能较快适应“旅游+”及个性化发展的高素质复合型技术技能型人才。

二、调研基本情况

（一）调研目的

自2019年“双万计划”启动以来，不同类型的旅游院校开始重视特色化与差异化发展。这也是“十四五”期间我国旅游教育的基调。与此同时，我校所在的岳阳市把文旅产业纳入全市七大千亿产业和“12+1”优势产业链加以推进，制定了《岳阳市文化旅游产业发展规划纲要(2021—2025年)》，2022年又将这文化旅游产业链调整为文体旅游产业链，2023年举全市之力向文体旅游“双千亿”目标迈进，以文促旅、以旅彰文，积极构建“一业兴”带动“百业旺”的“大文旅”发展格局。洞庭南路历史文化街区、“守护好一江碧水”生态文化公园、洞庭湖博物馆、汨罗江旅游度假区、洋沙湖国际旅游度假区等一批重大旅游项目相继建成运营，成为当地的文旅新地标。这些文旅项目的建成，“大文旅”发展格局的建立，都将需要大量的旅游人才。因此，我校旅游管理专业本着服务当地社会经济发展，培养精准对岗就业人才的理念，及时了解专业发展前景、行业发展动态，掌握市场对旅游人才的需求状况，行业企业对人才能力、知识、素质的要求，毕业生主要工作岗位及岗位变动规律，确定本专业的人才培养规格和要求，而对相关旅游行业企业、兄弟院校和在校生、毕业生等进行调研。

（二）调研对象及内容

1.行业企业调研

调研的单位具体选择了我院现代学徒制合作企业中惠旅智慧景区管理股份有限公司（石燕湖、石牛寨等）和张家界华天酒店；张家界武陵源风景名胜区、岳阳楼洞庭湖风景名胜区（岳阳楼景区、君山岛景区）、平江幕阜山景区、岳阳天赋文化旅游有限公司、南湖旅游度假区、湖南省中旅国际文化旅游集团、亲和力旅行社岳阳分公司、湖南海外旅行社岳阳分公司、湖南省宝中旅行社岳阳分公司和联联周边游；以及行业内的长沙市导游协会和岳阳市旅游协会，共10多家企事业单位。通过了解行业发展现状、人才需求情况，明晰不同岗位的专

项能力及要求；同时了解导游资格证等职业资格证书及1+X职业技能等级证书，职业标准调整情况等，来修订专业教学标准和人才培养方案。

2.院校调研

调研的单位选择省内外旅游管理专业较为有影响力的学院进行调查，如湖南网络工程职业学院、长沙商贸旅游职业技术学院、湖南商务职业技术学院、岳阳职业技术学院、长沙民政职业技术学院、长沙职业技术学院、怀化职业技术学院、郴州职业技术学院、浙江旅游职业学院和山东旅游职业学院等10所院校。他们或者是省内获得过“楚怡杯”导游服务技能竞赛，教师教学能力比一二等奖的学校，或者是在国内旅游管理专业排名前列的学校。我们通过调研了解兄弟院校人才培养方案制定情况、专业设置、课程开设情况、专业教学条件和师资队伍等基本情况，以借鉴学习。

3.在校生学情调研

通过问卷调查和座谈访谈等方式，对2022级、2023级在校学生进行调研，对旅游管理专业课程教学优化调研。

4.毕业生跟踪调研

通过问卷调查和访谈对旅游管理专业2018-2022届学生进行调研。收集整理毕业生就业信息，分析旅游管理专业学生对口就业情况；设计问卷，调查毕业生对本专业教学效果的评价，对课程设置、教学实施、实习实训环节的意见建议。

（三）调研工作机构

本专业成立了二级学院院长为负责人，教研室主任担任组长，由10名教师（学校导师4人+企业导师6人）为组员组成的调研小组，分别实施具体工作。

（四）调研方式

第一，收集整理信息；

第二，设计调查问卷；

第三，以现场走访、座谈访谈调查、问卷调查、电话、网络交流等方式对行业企业调研；

第四，以电话网络交流、网络资料查询或走访等方式对兄弟院校调研；

第五，以现场座谈和问卷调查等方式对在校生和毕业生进行调研；

第六，分析、提炼和总结研究内容，撰写调研报告。

（五）调研实施

1.开展调研工作

本次调研时间为 2023年12月至2024年3月，以现场实地调研、电话网络调研、问卷调查等为主，分不同调研对象开展专业调研活动。

第一阶段：行业企业调研

通过查阅省、市政府的“十三五发展规划”执行情况及《湖南省“十四五”文化和旅游发展规划》《岳阳

市“十四五”发展规划》制定和执行情况，走访长沙市导游协会、岳阳市旅游协会等相关行业单位，了解旅游业的发展趋势，宏观了解企业发展现状。通过实地考察、网络调研、专题研讨及问卷调查中惠旅、张家界华天酒店、湖南省中旅国际文化旅游集团、岳阳洞庭湖国家级旅游度假区、上海迪士尼度假区、广州长隆旅游度假区等相关企业，了解企业的生产现状及发展趋势、岗位设置、岗位要求、人员结构、人才需求等方面内容，初步确定本专业的人才培养岗位和毕业生就业方向；并与企业在教学资源建设、课程建设、技术人员培训等方面进行沟通与探讨。

第二阶段：兄弟院校调研

通过电话网络交流、网络资料查询或走访形式，对兄弟院校进行调研，了解人才培养方案制定情况、专业设置、课程开设情况、专业教学条件和师资队伍等基本情况。

第三阶段：毕业生、在校生调研

通过收集整理信息和问卷调查、现场座谈的方式，对旅游管理专业毕业 1 年以上部分学生和 2022 级、2023 级部分在校学生进行调研，分析旅游管理专业毕业生就业情况和在校生专业课程教学优化建议及就业意向等。

2. 组织调研分析

专业调研数据分析包括了工作单位性质与月薪水平、专业岗位数、岗位缺口数、毕业生就业岗位群和具体岗位、职业资格证书、典型工作任务、专业核心课程、学生职业素质能力等信息，通过数据分析，形成专业调研报告，作为修订人才培养方案的重要依据。

