湖南民族职業學院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE FOR NATIONALITIES

文旅与食品技术学院
2026 级三年制旅游管理专业
人才培养方案



湖南民族职业学院

二〇二六年五月

目　录

一、专业名称/专业代码 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 3
（一）培养目标 3
（二）培养规格 4
六、课程设置及要求 7
（一） 课程体系 7
（二）课程设置 8
（三）课程教学要求 9
（四）核心课程标准 9
七、教学进程总体安排 9
（一）课程计划与进度总表 9
（二）教学总学时、总学分分配表 11
八、实施保障 11
（一）师资队伍 11
（二）教学设施 13
（三）教学资源 16
（四）教学方法 18
（五）学习评价 18
（六）质量管理 19
九、毕业要求 21
十、附件与说明 21
（一）编制流程及主要成员 21
（二）学分制 22
（三）“1+X”证书制度及职业资格证 22
（四）动态调整机制 22
（五）附件 22
附件 1：三年制专科旅游管理专业课程设置及描述 23
附件 2：三年制专科旅游管理专业核心课程标准 48
附件 3：专业调研报告 112
附件 4：湖南民族职业学院 2026 级专业人才培养方案审批表 147

2026级旅游管理专业人才培养方案

一、专业名称/专业代码

旅游管理/540101。

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3—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（7291） 游览景区管理（786） 游乐园（9020） 休闲观光活动（9030）	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） 旅游团队领队（4-07-04-02） 公共游览场所服务员（4-07-04-05） 休闲农业服务员（4-07-04-06）	旅游数字营销 旅游产品策划 导游 旅游咨询	教育部1+X职业技能等级证书： 新媒体营销职业技能等级证书 旅行策划职业技能等级证 职业资格证书： 全国导游人员资格证

（二）典型工作任务与岗位职业能力分析

通过与岳阳本地及省内特色文旅企业、兄弟院校、毕业生和在校生的调研，分析确定以旅游数字营销、旅游产品策划、导游和旅游咨询等为主的就业岗位群，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	**旅游数字营销**	1.多平台账号内容运营	内容创作与文案撰写能力；平台运营与用户互动能力	旅游新媒体营销 旅游电子商务 旅游策划理论与实务 摄影技巧 创新思维与技法
		2.数字广告投放与优化	数据分析与解读能力；数字广告投放基础操作能力	
		3.线上营销活动策划与执行	线上活动策划与执行能力；市场洞察能力与快速响应能力	
		4.用户与社群运营维护	用户互动与社群维护能力；客户转化与留存意识	
		5.数据监测与竞品分析	数据分析与竞品信息收集能力；市场趋势判断能力	
		6.渠道合作与资源对接	团队协作与沟通能力；跨平台资源协调能力	
		7.热点与节庆营销适配	热点捕捉与创意策划能力；活动节奏把控能力	
		8.内容素材制作与基础优化	基础图片/视频编辑能力；基础搜索引擎知识与优化能力	
2	**旅游产品策划**	1.目的地/资源调研与整合	目的地资源整合能力；市场调研与分析能力	旅游概论 旅游历史文化 景区服务与管理 酒店经营与管理 旅游策划理论与实务 旅游新媒体营销 旅行社经营与管理
		2.主题产品与活动策划设计	主题创意与差异化设计能力；目标客群需求分析能力	
		3.成本核算与定价管理	成本核算与定价能力；基础财务测算能力	
		4.跨部门、跨企业合作与资源协调	商务谈判与供应商管理能力；跨部门协作与资源协调能力；跨企业合作沟通能力	
		5.标准化文档与执行流程编写	文档编写与表达清晰度；产品标准化梳理能力	
		6.数据与反馈驱动优化迭代	用户反馈分析与应用能力；产品迭代优化能力	
3	**导游**	1.讲解服务	口头表达与讲解感染力；地方文化与历史知识储备能力	导游业务 旅游历史文化 中国旅游地理 旅游政策与法规 旅游消费者行为 客户关系管理
		2.行程组织与环节衔接	路线组织与时间控制能力；多任务协调与细节把控能力	
		3.安全管理与应急处理	应急处理能力；危机管理能力	
		4.游客互动与现场管理	现场秩序维护与引导能力；游客互动与沟通能力	
		5.游客需求响应	服务意识与情绪管理能力；问题解决与协调能力	
		6.信息反馈与服务优化	信息收集与反馈整理能力；服务优化提质能力	
4	**旅游咨询**	1.客户咨询接待与需求响应	倾听与需求挖掘能力；文明接待与亲和服务能力	客户关系管理 沟通与表达 旅游政策与法规 旅游消费者行为
		2.产品与信息解答服务	产品知识掌握与匹配能力；问题解答清晰性与准确性	
		3.客户交易与流程协助	订单系统操作能力；基础销售促成能力	
		4.现场接待与便民保障服务	现场服务与主动观察能力；	
		5.客户投诉处理	情绪安抚与异议处理能力；	

（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	旅游数字营销员	1.熟悉抖音、小红书等主流平台运营规则，能独立完成短视频、图文内容创作。 2.了解旅游产品与市场热点，能配合完成线上推广活动执行。 3.会使用基础剪辑、排版工具，具备基础的数据分析与复盘能力。 4.网感强，对旅游行业热点敏感，有良好的沟通与团队协作意识。
	旅游产品策划员	1.熟悉目的地旅游资源、线路设计逻辑与产品成本核算规则。 2.能根据市场需求，独立完成旅游产品的创意设计与行程方案撰写。 3.具备基础的供应商对接与资源协调能力，能推动产品落地。 4.对市场趋势敏感，能跟踪竞品动态，持续优化产品。
	导游	1.持有导游资格证，熟悉导游业务规范与目的地文化、景区知识。 2.讲解生动有感染力，具备优秀的沟通表达与行程组织协调能力。 3.能灵活应对带团突发状况，具备基础应急处理与游客投诉处理能力。 4.服务意识强，能关注游客需求，保障团队行程顺利与服务体验。
	旅游咨询员	1.熟悉公司各类旅游产品的行程、价格与服务细节，能精准匹配客户需求。 2.沟通耐心细致，能清晰解答客户疑问，做好咨询接待与订单跟进。 3.具备基础的销售意识，能引导客户完成预订流程，维护客户关系。 4.熟练使用办公软件与客户管理系统，做好信息记录与服务闭环。
发展岗位	旅游数字营销经理	1.精通旅游行业数字营销全流程，能制定整体营销策略与年度推广计划。 2.具备团队管理能力，能统筹内容创作、账号运营与活动推广全流程。 3.熟悉各平台流量规则，能整合达人、渠道等资源，提升品牌曝光与转化。 4.具备数据复盘能力，能通过数据分析优化策略，管控营销预算。
	旅游产品策划经理	1.具备丰富的旅游产品全流程开发经验，能搭建完善的产品体系。 2.能结合市场趋势与用户需求，打造差异化、高竞争力的爆款旅游产品。 3.统筹产品团队，负责产品调研、设计、资源对接与迭代优化全流程。 4.具备成本管控意识，能平衡产品品质与利润，推动产品落地推广
	导游部经理	1.具备丰富的一线导游经验，精通导游服务规范与行业管理要求。 2.负责导游团队的日常管理、培训考核与服务质量管控。 3.能统筹出团计划调配，协调跨部门资源，保障接待工作有序开展。 4.具备较强的应急处理与投诉管理能力，妥善处理重大突发状况。
迁移岗位	旅游行业创业经营管理者	完成旅游企业运营、产品设计、战略管理、品牌营销和媒体运营。
	连锁门店店长	负责门店日常运营管理，制定销售目标与服务标准，管控门店成本与利润。
	研学旅游指导师	结合目的地资源设计并实施研学实践活动。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业立足产业智能化升级与人工智能产业发展需求，精准研判人工智能技术对本专业岗位群的结构性影响，面向长江经济带、环洞庭湖生态旅游圈和“文旅+人工智能”新业态下的旅游数字营销、旅游产品策划、导游和旅游咨询等为主的就业岗位群，坚持立德树人，培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识、绿色环保意识以及爱岗敬业的职业精神和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、