3. 引用调研结果

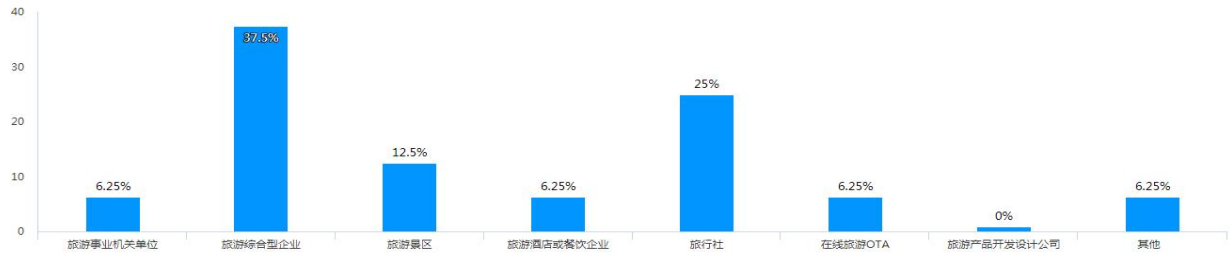
调研团队依据调研情况，提出修订专业人才培养方案的意见，并提交专业建设指导委员会讨论，在专业建设指导委员会的指导下，修订专业人才培养方案。

三、调研结果分析

（一）行业企业调研分析

1. 调研资料情况

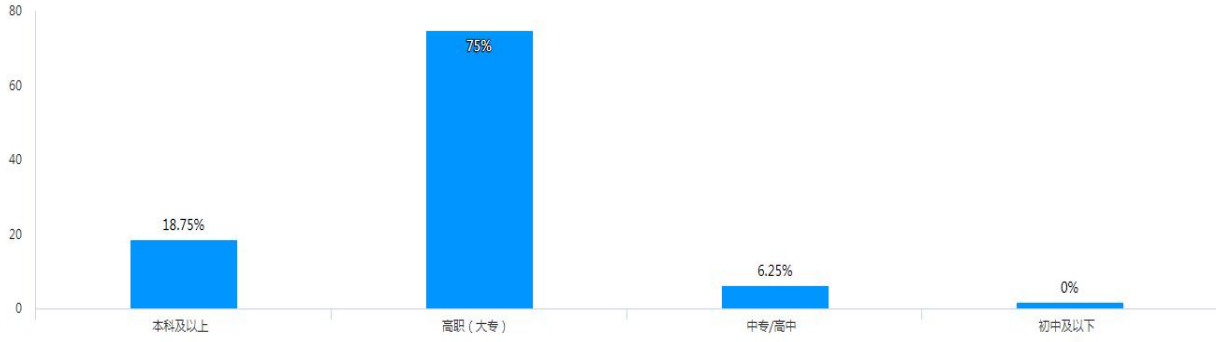
本次对行业企业的调研主要采用现场访谈和问卷调查的方式，调研的旅游企业分别为综合性旅游企业、酒店餐饮类企业、旅游景区、旅行社和行业协会，从多方面了解行业企业对旅游人才的需求。调研小组通过与各单位的人事负责人、业务（部门）经理、行业协会的会长或秘书长等访谈，以 “构建与岗位工作任务紧密关联的专业课程”为要求，根据“调研、归纳、排序、重组”的方法要领，确定调研的内容包括：各企业主要部门及岗位人员分布情况，各岗位旅游人才素质和要求，当前高职旅游人才培养中存在的问题及建议。下图为调研的企业类型比例和调研现场照片。



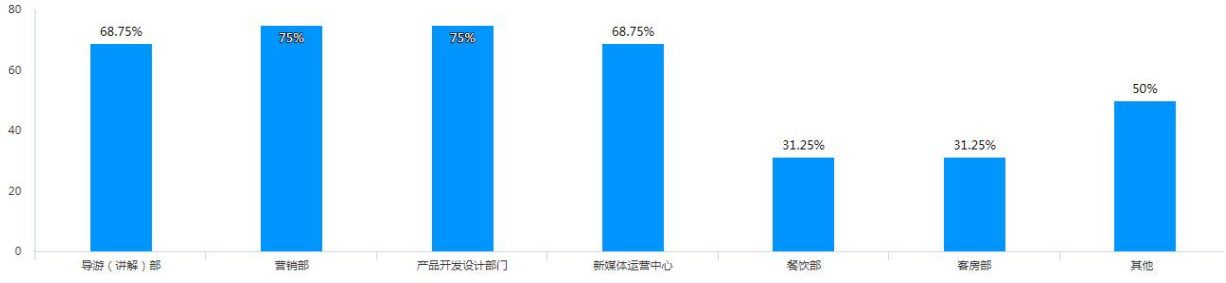


2. 调研企业的各岗位人员数量及情况分析

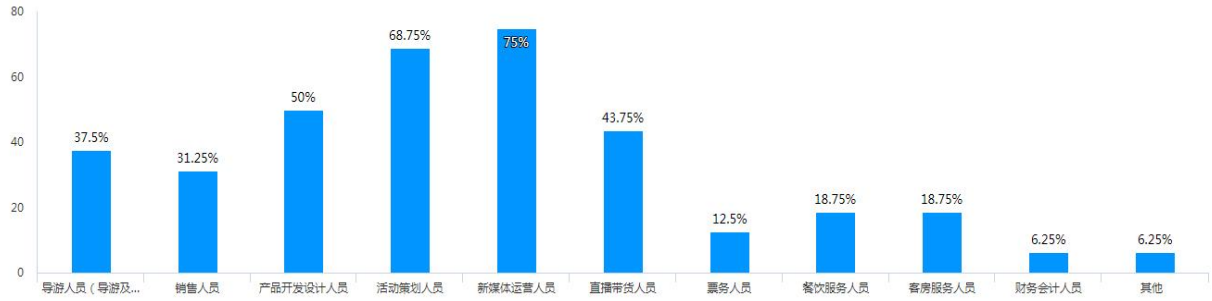
从调研情况来看，各企业员工学历层次基本为高职（大专），占比 75%，其次为本科及以上。提供的岗位很多，如营销、产品策划、导游（景区导游）、新媒体运营、景区商业服务等等。企业比较紧缺的人员排在前五的依次为新媒体运营人员，活动策划人员，产品开发设计人员，导游人员和旅游直播带货人员。由此可知，作为我院人才培养来讲，应精准对接市场、岗位需求，培养岗位需求量大的旅游人才。具体比例如图所示。



员工学历层次



已开设部门



紧缺人员

3. 行业企业对旅游人才的要求

为进一步实现岗位精准对接，对我院旅游管理专业的人才培养目标进行重新定位和满足旅游企业人才质量提升需求，在对企业基本情况调研之后，我们再次针对企业需求量大的岗位要求进行了调研。我们专门针对 10 余家企业中需求量大的导游、旅游营销岗位和旅行社计调需要的人才素质、知识、能力需求做了问卷调查，主要从各岗位工作人员的匹配程度、对工作岗位的职业素质要求、专业知识和技能要求、职业证书的要求等进行问题设计，向各单位发放问卷 20 份，收回问卷 16 份。对数据进行整理，最终得出调研对象中他们对导游、计调和旅游营销岗位人员的要求如下：

职业岗位	素质要求	知识要求	能力要求
导游	（1）树立学生强烈的爱国主义意识； （2）养成学生集体主义思想和乐意为人服务的品质； （3）养成学生职业认同感及热爱旅游事业和尽职敬业精神； （4）养成学生高尚的情操和正派的作风； （5）树立学生严于律己，遵纪守法的职业习惯。	（1）熟悉国家历史文化、古建筑、四大宗教、饮食文化、风物特产等知识； （2）掌握导游接待服务知识及旅游应急与急救知识； （3）掌握导游讲解的技巧与方法及旅游过程中的各种突发事件处理原则或方法； （4）熟悉旅游职业礼仪知识。	（1）有良好的语言表达能力，能进行准确、流利的导游讲解； （2）能根据地理基础知识、导游基础知识为游客提供有针对性的讲解； （3）有良好的沟通与组织协调能力，能够与工作团队配合，完成导游服务工作； （4）有良好的应变能力，能够正确处理游客个别要求和常见旅游事故。
旅游营销	（1）诚实守信，胆大心细； （2）具有团结协作精神； （3）具有开拓创新意识； （4）具有良好的沟通意识。	（1）具有市场环境分析知识； （2）具有市场调研知识； （3）具有营销策划知识。	（1）能够通过数据分析旅游市场，寻找客群； （2）能够很好的维系客户资源； （3）能够流畅表达，与客户沟通； （4）能够做营销策划方案。
旅行社计调	（1）认真细致，有耐心； （2）具有市场意识、成本意识和创新意识； （3）养成独立思考问题、分析问题、解决问题的学习习惯； （4）具有较强的集体意识和团队合作精神； （5）具有良好的沟通协调意识。	（1）熟悉旅游线路与旅游六要素组合原则； （2）对我国、省、市等各地的旅游资源分布情况及基本信息较为熟悉； （3）具备审美知识； （4）具备设计旅游线路的基本知识。	（1）能够编排合理的旅游线路； （2）能够进行成本核算与定价； （3）能够根据旅游者的个性需求推荐或设计有特色的旅游线路。

最终，我们根据信息统计，总结出：语言表达、应变、计算机应用、新媒体营销、组织协调、自我学习等能力与热情周到的服务、诚实守信的职业道德、高尚的审美情趣和环保意识等素质是企业对员工的主要能力和素质要求。部分能力所对应的职业资格证书要求如下：

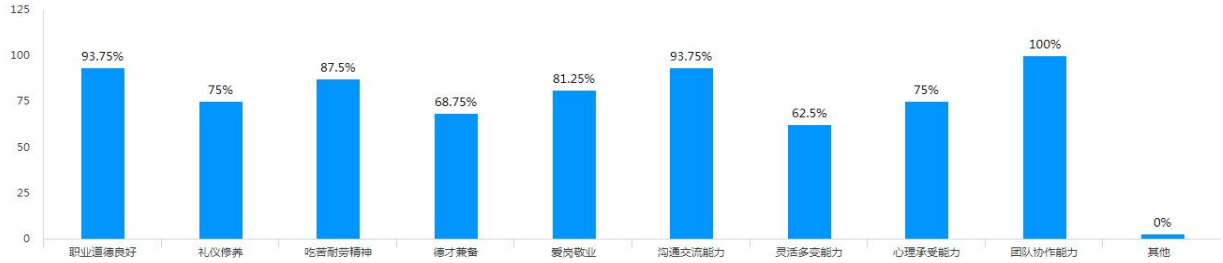
资格证书种类	对应岗位	重要程度

普通话等级证书	旅游行业各岗位	非常重要
计算机等级证书	门市接待、计调、票务、营销各岗位	重要
英语等级证书	导游、景区讲解、营销、咨询人员	一般
导游资格证书	导游员、景区讲解员	非常重要
旅行策划职业技能等级证书	计调、产品开发与策划人员	重要

4. 对当前高职旅游人才培养中存在的问题及建议

通过调研，大部分企业表示员工“没有职业意识”“专业知识不扎实”“缺乏吃苦耐劳的精神”“沟通交流能力不强”“企业员工留不住，忠诚度差”这些问题较为严重，给他们用人单位带来较大困扰，急需解决。

他们建议学校首先要强化对学生的职业道德、责任心、学习方法、自立能力、吃苦耐劳精神、团队精神和创新精神等非智力因素的品格养成教育，特别是吃苦耐劳、爱岗敬业的精神尤其重要。其次，在专业学习中狠抓基本知识、基本技能教学，并根据行业需求的变化更新教学内容，争取学校所学知识与行业接轨。





上图为行业企业调研问卷及统计结果

（二）院校调研分析

通过调研省内外 10 所开设旅游管理专业有影响力的学校（10 所学校见下表）

序号	学校名称	专业
1	湖南商务职业技术学院：旅游管理学院	**旅游管理；**（线上旅游运营与管理方向）旅游管理；智慧景区开发与管理；酒店管理与数字化运营；商务英语；商务英语（对外商务服务方向）。
2	长沙商贸旅游职业技术学院：湘旅学院	**旅游管理**；研学旅行管理与服务；导游；高速铁路客运乘务；空中乘务。
3	湖南网络工程职业学院：旅游管理系	有**旅游管理，**酒店管理与数字化运营。
4	长沙民政职业技术学院：外语学院	有**旅游管理**（包含研学旅游班和康养旅游班）、旅游管理（韩语）
5	长沙职业技术学院：信息工程与商务学院	**旅游管理**
6	怀化职业技术学院：商贸管理系	**旅游管理，**民宿管理与运营专业。
7	郴州职业技术学院：商贸旅游学院	酒店管理与数字化运营、**旅游管理**、市场营销、现代物流

		管理和电子商务。
8	岳阳职业技术学院：商贸物流学院	建设有健康产品流通服务专业群，包括大数据与会计、国际商务、港口物流管理、**旅游管理**和市场营销。
9	浙江旅游职业学院：旅游规划与设计学院	景区开发与管理、会展策划与管理、休闲服务与管理、高尔夫球运动与管理和**旅游管理**。
10	山东旅游职业学院：旅游与休闲管理学院	旅行社经营管理、导游、**旅游管理**、景区开发与管理等。