较强的就业创业能力和可持续发展能力；掌握文旅融合知识、“文旅+人工智能”行业前沿及相关法律法规知识、旅游服务与管理基础知识；精通岳阳本地历史文化、江湖生态资源、非遗民俗与文旅产业发展知识；熟练掌握旅游数字营销、旅游产品策划、导游服务知识，以及 AI 旅游数据分析、智慧景区运营、虚拟数字导览、个性化行程智能规划、旅游新媒体智能创作等人工智能应用知识；具备旅游直播、旅游 OTA 运营、数字化营销、旅游线路策划、景区活动策划、旅游产品策划、导游服务、旅游咨询与接待能力；面向旅行社及相关服务、游览景区管理、游乐园、休闲观光活动等行业，能够从事旅游数字营销、旅游产品策划、导游和旅游咨询等工作的的高技能人才。毕业 3-5 年后能胜任旅游企业中层管理岗位工作，如旅游数字营销经理、旅游产品策划经理和导游部经理等。

（二）培养规格

1.素质目标

S1：坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、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，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

S3：具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、人工智能伦理素养、工匠精神和创新思维；

S4：树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚；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:掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国

家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

S6:具有旅游市场意识、成本意识、智慧文旅应用意识等；

S7:树立礼貌服务意识，养成良好的旅游职业礼仪习惯；

S8:掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

S9:具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力。

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；了解智慧旅游、“人工智能”“旅游+”等旅游行业发展新理念、新趋势，熟悉旅游行业的新业态、新模式等知识；

Z2:掌握与旅游专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，行业标准、旅游企业管理和旅游新业态等从业基础知识；

Z3:掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，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:掌握地理、历史、民俗、非物质文化遗产、旅游服务礼仪等方面的专业基础理论知识；

Z5:掌握旅游消费者行为、AI 游客画像、智能用户行为等相关知识；

Z6:掌握接待服务、项目策划、产品设计、服务质量管理、客户关系管理等专业核心知识；

Z7:掌握导游接待服务知识及旅游应急与急救知识；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:掌握智慧旅游背景下机票、酒店、景点门票、行程等旅游产品预订知识；

Z9:掌握酒店接待、活动策划、营销及运营等相关知识；

Z10:掌握旅游新媒体营销活动内容、AI 及各类新媒体工具或平

台知识以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；

Z12:掌握信息技术基础知识，掌握旅游企业常用办公软件应用相关知识，熟悉线上产品展示、产品维护、与顾客在线答疑等旅游电子商务知识。

Z13:掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理、AI 伦理、数据安全法规等相关知识与技能；

3.能力目标

N1:具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，能进行准确、流利的导游讲解；学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

N2:具备旅游咨询、接待讲解、订单跟踪等工作领域内的对客服务能力；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:具有处理旅游服务中常见问题的能力，具备应对突发事件的能力；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:能够运用各种 AI 工具，对比旅游景区、酒店、餐饮等线路组合的优劣势，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景区、酒店或旅行社产品，并进行成本核算与定价；

N8:具有服务质量控制、客户关系维护、部门运营、产品策划、数字营销的能力；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:具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；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，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

N13:具有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

本专业严格对接国家职业标准，深入落实国家人工智能与教育融合发展相关要求，主动适应人工智能技术在教育领域的应用导向及智慧旅游产业数字化转型升级趋势，在对政府部门、兄弟院校、行业企业及社会进行广泛调研的基础上，立足国情、省情和市情，精准对接产业升级带来的岗位变化，以面向社会岗位需求为核心导向，系统梳理旅游数字营销、旅游产品策划、导游和旅游咨询四大岗位的典型工作任务，全面分析岗位所需的职业素养、通识能力和核心能力，尤其强化人工智能应用相关能力的培育要求，围绕人才培养目标，组建公共课程和专业课程两个课程平台。在坚持立德树人根本任务、深化课程思政建设的基础上，融入人工智能相关教学内容与实践环节，构建起专业基础课、专业核心课、专业拓展课和集中实践课有机结合，兼具专业性、实践性与智能化特色的旅游管理专业人才培养课程体系，助力培养适应智慧旅游时代需求、具备人工智能应用基础能力的高素质技能人才（见图 1）。



图 1 旅游管理专业人才培养课程体系

（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、专业拓展课和实践教学课等 6 类课程，总共 50 门课，2780 学时，145.5 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、大学语文、中华优秀传统文化、大学英语、信息技术、体育与健康、就业指导、职业规划、创新创业基础、大学生心理健康教育、国家安全教育、军事理论、劳动教育等 16 门课程，共计 39 学分。