通过以上院校调研进一步分析发现：

1.旅游管理专业人才培养方案制定情况

省内外各高职学校都有制定符合本校特点的旅游专业人才培养方案，但是体例各异，标准有所差异。主要原因是目前没有颁布旅游管理专业国家教学标准，国家专业目录旅游大类下设旅游管理、导游、旅行社、酒店管理、景区开发与管理等专业，而旅游管理专业专业教学标准缺失，各院校缺少制定人才培养方案的依据。

2.专业教学条件情况

相比较而言，省内外专业教学条件配置情况差异较大。浙江旅游职业学院和山东旅游职业学院都配有较为先进的VR专业模拟实训室、校办旅行社等。而长沙商贸旅游职业技术学院的旅游服务业专业群和湖南商务职业技术学院的现代旅游管理专业群则被评为了湖南高职一流特色专业群建设项目，专业教学条件较好。普通院校尤其是偏远地区的民办高校基础设施落后，实验室实训室建设不能满足正常的教学需求。

3.专业设置、课程开设情况

目前大多数院校旅游专业课程设置都在寻求突破和创新。传统导游证考证科目课程依然存在；但新兴业态需要的旅游信息化、线上营销等课程开设较少；少数一些适应区域市场需求的课程，如《旅游民歌鉴赏》《花艺》《旅游摄影》等课程也较少开设，与市场需求不匹配，这些都不利于我省旅游人才培养的长远规划。

4.师资情况

目前专业教师大多是从高校毕业进入高校工作，缺少行业企业实践工作经验。因此院校缺少具备丰富实际工作经验的行业导师。即使有校企合作的导师来校讲课，但因工作时间冲突，或其他种种原因，送课次数较少。

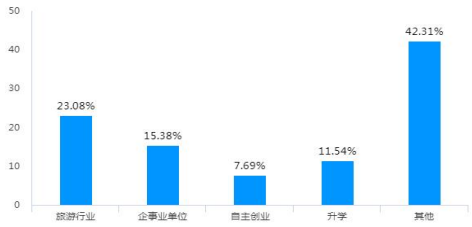
（三）毕业生跟踪调研分析

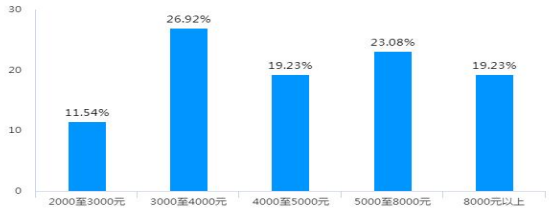
为进一步了解旅游管理专业学生就业情况，调研组通过问卷向2018-2022届旅游管理专业毕业生的就业情况进行调查。问卷针对学生的就业行业，薪资状况、导游考证及专业建设等方面设置问题，共收到有效问卷24份。问卷结果显示，虽然毕业生的就业率为 90%左右，但从事旅游行业仅为25%， 薪资水平集中在3000元-5000元，薪资水平较去年有明显提升。但是学生普遍认为旅游行业工作不稳定，行业就业形势仍不容乐观。



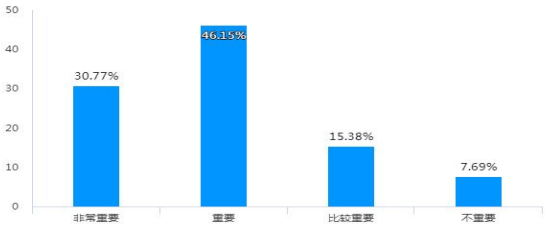
上图为毕业生调研问卷及统计结果

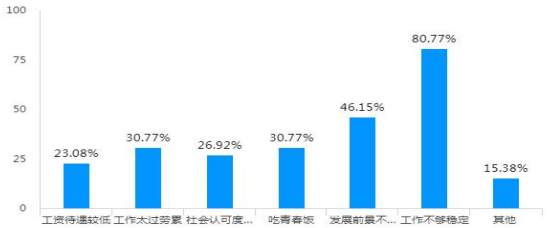
1.调研结果显示，毕业生在旅游行业就业约占调研学生的23%，企事业单位约占15%，自主创业约占8%,升学约占12%，其他约占42%。毕业生在旅游行业工作人数较少，进入其他行业工作者较多。同时，毕业生薪资待遇水平较好，2000元-4000元约占38%,4000元-8000元占约42%，8000以上占19.2%。毕业生对职业的选择更加多样化，薪资有所提升，对旅游行业就业满意度有所降低。

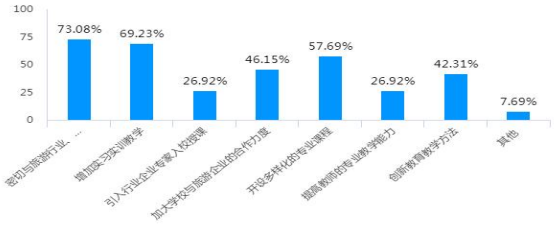


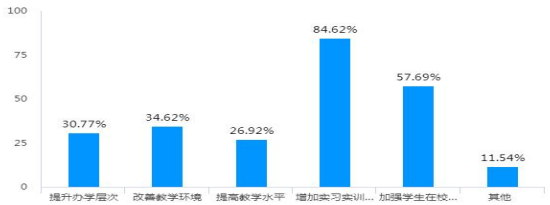


2.毕业生认可在校期间考取与专业相关的职业资格证的重要性,但实际考取导游证的人数只占25%（导游证过级率低也是一个原因）。认为旅游行业留不住人才的主要原因为：工作不够稳定、发展前景不明朗，吃青春饭等。认为旅游管理专业教育教学应注重密切与旅游行业、产业接轨、增加实践实训教学、开设多样化的专业课程等。并提出母校旅游管理专业应在增加实习实训教学、加强学生在校和实习管理等方面进一步提高和改进。









（四）在校生学情、就业意向及专业课程教学优化调研分析

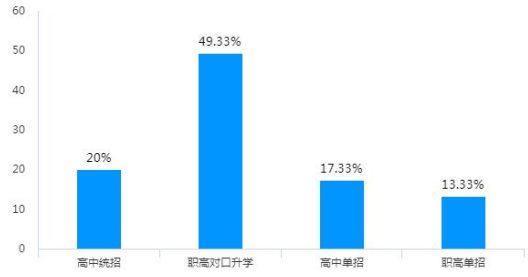
我院旅游管理专业共有在校生230人，全部为高职三年制学生，本次调研对大一大二学生进行问卷调查。问卷调查结果显示：在校生主要来源为职高，对专业比较了解，对旅游专业和教学课程设置较为认可，对实习实训态度积极。但是大部分学生学习途径较为狭窄，对自己的职业生涯发展缺乏规划，对自身发展定位较模糊。