2. 公共基础选修课

主要有中国共产党史、高等数学、人工智能基础、大学美育、沟通与表达等5门课程，共7.5学分。

3.专业基础课

主要有旅游概论、管理学基础、中国旅游地理、旅游职业礼仪、旅游政策与法规、旅游消费者行为、旅游历史文化、客源地与目的地概况8门课程,共计20学分。

4.专业核心课

主要有导游业务、旅游新媒体营销、酒店经营与管理、景区服务与管理、旅行社经营与管理、旅游策划理论与实务、旅游电子商务和客户关系管理8门课程,共计32学分。

5.专业拓展课

本专业的专业拓展课分为专业拓展限选课和专业拓展任选课,其中，专业拓展限选课主要有现场导游、创新思维与技法、茶艺与茶文化、旅游英语、旅游民歌鉴赏、形体训练与舞蹈等6门课程，12学分；专业拓展任选课主要有研学旅行策划与服务、定制旅行服务与管理、地方非物质文化遗产传承、摄影技术、自媒体运营、旅游数据分析与应用等6门课程（6选3）,共6学分；合计18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29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		课程编号	课程名称	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	42	6	●	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	40	8	●			3*16				
		2301003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	30	2	●				2*16			
		2001005	形势与政策	1	40	40	0	▲	2*4	2*4	2*4	2*4	2*4		
		2301021	大学语文	2	32	22	10	●		2*16					
		2401111	中华优秀传统文化	1	16	10	6	▲	2*8						
		2201025	大学英语	8	128	64	64	●	4*16	4*16					
		2401034	信息技术	3	48	24	24	▲	2*10	2*14					
		2201028	体育与健康	6	108	12	96	▲	2*16	2*18	2*10	2*10			
		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
		2201033	创新创业基础	2	32	20	12	▲				2*16			
		2201072	大学生心理健康教育	2	32	24	8	▲		2*16					
		2201123	国家安全教育	1	16	16	0	▲		16					
		2201073	军事理论	2	36	36	0	▲	36						
		2301127	劳动教育	1	16	16	0	▲			16				
	小计			**39**	**664**	**414**	**250**		**12**	**14**	**5**	**6**	**0**	**0**	
	公共选修课	2101015	中国共产党史	1	16	16	0	▲	2*8						限选
		2501153	经济数学	3	48	38	10	●		4*12					限选
		2501131	大学美育	2	32	16	16	▲				2*16			限选
		2501123	人工智能基础	0.5	8	4	4					2*4			限选
		2501137	沟通与表达	1	16	14	2	▲			2*8				限选
	小计			7.5	120	88	32		**0**	**4**	**0**	**2**	**0**	**0**	
专业（技能）课	专业基础课	2205201	旅游概论	2	32	26	6	●	2*16						
		2205202	管理学基础	2	32	32	0	●	2*16						
		2605201	中国旅游地理	4	72	48	24	●		4*18					
		2205204	旅游职业礼仪	2	36	6	30	▲		2*18					
		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				
		2605202	旅游历史文化	4	64	48	16	●	4*16						
		2305228	客源地与目的地概况	2	36	20	16	▲			2*18				
	小计			**20**	**344**	**246**	**98**		**8**	**6**	**6**	**0**	**0**	**0**	
	专业核心课	2205209	导游业务	4	72	36	36	●			4*18				
		2305210	旅游新媒体营销	4	72	28	44	▲				4*18			
		2605203	酒店经营与管理	4	72	42	30	▲			4*18				
		2605204	景区服务与管理	4	72	42	30	▲		4*18					
		2305214	旅行社经营与管理	4	72	30	42	●			4*18				
		2305223	旅游策划理论与实务	4	72	28	44	▲				4*18			
		2305229	旅游电子商务	4	72	36	36	▲				4*18			
		2505208	客户关系管理	4	72	46	26					4*18			

	小计			32	576	288	288		0	4	12	16	0	0	
	专业拓展课	2605211	现场导游	2	36	12	24	▲			2*18				限选
		2505001	创新思维与技法	2	36	24	12	▲		2*18					限选
		2605205	茶艺与茶文化	2	36	18	18	▲			2*18				限选
		2605206	旅游英语	2	36	24	12	▲			2*18				限选
		2505204	旅游民歌鉴赏	2	32	6	26	▲	2*16						限选
		2605205	形体训练与舞蹈	2	32	2	30	▲	2*16						限选
		2605207	研学旅行策划与服务	2	36	18	18	▲				2*18			任选(6选3)
		2605208	定制旅行服务与管理	2	36	18	18	▲				2*18			
		2605209	地方非物质文化遗产传承	2	36	18	18	▲				2*18			
		2305222	摄影技术	2	36	18	18	▲				2*18			
		2605210	自媒体运营	2	36	18	18	▲				2*18			
		2505210	旅游数据分析与应用	2	36	18	18	▲				2*18			
	小计			18	316	140	176		4	2	6	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	24	576	0	576	▲					24w		
	2205227		毕业设计	2	48	0	48	▲					2w		
	小计			29	760	0	760								
合计				145.5	2780	1176	1604		24	30	29	30	0	0	

备注： ●考核方式为考试 ▲考核方式为考查

（二）教学总学时、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	39	414	250	664	23.88%
		选修	7.5	88	32	120	4.32%
专业(技能)课	专业基础课	必修	20	246	98	344	12.37%
	专业核心课	必修	32	288	288	576	20.72%
	专业拓展课	选修	18	140	176	316	11.37%
集中实践课		必修	29	0	760	760	27.34%
合计			145.5	1176	1604	2780	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 2780 学时，总学分为 145.5 学分，其中公共基础课学时 784，占比 28.20%；专业课程学时 1236，占比 44.46%；实践教学总学时 1604，占比 57.70%，选修课总学时 436，占比 15.68%。

八、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设

专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。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，高级职称教师应占20%以上，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。学生数与教师数比例不高于18:1，“双师型”教师比例不低于80%。同时整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业教研机制，建立专业教师库，实行动态更新。

表6 专业教学团队配置与要求

生师比	≦18:1			
双师比	80%以上			
年龄	20-30岁	31-50岁		50-60岁
	≦25%	≥80%		≦5%
学历学位	本科	硕士研究生	博士研究生	
	≦20%	≥70%	≦10%	
职称	高级职称			
	≥20%			

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；原则上具有旅游管理、酒店管理、人文地理与城乡规划等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力，达到相应的技术技能水平；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；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；具有数字素养，能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务。专业教师每年至少1个月在企业或实训基地锻炼，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。《导游业务》《旅行社经营与管理》《景区服务与管理》课程的任课教师应分别具备2年以上的导游、旅游产品策划、

旅游营销等岗位从业经历；《旅游新媒体营销》《旅游电子商务》课程的任课教师应熟练掌握人工智能背景下的旅游新媒体知识、电子商务知识，并熟悉运用各类 AI 工具进行旅游新媒体文案写作、视频制作等技能。

3.专业带头人

本专业带头人原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外旅游管理专业与相关行业的发展趋势、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

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高技能人才,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），一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务，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。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（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

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	数字化模拟导游实训室	导游讲解训练	环幕、高清嵌入式录播一体机、导游实训平台、导游工作流程可视化教程、全国知名三维景点场景库、云景点定制、导游突发事件可视化教程、导游大赛电子评分系统、模拟景区管理系统等。	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 景点讲解与接待服务	国家 AAA 景区标准配置。	50
3	数字营销策划实训室	旅游产品营销与活动策划 酒店活动策划 旅游新媒体营销	计算机、服务器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、投影仪、幕布、交互式电子白板、直播灯光设备、手机（平板、电脑）、辅助直播支架、无线麦克风、虚拟背景幕、商品陈列架、大屏显示器、摄像机、多媒体技术处理软件。	50
4	模拟旅行社运营中心实训室	计调操作 旅游策划	配备旅行社前台、大型 LED 视频墙、定制桌椅、教学一体机、电脑、智能中央控制系统、智能网络液晶平板电视、AR 体验区定制系统、虚拟现实体感装备、陈列展柜、远程云教学系统、旅行社门店销售管理系统、智慧旅游全景互动系统等设备设施	50
5	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
6	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