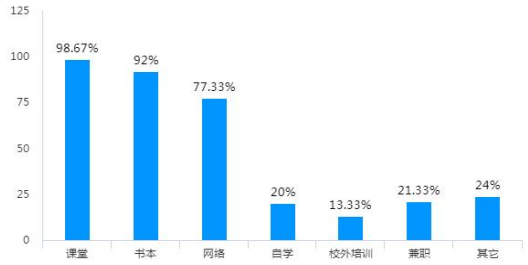


上图为在校生调研问卷及统计结果

1. 在校生学习基础与学习需求

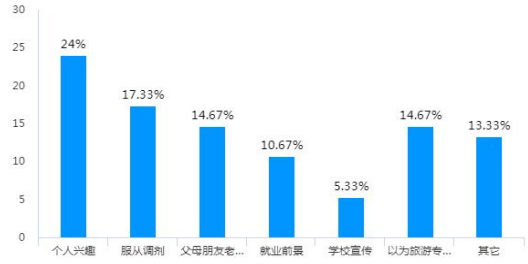
在校生入学时专业基础学习情况不均，职高学生相较普高学生而言专业基础知识会好一些，总体来说学生学习态度较好，但学习途径较为狭窄，自我学习能力一般。

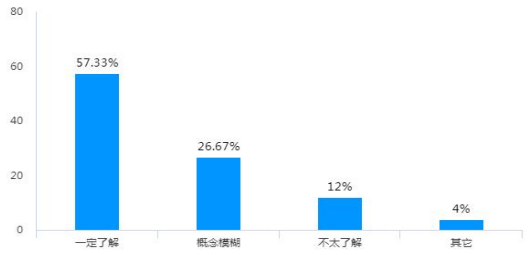




2. 对所学专业的认可与了解

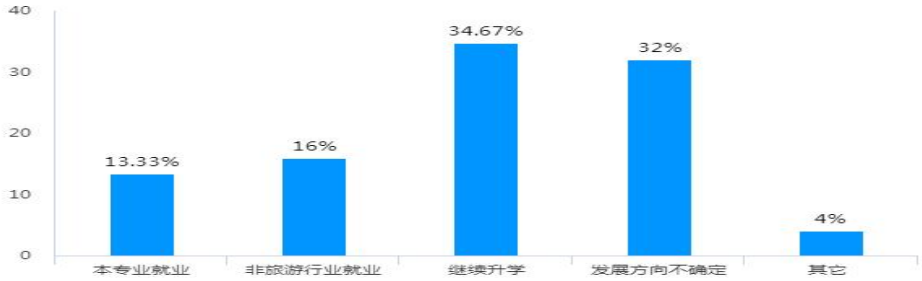
根据对本专业 230 位在校生的问卷调查，结果显示 50%以上的学生选择旅游管理专业是因为喜欢旅游或认可旅游行业的前景。57%以上的在校生对旅游管理专业有一定的了解，不太了解的仅占 12%。对比数据可知，在校生对旅游管理专业的认可和了解程度，较上一年有显著提升。





3. 对毕业后行业就业意向调研

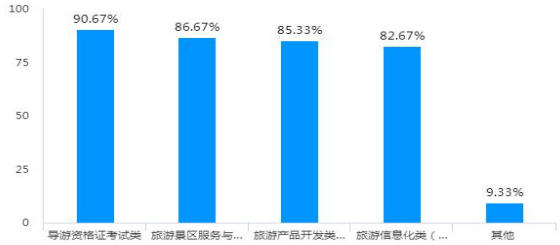
根据对本专业 230 位在校生的问卷调查，结果显示选择就业的学生不超过 30%，考虑继续升学的约占 34%，还有 36%的学生对未来暂时没有规划。



4. 在校生对课程设置及课程内容的建议

根据对本专业 230 位在校生的问卷调查，结果显示学生对全国导游资格证考试中涉及到的考试科目相对应的课程很关注，希望加强考前强化培训，加大开课力度，希望授课教师紧跟每年导考考纲进行教学。同时，随着信息化社会发展及游客信息获取渠道的变化，希望课程设置上增加新媒体营销、旅游+、旅游策划等内容。对

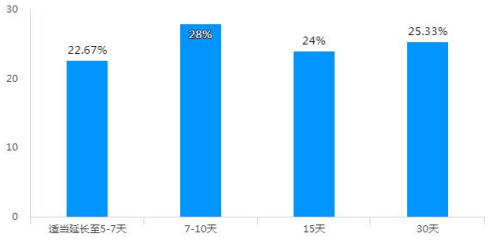
专业拓展课和专业（群）选修课中的《茶艺与茶文化》《旅游民歌鉴赏》《旅游摄影》等体验类的课程和实习实训类课程比较感兴趣。

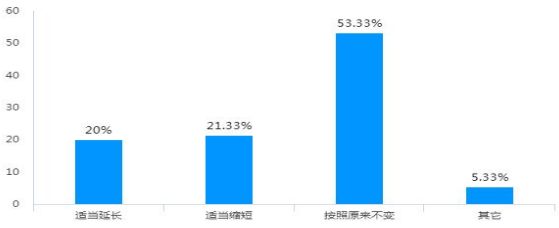




5. 在校生对景区见习、跟岗课程设置的建议

根据对本专业 230 位在校生的问卷调查，结果显示 77%的学生建议景区见习时间应超过 7 天，50%以上的学生建议跟岗实习时间维持不变，20%的学生建议适当延长。学生期望能有更多机会在实践基地和旅游企业集中学习实践，并希望跟岗学习期间企业导师和学校教师能够在景区进行双指导。





四、调研结论及建议

（一）调研结论

1. 后疫情时代旅游行业转型升级加速

2020 年以来新冠肺炎疫情席卷全球，中国政府和人民众志成城、顽强拼搏，取得疫情防控重大战略成果和经济社会发展重大成就。旅游市场经过 2023 年重塑信心的复苏之后，中国加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游，推动线上线下融合发展，后疫情时代的旅游企业也正在努力改变自己的“生存方式”。如今的旅行社经营，早已不是以前的低门槛甚至无门槛时代了。过去三年多经历低迷甚至至暗时刻的旅游市场，倒逼无数旅行社推倒重来，如今正瞄准新营销不断发力。还有转型升级为综合性旅游企业；改变旅游产品的营销方式，短视频营销、平台合作以及文旅直播是发力旅游新营销的三个主阵地；增加活动策划、定制产品设计和信息化应用等新兴岗位。同时，在完善旅游信息基础设施、丰富智慧旅游应用场景等方面，加强旅游从业人员培养，大力发展智慧旅游，为疫后旅游恢复发展注入新活力。