3.校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展旅游数字营销、旅游产品策划、导游和旅游咨询等实训活动，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	岳阳龙山文化旅游发展有限公司	景区运营与服务、酒店运营与管理、景点讲解、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。	业务有旅游景区规划设计、开发、管理；酒店运营与管理；国内旅游招徕、组织、接待业务；文旅活动的策划和组织；研学旅行策划与组织；文化艺术交流活动的组织；游乐园、城市公园管理。	50 人以上	《导游业务》 《景区服务与管理》 《酒店经营与管理》 《旅游历史文化》 《旅游策划理论与实务》 《客户关系管理》
2	岳阳楼君山岛旅游区	导游讲解、旅游安全急救等实训；教师挂职锻炼、教学实践、岗位实习。	面积：1300 多平方公里岳阳楼景区、洞庭南路历史文化街区、君山岛景区等。	20 人	《现场导游》《导游业务》 《旅游历史文化》 《景区服务与管理》 《旅游职业礼仪》
3	“守护好一江碧水首倡地”展陈馆	景区运营与服务、景点讲解、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。	岳阳首个生态文明建设展陈馆；紧靠长江岸线马拉松赛道，建筑面积 4800 平方米。	20 人	《景区服务与管理》 《旅游历史文化》 《旅游策划理论与实务》 《现场导游》
4	张谷英景区	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。	全国重点文物保护单位，为中国保存最为完整的江南民居古建筑群落。2003 年，被授予首批全国“历史文化名村”称号，面积：51000 多平方米，房屋厅堂 1732 间，天井 206 个，拥有非遗馆、美术馆、民俗展览馆等多个展馆。	50 人以上	《导游业务》 《现场导游》 《景区服务与管理》 《旅游新媒体营销》 《旅游策划理论与实务》 《客户关系管理》
5	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》 《景区服务与管理》 《现场导游》
6	岳阳康辉国际旅行社有限公司	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：800 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上	《现场导游》 《导游业务》 《旅行社经营与管理》 《旅游策划理论与实务》 《旅游职业礼仪》
7	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》 《旅游新媒体营销》 《旅游策划理论与实务》 《旅游电子商务》 《客户关系管理》
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》 《导游业务》 《旅游新媒体营销》 《旅游策划理论与实务》 《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；	面积：500 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上	《旅行社经营与管理》 《导游业务》 《旅游新媒体营销》 《旅游电子商务》

		教师挂职锻炼、教学实践、岗位实习。			《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》 《导游业务》 《旅游新媒体营销》 《现场导游》 《旅游电子商务》 《旅游策划理论与实务》

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供旅游数字营销、旅游产品策划、导游和旅游咨询等相关实习岗位，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，强调充分利用旅游类专业教学资源库、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”。引导鼓励教师引入 AI 虚拟仿真资源、智能岗位实操案例、产业智能教学素材，打造适配智能化教学的课程资源库，利用智慧职教教学资源、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

教材选用按照国家规划教材、省级规划/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；优先选用兼具纸质内容、数字资源、实训指导手册等多元形态的立体化教材，提升教学的直观性与实操性。

（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。鼓励校企合作开发立体化数字化教材、新型活页式、工作手册式教材。

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，及时配置新经济、新技术、新工艺、新形态、新材料、新管理方式，新服务方式等相关的图书文献。

3.数字资源配备基本要求

在超星教学平台上建设《旅游新媒体营销》《旅游电子商务》《景区服务与管理》《现场导游》《旅游职业礼仪》《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10，表11。

表10 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 11 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	《旅游新媒体营销》	超星学习通	https://mooc1.chaoxing.com/course/portal/kN7p3X_wjUcM3RTpajc7fg==	院级自建课程
2	《旅游电子商务》	超星学习通	https://mooc1-api.chaoxing.com/course/255818674.html	院级自建课程
3	《旅游策划理论与实务》	超星学习通	https://mooc1-api.chaoxing.com/course/201449224.html	院级自建课程
4	《导游业务》	超星学习通	https://mooc1-api.chaoxing.com/course/256602511.html	院级自建课程
5	《现场导游》	超星学习通	http://mooc1-1.chaoxing.com/course/218858609.html	校级精品在线开放课程
6	《旅游职业礼仪》	超星学习通	http://mooc1-1.chaoxing.com/course/218934145.html	院级精品开放课程培育项目
7	《旅游景区服务与管理》	超星学习通	http://mooc1-1.chaoxing.com/course/218836924.html	院级自建课程
8	《旅游英语》	超星学习通	https://mooc1-2.chaoxing.com/course/222821076.html	院级自建课程
9	《管理学基础》	超星学习通	https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/courseportal/portal/V_BHBQBggRILRS6sxVlUmg==?edit=true	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、人机协同教学、AI 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，将 AI 辅助教学工具、智能教学平台融入课堂教学全过程。

（五）学习评价

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（超星学习通）和软件工具（问卷星等），运用 AI,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50%（包括出勤、课堂表现、作业、任务完成情况等），终结性评价50%。此比例，任课教师可根据课程性质调整。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。

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、企业导师评价、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。

3.核心技能考核

本专业共设置以下几项核心技能，包括旅游数字营销、旅游产品策划和导游等。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）。

（六）质量管理

1.依据国发[2019]4号、教职成[2026]1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）,职业教育专业教学标准-2025年修（制）订、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，对旅游数字营销、旅游产品策划、导游和旅游咨询等岗位具体要求,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。

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。

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 12）。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 12 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，修满 145.5 个学分。

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. 原则上获得计算机应用能力证书：“全国计算机等级考试（NCRE）—MSOFFICE”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 1+X 新媒体营销、旅行策划职业技能等级证书及导游职业资格证等。

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

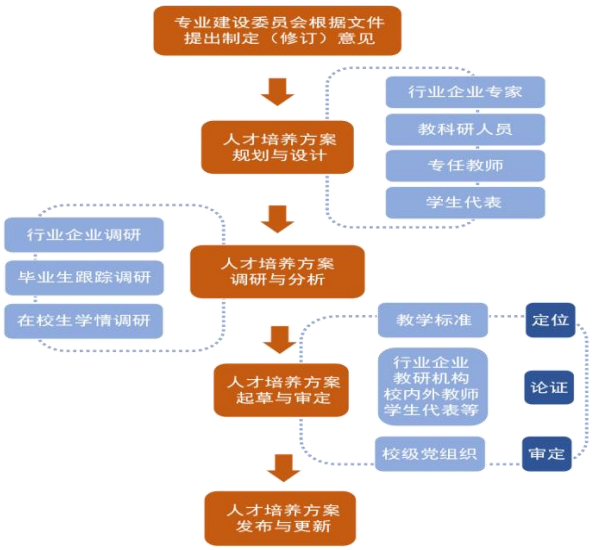


图 2 编制流程

表 13 主要成员

学院领导小组成员	刘瑞蕾、谢羽萌
培养方案制定小组成员	校内教师：常新利、龚迎均、龚琼、郭静、李辉、余汶洁、徐蕾； 企业专家：黄武、易繁、于海云、邵炼、张苗；

	毕业生代表：冉承萍（22级）陈育华（21级）曹倩（21级）。
执笔人	常新利、龚迎均、龚琼
校对	郑卉、游李承
专业负责人	常新利

（二）学分制

实行学分制。学生在校修业年限不得少于3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，积极取得若干职业资格证书、职业技能等级证书。我校将根据教育部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14 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	新媒体营销职业技能等级证	中级	4	旅游新媒体营销	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。
2	旅行策划职业技能等级证	中级	4	旅游策划理论与实务	

表15 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	导游业务	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；

3.三年制专科旅游管理专业专业调研报告；

4.湖南民族职业学院专业人才培养方案审批表

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 39 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能够将道德的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，运用相关的法律知识分析公共生活、职业生活、家庭生活等领域的现实法律问题。	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：**坚定拥护“两个确立”，坚决做到“两个维护”，自觉践行社会主义核心价值观。树立立足岗位、服务社会的职业理想，培育劳模精神、劳动精神、工匠精神，增强在新时代国家发展与行业进步中的使命担当，努力成长为社会主义现代化建设事业所需的高素质劳动者和技术技能人才。 **2.知识目标：**系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义与基本精神，理解其作为指导中国发展强大思想武器的重大意义。能够运用其立场观点方法，正确认识国家发展大势、行业产业政策与自身职业生涯的关系，深化对建设中国特色社会主义事业时代要求的理解。 **3.能力目标：**能够初步运用习近平新时代中国特色社会主义思想的立场、观点和方法，分析与本专业领域相关的社会现象、职业伦理与现实问题。重点提升在实践中识别问题、沟通协作和解决实际矛盾的能力。自觉将个人成长融入国家发展，将学习成果转化为爱国情、强国志、报国行的实际行动，实现从理论认知到行为践行的有效转化。	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 新时代坚持和发展中国特色社会主义 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 全面深化改革开放 06.第六讲 推动高质量发展 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 以保障和改善民生为重点加强社会建设 12.第十二讲 建设社会主义生态文明 13.第十三讲 维护和塑造国家安全 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”和推进祖国完全统一 16.第十六讲 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体 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：**培育学生政治认同、家国情怀与科学精神，塑造责任担当、理想信念、实践创新的综合素养；不断增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，引导学生自觉投身坚持和发展中国特色社会主义、全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴的伟大实践。 **2.知识目标：**理解马克思主义的基本立场、观点和方法，系统掌握马克思主义中国化时代化的理论成果、主要内容、精神实质、历史地位与指导意义。 **3.能力目标：**熟练掌握课程理论体系，具备清晰表达思想观点的能力；能够运用马克思主义立场、观点、方法分析现实问题、解决实际矛盾，提升理论联系实际、知行合一的实践能力。	S1 S2 S4
	主要内容	1.马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果； 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：**教师必须具备良好的职业道德素养、扎实的马克思主义理论功底与较强的教育教学能力。严格遵循习近平总书记提出的“六个要”要求，坚持以生为本，将立德树人贯穿教育教学全过程，持续深化教学改革与创新。 **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：**综合运用讲授法、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.中国式现代化稳步推进专题：“十五五时期”我国经济基础稳、优势多、韧性强、潜能大，长期向好的支撑条件和基本趋势没有变，中国特色社会主义制度优势、超大规模市场优势、完整产业体系优势、丰富人才资源优势更加彰显； 2.文化遗产保护的理念与实践专题：文化遗产是辉煌灿烂中华文明的有力见证，是老祖宗留给我们的宝贵财富； 3.做实做强做优实体经济专题：坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，为基本实现社会主义现代化奠定更加坚实的基础； 4.推动构建新型大国关系专题：推动构建和平共处、总体稳定、均衡发展的大国关系格局。	
	教学	**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	

	要求	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。	
大学语文	**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：**通过学习优秀的文学作品，掌握一定的文学基本知识、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	课程依托经典篇目载体，设置经典文学阅读、职场应用写作、实用口语交际、人文文化传承四大教学模块，精选古今散文、诗歌、议论文、经典小说节选等优质文本；针对性开展工作总结、工作计划、通知、求职信、请假条等职场实用文体专项训练；配套职场沟通、当众演讲、职业礼仪等实景口语实训。全程融入课程思政，同步对接 AI 智能批改系统、文本智能分析工具、口语 AI 测评平台，实现传统语文教学与数字化智能教学深度融合。	
	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，AI 智能辅助教学。 **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、古典文学、传统艺术、古代科技、民俗礼仪、传统节日、中华传统美德等有初步了解。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	本课程系统涵盖中华传统哲学、古典文学、传统艺术、古代科技、民俗礼仪、传统节日、中华传统美德等核心教学板块，以人文素养培育、价值立德树人为主线，开阔文化视野、陶冶人文情操、夯实文化底蕴。同步融合数字化教学手段，依托 AI 文化资源平台开展智能导读、文化元素智能拆解、思政育人点智能挖掘等数字化教学活动，实现传统文化课堂智能化、可视化、情境化提质增效。	
	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，有针对性地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**	**1.素质目标：**具有坚定的理想信念，具有中国情怀、国际视野，跨文化沟通意识，能够在职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。 **2.知识目标：**掌握 2700---3000 的英语词汇，句子结构、时态、语态等语言规律；掌握必要的跨文化知识、社交礼仪；了解人工智能在英语学习与职场沟通中的应用；了解中外优秀文化内涵。 **3.能力目标：**能在职场中综合运用语言知识和技能有效完成涉外沟通任务；能用英语讲好中国故事，促进中华优秀文化对外传播；能恰当运用人工智能辅助英语学习与职场翻译；能评估人工智能生成内容的准确性和文化适切性；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	专题一：职业与个人，包括人文底蕴、职业规划、职业精神专题。职场情境任务有求职应聘、活动策	