2. 根据旅游行业的实际岗位需求确定职业岗位（群）

在调研基础上，根据旅游行业的实际岗位需求，组建由校政企行构成的旅游专业指导委员会。由专业委员会共同分析旅游岗位（ 群） 对学生素质、能力、知识等方面的培养规格与需求，得出以下职业岗位群分析表。

专业对应职业岗位（群）分析

序号	职业岗位	典型工作任务	核心职业能力要求

1	**导游**	1.按照接待计划安排和组织游客参观、游览； 2.负责为游客导游、讲解，介绍景区景点； 3.配合和督促有关人员安排游客的交通、食宿等； 4.耐心解答游客的咨询，协助处理旅途中遇到的问题； 5.负责协助拓展培训的组织和实施,引导和帮助参与者体验专业拓展培训。	1.导游讲解能力； 2.口头表达能力； 3.人际沟通协调能力； 4.组织能力； 5.团队配合能力； 6.突发事件处理能力。
2	**旅行社计调**	1.主要面向旅行社,在线旅游运营商等旅游企业,为游客提供旅游产品； 2.搜集国内外旅游资源信息，与同类旅游资源进行比较，分析判断旅游资源的审美价值； 3.根据客户咨询内容，了解其需求特点，设计针对性的旅游线路； 4.根据作业流程规定，合理采购资源，进行成本核算定价，控制线路成本； 5.对旅游线路进行市场细分和市场定位,采用信息化等多种营销推广方式。	1.旅游资源分析及审美能力； 2.旅游线路设计能力； 3.成本控制能力； 4.团队合作能力； 5.信息化运用能力。
3	**旅游营销**	1.负责旅游企业产品的线上线下销售以及推广； 2.进行旅游市场调研，开拓新市场、发展新客户； 3.熟悉各种旅游信息化平台的操作规则及流程； 4.耐心解答游客咨询，并根据客户需求推荐旅游产品； 5.负责旅游市场信息的收集以及竞争对手的分析； 6.运用营销组合策略，编写旅游营销策划方案，判断旅游营销执行得失。	1.营销策划及推广能力； 2.沟通协调能力； 3.市场调研能力； 4.数据挖掘能力； 5.事务管理能力。

3.我院旅游管理专业人才培养面临的主要问题

（1）人才培养与市场对接不够紧密，职业特色不突出

专业人才培养要紧跟经济社会的发展，着力培养紧缺型、应用型和对接型人才。同时，应针对区域经济发展的要求，灵活调整和设置具有区域经济特色的专业。我院旅游管理专业在市场对接方面，缺乏主动性，与行业企业对接不够紧密，职业特色不突出。

（2）旅游管理专业课程体系设计不够合理

从现有的课程体系可以看到，我院公共基础课程所占比例较重，专业课程门类及课时量较少。同时，过分强调学生专业技能的培养，对学生的职业素养和拓展能力的培养则不足。

（3）实习实训制度不够完善，实训设施条件相对欠缺

对于旅游管理类专业职业教育，实习实训是必须的。虽然国家有出相关政策文件，但到具体的院校专业实习实训制度、校内必备基本实训设施等没有明确地规定。实训设施条件欠缺，规格和层次也差异很大。校外实习基地虽然有，但校企深度合作、企业提供长期稳定的实训岗位不多。

（4）就业、创新创业能力有待提高

李克强总理曾说：“旅游业是大众创业、万众创新的大舞台；产业链条长，适合各层次的劳动力就业创业，是大众创业、万众创新最活跃的领域之一“。而就业创新创业能力也是学生可持续发展并且能支撑终身发展的重要能力之一,在创业创新的驱动下,旅游业呈现出品质化、智慧化、综合化、国际化等特征。然而在对毕业生的调研中了解到，学生本专业就业率并没有达到预期目标，学生的创新创业能力也不明显。所以，为培养学生的就业、创新创业能力，需要建好服务平台,开展双创实训、孵化转化、资源对接一体化服务，推进产学研深度融合,把创新创业教育融入人才培养全过程。在课程设置方面，开设相关课程，提高学生的就业、创新创业能力。

（5）师资团队有待调整

从兄弟院校调研可知，大部分高职院校教师团队现状不太乐观，师资来源相对单一，多为院校科班出身，高技能人才引进难度大；“双师型”培养培训制度不完善；兼职教师流动性大，管理难度大.....难以满足当前旅游行业人才培养的需求。最终导致的结果是培养出来的“人”达不到行业的要求，人才与市场不能接轨。

而复杂多变的旅游环境，新的行业需求，要求师资队伍建设也要坚持面向市场，以市场需求为导向来培养人才，所以需要调整教师来源结构，需要理论与实践经验丰富的“资深”教师传授理论知识与行业企业经验，需要“跨界融合”的教师“取长补短”来共同培养启发创新。

（二）调研建议

1.凸出校企双元育人原则，紧密联系行业企业，对接市场需求。

面向产业转型发展和区域经济社会需求，以强化学生职业胜任力和持续发展能力为目标，以提高学生实践和创新能力为重点，深化产教深度融合、校企合作，创新人才培养方案、课程体系、方式方法、保障机制等，依托我校现代学徒制项目，紧密联系行业企业，对接市场需求。推进“引企入教”，推进启发式、探究式等教学方法改革和合作式、任务式、项目式、企业实操教学等培养模式综合改革，促进课程内容与技术发展衔接、教学过程与生产过程对接、人才培养与产业需求融合。协调推进多主体之间开放合作，整合多主体创新要素和资源，凝练产教深度融合、多方协同育人的应用型人才培养模式。另外，加强与岳阳本地旅游企业的合作，并根据岳阳旅游行业的新发展，及时捕捉本地旅游行业发展最新业务及相应职业的演变，更好的服务地方经济。

2.完善“岗课赛证四维融合”课程体系，优化课程设置

（1）课程体系构建按照岗位跟踪、动态反馈、循环提升的原则，以职业能力与岗位（群）需求为导向，将导游、旅行社计调和旅游营销等岗位的工作任务和工作过程归纳序化；校企共同对岗位对应的课程进行系统设计，同时将资格证考试和专业技能大赛内容转化为教学资源，按照模块组合的原则，构建适合基于工作过程、覆盖企业岗位群的不同需求的课程体系。