	内容	划、活动组织、参访接待、市场调查等。 专题二：职业与社会，包括社会责任、科学技术、文化交流专题。职场情境任务有营销策划、产品推介、电子邮件处理等。 专题三：职业与环境，包括生态环境、职场环境专题。职场情境任务有危机公关、交易善后等。	
	教学要求	坚持立德树人，发挥英语课程的育人功能；落实核心素养，贯穿英语课程教学全过程；突出职业特色，加强语言实践能力培养；提升素质素养，探索人工智能背景下英语教与学方式的转变；尊重个体差异，促进学生全面与个性发展。 **1.师资队伍：**（1）具有深厚的英语专业知识和爱国情怀，较好的语言表达能力；（2）具有课程教学设计能力、教学组织能力，能较好地驾驭课堂；（3）具备一定的数字素养，运用人工智能辅助教学，有效地改善教、学、评的方式。 **2.教室设施：**多媒体教室 **3.教学资源：**（1）教材：本课程选用近年来出版的“十四五”职业教育国家规划教材、省优或者自编教材；（2）资源：《大学英语》精品在线开发课程、课程思政资源包。 **4.教学方法：**基于在线开放课程平台丰富微课视频、学习资料等数字资源，采用线上与线下混合的教学模式，采用产出导向教学法、任务驱动教学法、情境教学法，合作学习教学法组织教学。 **5.考核评价：**（1）考核形式：本课程考核由过程性考核和终结性考核组成。过程性考核：在平时的过程性学习中对学生的平时作业、出勤情况、课堂表现、实践拓展四个方面进行考试；终结性考核：期末闭卷考试。（2）成绩评定：课程期评成绩=过程性考核评价（40%）+总结性考试评价（60%），过程性考核评价：平时作业 30%+出勤情况 30%+课堂表现 30%+实践拓展 20%，评价方式为教师评价、学生互评、平台数据；过程性考核评价：以期末闭卷考试的形式进行，评价方式为教师评价。	
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；树立正确的 AI 伦理观与信息安全责任意识，具备人机协同工作中的批判性思维与法律道德素养；能够适应未来数字智能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；认识 AI 工具在信息获取、处理、呈现中的优势与局限。 **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（含 AI 辅助工具）解决问题；主动地寻求恰当的方式捕获、提取和分析信息，并能借助 AI 手段提升信息处理效率与质量；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，包括识别 AI 生成内容的能力；能采用计算机及智能化工具（如 AI 模型、智能助手等）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、AI 伦理与安全等内容。	
	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，了解信息技术及 AI 技术的发展前沿，理解计算思维与 AI 思维，能引导学生在不同学习环境和过程中合理、合规地获取信息知识并有效使用 AI 工具；（3）具备较高的数字素养，能够顺应职业教育数字化转型进行教学改革，采用混合式教学方式，并指导学生正确使用 AI 辅助学习。 **2.教学设施：**多媒体教室、机房（安装常用办公软件及 AI 辅助插件或在线 AI 工具入口）等。 **3.教学资源：**（1）教材：采用近年出版的国规、省优或自编教材（WPS 版）；（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、、常用 AI 工具（如智能写作助手、AI 数据分析插件、AI 生成内容检测工具等）。 **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。（1）过程性评价（50%）：综合考察线上学习参与度、课堂互动表现、实训任务与课后作业的完成质量，并纳入 AI 工具规范使用及信息伦理意识等维度。（2）终结性评价（50%）：采用理论开卷与实践操作相结合的方式，重点考查信息技术基础知识、办公软件综合应用能力，以及信息获取、分析、判断与综合处理的实际水平。	
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，掌握 AI 辅助体育锻炼的基础认知，学习规矩意识、养成坚持参与体育锻炼的良好习惯，落实立德树人的基本要求，形成勇于奉献、敢于创新的伟大品格以及良好的人格特征。 **2.知识目标：**学生能够正确认识体质、健康与体育的关系，理解 AI 技术在体质监测、运动分析、健康管理中的应用逻辑，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：**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；具备运用 AI 工具进行体质数据分析、运动动作纠错、个性化锻炼方案生成的基础能力，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	**本课程内容分为十一个模块：** 1.体育理论知识（新增：AI 与智慧体育、AI 健康管理基础）； 2.田径（新增：AI 动作分析辅助田径技术矫正）； 3.操类运动（广播体操、幼儿广播体操、大众 1、2、3 套健美操、啦啦操、伦巴、华尔兹等，新增：	

		AI 姿态评估优化操类动作）； 4.球类运动（足球、篮球、排球、乒乓球、羽毛球、毽球等，新增：AI 赛事数据分析、AI 战术模拟学习）； 5.民族传统运动（太极拳、八段锦、蹴球等，新增：AI 传统运动动作规范性检测）； 6.健身运动（瑜伽、跳绳等，新增：AI 个性化健身方案推荐）； 7.广播（幼儿）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.依据“国家学生体质健康标准”开展体质健康测试（新增：AI 体质数据自动分析与报告生成）； 11.AI 体育专项实践：AI 运动 APP 实操、AI 体质监测工具应用、AI 运动损伤风险预判实训。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有精湛运动技能和运动能力；（2）具有深厚体育理论知识，掌握运动训练基本理论和运动医学基本理论；（3）具有扎实运动实践，具备深厚体育教学能力和体育教学艺术创新能力；（4）能够熟练使用 1-2 项 AI 体育教学/监测工具，具备运用 AI 开展动作分析、体质评价、个性化教学的能力。 **2.教学设施：**室内体育活动中心、田径运动场、足球场、篮球场；新增：AI 体质监测终端、运动动作捕捉设备、智慧体育教学平台。 **3.教学资源：**本课程选用的是体育理论与实践教程，教材选用的是由山东大学出版社出版、马亚春主编的新形态一体化教材《大学体育与健康》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》《小学体育课程与教学》；线上教学资源选用精品在线课程；新增：AI 体育教学案例库、AI 运动分析工具包、智慧体质评价系统资源。 **4.教学方法：**任务驱动法、讲解示范法、实践操作法等为主要教学方法；新增：AI 辅助示范教学法、AI 数据驱动个性化指导法、AI 虚拟仿真运动实训法。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合；新增：AI 生成的体质成长数据报告、AI 辅助运动技能测评结果纳入过程性评价指标。	
就业指导	**课程目标**	**1.素质目标：**形成科学的就业观与价值观，契合湖南“三高四新”战略需求，培育岗位创新素养，完成从学生到职业人的数智化转型； **2.知识目标：**掌握 AI 时代就业特点，熟悉国家及湖南大学生就业政策与法律法规，掌握 AI 在职业发展全流程的应用规范与方法； **3.能力目标：**可借助 AI 开展行业分析、岗位匹配、求职材料优化与模拟面试；掌握人机协同职场工作方法，具备就业权益保护与岗位创新能力。	S1 S2 S3 S4 S5 N1 N3 N12
	主要内容	**1.就业能力全流程提升：**简历优化、求职材料制作与模拟面试训练、岗位精准匹配与求职渠道拓展、就业权益保护与求职陷阱防范； **2.职业实践与角色转型：**企业调研与职场访谈、模拟招聘演练、职场人机协同实训、角色转型适应、职业发展复盘与动态调整。	
	教学要求	**1.师资队伍：**关注大学生就业，熟知就创业相关政策法规，具备扎实理论功底，拥有就业指导、企业管理等相关实践经验；具备基于问题导向的数智化课程教学设计能力、教学组织能力，掌握先进教学方法，具备良好的课堂驾驭能力和语言表达能力；定期参与专项师资培训，持续更新知识体系与教学能力。 **2.教学设施：**配备多媒体智慧教室、小班化研讨实训教室、模拟面试实训室；配置职业测评数字化平台、路演展示设施；联动本地龙头企业、产业园区、人才市场、人力资源服务机构搭建校外实践教学基地。 **3.教学资源：**选用国家级规划教材、校本特色教材；辅以超星尔雅等平台搭建课程数字化教学资源库，开发本土行业企业案例库、新兴职业案例库，实现教学内容与产业发展、技术变革实时同步更新。 **4.教学方法：**以线上线下混合式教学法为核心，综合运用任务驱动法、情境演练法、案例教学法、项目式学习法、AI 辅助探究式教学法；推行翻转课堂，将基础理论学习前置到课前，课堂时间聚焦 AI 工具实战应用、场景化演练、个性化就业指导与问题解决。 **5.考核形式：**构建“60%过程评价+40%结果评价”的核心架构；过程评价涵盖线上学习、实战作业、课堂参与度；终结性评价聚焦模拟招聘实战表现、岗位创新方案；同步设置增值评价加分项，对获得职场实践 offer、职业技能等级证书、职规大赛获奖给予加分激励。	
职业规划	**课程目标**	**1.素质目标：**树立 AI 时代终身职业发展理念，契合湖南“三高四新”战略需求，培育人机协同职业伦理，塑造湖湘职业特质； **2.知识目标：**掌握 AI 时代职业变革规律、自我认知与职业规划核心逻辑，熟悉湖南重点产业人才需求与就业扶持政策； **3.能力目标：**能运用 AI 完成职业测评、生涯规划与动态调整；可借助 AI 开展行业分析、岗位匹配。	S1 S2 S3 S4 S5 N1
	主要内容	**1.职业世界与区域机遇：**AI 对职业形态的变革影响、“三高四新”战略与就创业政策解读、行业与劳动力市场分析； **2.自我认知与职业决策：**自我测评与职业适配度分析、职业决策模型与生涯路径规划、生涯风险预判与职业体系设计； **3.职业素养与岗位创新：**AI 时代职场核心素养、人机协同工作模式与效率提升、岗位创新思维培育、	

		职场伦理与职业心理健康；	
	教学要求	**1.师资队伍：**关注大学生职业成长与人生发展，熟知就创业相关政策法规，具备扎实理论功底，拥有职业规划咨询等相关实践经验；具备基于问题导向的数智化课程教学设计能力、教学组织能力，掌握先进教学方法，具备良好的课堂驾驭能力和语言表达能力；定期参与专项培训，持续更新知识体系与教学能力。 **2.教学设施：**配备多媒体智慧教室、小班化研讨实训教室；配置职业测评数字化平台、路演展示设施；联动本地龙头企业、产业园区、人才市场、人力资源服务机构搭建校外实践教学基地。 **3.教学资源：**选用国家级规划教材、校本特色教材；辅以超星尔雅等平台搭建课程数字化教学资源库，开发本土行业企业案例库、新兴职业案例库，实现教学内容与产业发展、技术变革实时同步更新。 **4.教学方法：**以线上线下混合式教学法为核心，综合运用任务驱动法、情境演练法、案例教学法、项目式学习法、AI 辅助探究式教学法；推行翻转课堂，将基础理论学习前置到课前，课堂时间聚焦 AI 工具实战应用、场景化演练、个性化生涯指导与问题解决。 **5.考核形式：**构建“60%过程评价+40%结果评价”的核心架构；过程评价涵盖线上学习、生涯规划报告、实战作业、课堂参与度；终结性评价聚焦生涯规划方案、职业发展方案；同步设置增值评价加分项，对获得职场实践 offer、职业技能等级证书、职规大赛获奖给予加分激励。	
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，引导学生树立科学的创业观，将创业追求与湖南“三高四新”战略发展相结合，培育“吃得苦、霸得蛮、耐得烦”的湖湘特质，塑造具备创新精神、责任担当、抗挫折能力与岗位创新意识的高素质应用型人才。 **2.知识目标：**理解广义创业的核心内涵与不同创业类型的区别，掌握创业全流程基本逻辑与商业模式核心构成，明晰创业相关法律合规、知识产权保护基础常识，熟知湖南省支持大学生创业“七个一”行动及相关扶持政策，掌握主流创业大赛的评审规则与核心要求。 **3.能力目标：**具备运用生成式 AI 工具开展信息收集、市场分析与文案撰写的基础能力，能精准识别创业机会、甄别用户真伪需求，熟练运用工具完成商业模式设计与商业计划书撰写，具备团队协作、资源整合、路演演讲与答辩应对能力，可将创新思维应用于岗位实践与创业项目落地。	S1 S2 S3 S4 S5 N1
	主要内容	**模块一 创业认知与生涯发展：**创业内涵、广义创业观与岗位创业、湖南省“三高四新”战略与创新创业政策、创业风险规避指南； **模块二 环境分析与机会发现：**内外部环境分析、产业发展分析、客户需求分析、AI 辅助机会识别； **模块三 产品设计与商业模式：**创新思维工具、精益创业方法、核心产品设计、商业模式设计； **模块四 团队协作与资源整合：**创业团队组建、人力资源标管理、创业资源获取、整合营销推广； **模块五 项目呈现与路演实战：**创业大赛解析、商业计划书撰写、创业路演实战；	
	教学要求	**1.师资队伍：**具备良好的思想政治素养与职业道德，熟知大学生创新创业相关政策；具备扎实理论知识，有创业实践经验或相关研究背景；熟练掌握现代教育技术与多元化教学方法，具备较强的实践教学组织能力；定期参与创业教育培训，持续更新知识结构与教学能力。 **2.教学设施：**配备多媒体教学教室、小班研讨室、创客空间与路演实训场地，配置路演专用设施、创业模拟软件，联动本地创业孵化基地、众创空间、企业搭建校外实践教学基地。 **3.教学资源：**优先选用国家级创新创业教育规划教材，结合本校实际编写补充讲义、本土案例集与实践指导手册；搭建线上课程学习平台，开发优质数字化教学资源，构建本土化创业案例库，整合政府、企业、社会组织等多方资源搭建创业资源共享平台。 **4.教学方法：**采用“线上+线下混合式”教学模式，综合运用案例教学法、项目式学习法、翻转课堂教学法、全景沉浸式教学法、AI 辅助教学法，以小组为单位开展实战化教学，推行“做中学”的实践导向教学模式。 **5.考核形式：**构建“60%过程评价+40%结果评价”的核心考核架构；过程评价涵盖在线学习、实战作业完成质量、课堂平时表现；结果评价聚焦商业计划书撰写质量、项目路演与答辩综合表现；同步设置赛事获奖、项目实体落地、知识产权申报等增值加分项，鼓励学生开展真实创业实践。	
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和 AI 驱动的职业发展挑战，实现全面发展；善待生命，加强对生命的认识，增强应对技术变革的抗挫能力，发掘生命潜能，培养适应新时代职业特点的心理韧性。 **2.知识目标：**了解心理学基本理论和大学生心理健康基本知识，掌握心理健康调适方法，并能认知人工智能等新兴技术对个体心理健康（如职业焦虑、信息负荷、人际关系变化）的潜在影响与机遇，理解 AI 在心理健康领域的辅助应用与伦理边界。 **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，并能有效利用数字化和 AI 工具进行自我心理管理，同时辨识其局限性与风险。	S1 S2 S4 S5 N4 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。 课程结合当代大学生普遍关注的思想道德、自我意识、情绪、人际、择业求职等议题，探讨其与心理	