（2）顺应行业发展趋势，在培养导游、计调、销售等传统旅游人才的基础上，根据我国旅游业市场主体在“全域旅游”、“互联网+旅游”、“智慧旅游”等快速发展的背景下加大培养综合素质强的新兴旅游人才，如旅游旅游管理类、旅游策划类、“互联网+”等旅游人才。通过将《旅行社经营与管理》《旅游新媒体营销》课程增设为专业核心课，重点培养学生旅游企业经营管理能力、旅游信息化数据收集处理、新媒体平台创建运营、短视频编辑剪辑、景区营销与策划等能力，以适应“互联网+”时代背景下对旅游人才的新需求。

（3）加强学生核心职业素养的培育

企业普遍反映，员工“没有职业意识”“专业知识不扎实”“缺乏吃苦耐劳的精神”“沟通交流能力不强”“企业留不住员工，忠诚度差”。从企业用人角度讲，需要重点培养学生职业素养，形成“有工匠精神，有精湛技艺，有创新本领”的高素质技术技能人才。在教学环节中着重学生的“德育”和“情商”的培养教育，树立正确的大局观、苦乐观，幸福观、荣辱观、生死观。由此建议，首先在校开设如《职业规划》《就业指导》《中华优秀传统文化》《劳动教育》《大学美育》《中国共产党史》《习近平著作选读》《安全教育》《旅游职业礼仪》等课程，培养学生良好的职业道德和从业意识，提高其对行业和专业的认可度、忠诚程度；其次构建“以职业岗位活动为主线，以职业情境构建为核心，以创新教学资源为关键点，以教师行为为示范”的培养方法，把职业素养培养渗透到已有的公共课和专业课教学、实习实训、校园生活、社会实践中，在不打破原有教学体系的情况下，实现全方位融入式培养，注重让学生在不断的体验和反思过程中养成良好的职业素养。

（4）加强学生专业拓展能力的培养

着重培养学生的沟通能力、动手操作能力、就创业能力和自我学习能力。在沟通能力方面，一是重点提升学生的表达能力、逻辑思维能力；二是要帮助学生打破沟通障碍，敢于跨年龄、跨层次、跨文化的沟通。因此，需要开设《普通话》《沟通技巧》等课程。动手操作能力可以从《茶艺》《花艺》《旅游摄影》等实操课程着手培养。就创业能力则可以开设《创新创业教育》课程。在自我学习能力方面，发挥青年快速接受新思想、新事物的优势，能够运用短视频制作、公众号创建、直播等新媒体方式为专业提供服务。

3.创新实习实训多种合作模式，完善实习实训制度

创新多主体间合作模式,构建基于产业发展和创新需求实践教学和实训实习环境。充分利用优质资源，构建功能集约、开放共享、高效运行专业类或跨专业类实践教学平台。通过引进企业研发平台、生产基地，建设兼具生产、教学、研发、创新创业功能校企一体、产学研用协同大型实习基地。围绕加强职业教育供给与产业需求对接，通过“产教深度融合、校企双元育人”，坚持“引进来，走出去”，拓展校企合作形式内容，充分挖掘并利用校企的教育资源，使旅游企业成为校外实践课堂，并让企业与学校共同参与专业建设、课程设置和教学大纲的制定过程。确保人才培养的针对性与应用性，为企业的发展提供智力支持和人才保障，贡献中国智慧。

4.推进职业资格证书、1+X 证书（职业技能等级证书）转换学分制度

职业资格证书是连接教育与产业的桥梁和纽带。1+X 证书是拓展学生就业创业本领，缓解结构性就业矛盾的有利支撑。为进一步发挥证书的作用，避免书证脱节，在课程设置方面实行“课证融合”，将职业资格证书和 1+X 证书纳入课程体系，将课程与资格证、1+X 证考核内容相融合，使学生在完成专业课程的同时掌握职业资格、职业技能的内容与要求。在获得相应的职业资格证书和 1+X 证书后，可置换相关课程学分。

5.依托旅游管理专业现代学徒制项目合作企业，建设一支校企“双导师”教学团队

当前旅游管理专业师资结构出现的怪现象，也是整个教育行业的怪现象。教师多为高校刚毕业的高学历人才，行业经验缺乏。因此，我们需要依托旅游管理专业现代学徒制项目合作企业--中惠旅建设一支校企“双导师”教学团队，建立校企共建教师队伍机制，动态更新专业教师库。坚持“引进来，走出去”的方针，从企业引进具有丰富实践能力的管理人员和专业技术人员充实教师队伍，提高“双师型”教师比例；积极聘请旅游行业具有丰富经验的专家来校进行专题讲座，参与人才培养方案制定、课程体系改革、教材编写等教学任务，并共同承担科研项目。同时,学校教师下企进行挂职锻炼,让青年教师参与针对旅游企业特定岗位的技能培训；鼓励专任教师参加职业资格考试，提高专任教师的专业技能等，建设成“双师双能型”教师培养培训基地。开展校企导师联合授课、联合指导，通过“双师融合，取长补短”，创新教学模式与方法，改进教学内容与教材、完善质量保证体系,构建新型师生关系,强化德技并修,打造与现代学徒制高度匹配的高水平旅游专业教学团队。

五、其他

1、旅游管理专业人才培养方案调研情况登记表

2、专业人才需求调研表

3、职业岗位（群）及对应岗位的典型工作任务、职业能力与核心课程分析

1. 商贸旅游学院旅游管理专业人才培养方案调研情况登记表

时间	2024.1.-2024.4.
调研对象	旅游行政事业单位、兄弟院校、旅游企业、毕业生、在校生
参与人	易繁、连波、彭闯、张苗、黄武、李勇（企业专家）； 李辉、常新利、余汶洁、龚迎均（学校教师）
调研问题	1.企事业单位:了解企业的生产现状及发展趋势、岗位设置、岗位要求、人员结构、人才需求等方面内容，并与企业在“校企合作”、教学资源建设、课程建设、师资培养等方面进行沟通与探讨
	2.兄弟院校：了解专业设置情况、规模、课程设置、实习实训及就业情况等
	3.毕业生:就业情况、具体岗位及就业岗位群、典型工作任务、职业资格证书和1+X证书
	4.在校生：就业意向及专业课程教学优化调研
调研内容及调查方法	企业：主要采取现场调查、问卷调查、电话或微信调查等方法，了解企业的生产现状及发展趋势、岗位设置、岗位要求、人员结构、人才需求等方面内容，并与企业在“校企合作”、教学资源建设、课程建设、技术人员培训等方面进行沟通与探讨。 毕业生：主要针对2017-2021届毕业生采取问卷调查、电话或微信、QQ调研方法，了解学生就业情况，主要就业岗位群和具体岗位、获得的职业资格证书、1+X证书典型工作任务等。 在校生：主要针对2022级，2023级学生采取座谈或问卷调研，了解其生源结构、专业基础知识掌握、专业课程教学优化及就业意向等问题。
调研运用	将调研结果运用到人才培养方案的制定或修订中。

2. 专业人才需求调研表（例表）

单位名称	**湖南省中旅国际文化旅游集团**	**日 期**	**2024.03.24**

岗位名称	所需职业资格	近期急需相关专业人才统计				所需职业资格	5年内拟需相关专业人才统计			
		中级	初级	其他	合计		中级	初级	其他	合计
导游员	全国导游人员资格证书		15				10	50		
旅行社计调	旅行策划职业技能等级证书	8	12				20	40		

3.职业岗位（群）及对应岗位的典型工作任务、职业能力与核心课程分析

岗位（群）	典型工作任务	核心知识	核心能力	核心素质	对应课程
导游	1.按照接待计划安排和组织游客参观、游览； 2.负责为游客导游、讲解，介绍景区景点； 3.配合和督促有关人员安排游客的交通、食宿等； 4.耐心解答游客的咨询，协助处理旅途中遇到的问题； 5.负责协助拓展培训的组织和实施，引导和帮助参与者体验专业的拓展培训。	1.说出与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等相关知识； 2.说出建筑、宗教、园林、历史和文化等导游基础知识； 3.概括导游相关的业务知识； 4.归纳导游服务程序； 5.使用导游服务技能； 6.使用导游人员的语言技能； 7.归纳导游服务过程中游客个别要求预防与处理； 8.归纳导游服务过程中事故的预防及处理； 9.应用旅游应急知识和急救基本技能。	1.导游讲解能力； 2.口头表达能力； 3.人际沟通协调能力； 4.组织能力； 5.团队配合能力； 6.突发事件处理能力。	1.具有服务意识； 2.具有良好的团队协作意识； 3.具有吃苦耐劳、耐心细致的品质； 4.具有优良的职业道德修养，自觉遵守职业道德规范； 5.具有良好的沟通意识。	1.导游业务； 2.全国导游基础知识； 3.现场导游； 4.旅游政策与法规。
旅行社计调	1.主要面向旅行社、在线旅游运营商等旅游企业，为游客提供旅游产品； 2.搜集国内外旅游资源信息，与同类旅游资源进行比较，分析判断旅游资源的审美价值； 3.根据客户咨询内容，了解其需求特点，设计针对性的旅游线路； 4.根据作业流程的规定，合理采购资源，进行成本核算并定价，控制线路成本； 5.对旅游线路进行市	1.复述旅游线路设计的核心概念：旅游线路、旅游线路设计等； 2.归纳旅游线路的特点，判断旅游线路的类型； 3.灵活运用旅游线路设计与旅游六要素组合的原则； 4.搜集并整理旅游景区信息、旅游地信息，熟悉各类旅游资源及中华优秀传统文化知识； 5.与同类旅游资源进行比较，分析判断旅	1.旅游资源分析及审美能力； 2.旅游线路设计能力； 3.成本控制能力； 4.团队合作能力； 5.信息化运用能力。	1.树立民族自豪感和文化自信心； 2.具有市场意识、成本意识和创新意识； 3.养成独立思考问题、分析问题、解决问题的学习习惯； 4.具有细心、耐心、认真的专业素质，过硬的职业素质和人文素质； 5.具有良好的沟	1.旅行社经营与管理； 2.单项旅游产品预订； 3.旅游线路设计； 4.旅游新媒体营销。

	场细分和市场定位，采用信息化等多种营销推广方式。	游资源的审美价值； 6.说出旅游线路设计的原则、内容和方法； 7.概括并归纳旅游线路市场调研方法及调研流程； 8.阐释旅游线路对比分析的原则，并能描述设计编排线路的流程； 9.归纳不同类型旅游线路的创意设计原则及方法。		通协调意识； 6.具有较强的集体意识和团队合作精神。	
旅游营销	1.负责旅游企业产品的线上线下销售以及推广； 2.进行旅游市场调研，开拓新市场、发展新客户； 3.熟悉各种旅游信息化平台的操作规则及流程； 4.耐心解答游客咨询，并根据客户需求推荐旅游产品； 5.负责旅游市场信息的收集以及竞争对手的分析； 6.运用营销组合策略，编写旅游营销策划方案，判断旅游营销执行的得失。	1.阐释并说明一般旅游市场环境分析模型； 2.比较不同类型旅游用户特征，阐释并说明旅游消费者购买行为的刺激——反应模型； 3.归纳旅游市场客群分析方法和旅游市场调研方法； 4.整理并归纳旅游平台矩阵及搭建方案； 5.归纳用户运营技巧及用户运营方案； 6.判断不同旅游细分市场的营销策略； 7.整理并归纳旅游营销策划的常用方法及编写流程。	1.营销策划及推广能力； 2.沟通协调能力； 3.市场调研能力； 4.数据挖掘能力； 5.事务管理能力。	1.树立现代营销理念，增强市场意识； 2.具有优良的职业道德修养，自觉遵守职业道德规范； 3.具有广泛的学习兴趣，扩大知识面； 4.具有沟通交流意识与团队合作精神； 5.养成认真求实、勤奋严谨的科研精神与终身学习的良好习惯。	1.旅游新媒体营销； 2.旅游策划； 3.旅行社经营与管理。
备注：					

附件 4：湖南民族职业学院专业人才培养方案审批表

湖南民族职业学院专业人才培养方案审批表

专业名称	旅游管理	专业代码	540101
培养对象	普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力	修业年限	标准学制三年；弹性学制 2-6 年
所在院系	商贸旅游学院	制/修订时间	2024 年 5 月
制（修）订人（签字）：		联系方式	17607303038
专业负责人或教研室审批	已审核	签字 2024 年 6 月	
院系审批		签字（章） 2024 年 6 月 11 日	
教务处审批	已审	签字（章） 2024 年 6 月 12 日	
教学指导委员会审批	拟通过	签字（章） 2024 年 6 月 14 日	
学校分管领导审 批	拟通过	签字（章） 2024 年 6 月 15 日	
学校党委审批	通过	签字（章） 2024 年 6 月 21 日	