		健康的关系以及大学生心理素质健康发展的规律和对策的关系，并引入智能化社会背景下可能出现的心理现象（如信息焦虑、网络社交压力等）作为延伸讨论，指导学生学会学习、生存、适应、合作，提升心理韧性，不断优化生命质量。	
	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，合理且有针对性地开展教学，能将数字化时代的心理现象与案例融入教学，并熟悉如何引导学生正确看待与使用 AI 心理支持工具。 **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》，可辅以经审核的优质数字化心理教育资源作为拓展。 **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。可适度运用 AI 支持的课堂互动工具提升教学参与度与个性化反馈。 **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：**主要聘请国家安全教育专家、具有深厚的国家安全教育理论功底的教师等，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、案例教学法、AI 智能辅助教学法。 **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、AI 智能辅助教学法。 **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；3、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：**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.公共基础选修课

本专业开设公共基础选修课5门，共7.5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：**引导学生从党的百年奋斗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与坚定实践者；厚植爱党、爱国、爱社会主义的情感，增强听党话、跟党走的思想自觉与行动自觉，自觉担当起传播知识、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：**帮助学生了解党的重大事件、重要会议、重要文件、重要人物，把握党的历史发展的主题主线、主流本质；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”，筑牢历史认知基础。 **3.能力目标：**引导学生做到学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行，将学习成效转化为改造主观世界与客观世界的实际能力；增强辨别是非、抵制历史虚无主义及各种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。	
经济数学	**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；具有经济素养、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；掌握数学在经济学中的基本案例；掌握利用数学知识解决经济问题的一般方法步骤；体会数学在经济学中的应用。 **3.能力目标：**发展学生的数学思维；利用数学知识分析问题、解决问题的能力；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、拓展篇二篇内容，共五章。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或线性代数或概率统计，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：**AI智能多媒体教室 **3.教学资源：**选用高等职业教育素质型人才培养规划教材《高职应用数学》，由吉林科学技术出版社出版，谢卫军、李博主编。 **4.教学方法：**以AI技术为支撑，创新多元化智能教学方法，主要采用AI+线上线下混合式教学法；AI任务驱动法；借助AI智能演示、动态仿真模拟等。 **5.考核形式：**过程性考核与终结性考核两部分组成。过程性考核将借助AI大数据分析系统，全程自动采集学生课堂参与度、作业完成度，形成客观精准的过程性评价；终结性考核将结合AI智能组卷考试。	
大学美育	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）培养对自然、艺术、生活的审美敏感度，借助AI技术多维度感受美、理解美，形成高尚的审美情趣；增强对多元文化的包容性，建立文化自信与全球视野，激发对人性与社会的共情能力；（2）塑造健全人格与价值观，通过美育引导学生追求真善美，树立积极的人生观、道德观和社会责任感，促进心理健康，培养乐观坚韧的品格，提升情绪调节与抗压能力；（3）培养终身美学素养，借助AI美育学习平台，激发学生对艺术与美的持久兴趣，形成主动探索、终身学习的审美态度。	S1 S2 S8 Z4 N1

		2.知识目标：（1）掌握美学基础理论：理解美学核心概念及其哲学内涵，运用 AI 美学工具梳理代表性美学思想，构建系统的美学知识体系；（2）认知艺术形式与特征：掌握文学、音乐、绘画、戏剧、影视等艺术门类的基本特征与创作规律，借助 AI 技术拆解经典艺术作品，熟悉其历史背景、文化意义及艺术价值；（3）理解文化传承与创新：学习中华优秀传统文化中的美学精髓（如诗词、书法、戏曲等），同时了解世界多元艺术文化，依托 AI 探索艺术与科技、社会发展的互动关系，认知当代艺术创新趋势。 **3.能力目标：**（1）审美鉴赏与批判能力：能够借助 AI 审美分析工具，从形式、主题、情感等角度分析艺术作品，运用美学理论进行专业评价，形成独立审美判断力，辨别艺术价值的高低，批判性反思流行文化现象，提升审美批判的专业性与精准度；（2）艺术表达与创作能力：通过绘画、写作、表演等实践，结合 AI 创作辅助工具，掌握基础艺术创作技巧，表达个人审美体验；激发想象力与创新思维，借助 AI 尝试跨媒介、跨学科的艺术表达形式；（3）跨学科应用与问题解决能力：将美学思维与 AI 技术结合，迁移至其他领域（如设计、传播、科技等），提升创新设计与综合解决问题的能力；在团队合作中运用美学原则与 AI 协同工具，优化沟通与协作效果。	
	主要内容	1.美育理论：主要包括美的本质、审美经验、审美范畴、中西方美学史、艺术的定义、分类、社会功能等，融入 AI 美学分析工具应用与数字美育理论。 2.自然美：主要包括自然美的形态、要素和特点，结合 AI 图像识别、VR/AR 虚拟场景沉浸式体验与鉴赏自然美。 3.生活美：主要包括多姿多彩的服饰、异彩纷呈的饮食、返璞归真的器物、独具匠心的雕塑和美轮美奂的建筑，运用 AI 设计、AI 美学测评工具分析生活美学设计与优化。 4.艺术美：主要包括古老的绘画艺术、优雅的音乐艺术、精美的书法艺术、独特的戏剧艺术和多彩的影视艺术，借助 AI 艺术解析、AI 辅助创作、AI 数字修复技术开展学习与实践。 5.科技美：主要包括认识科技美和科学技术与美的创造，重点学习 AI 数字艺术、智能设计、人机协同美学创作等内容。 6.人生美：主要包括生命境界的提升、人格修养的完善、生活态度的优化以及人生价值的实现。运用 AI 素养评价、AI 人格成长画像，引导学生自我反思、自我提升，以数字手段促进人格塑造与价值实现。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有扎实的美育相关理论知识储备和实践能力；（2）熟练掌握 AI 美育工具的应用与教学方法，具备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，德技并修、知行合一；（3）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；（4）能利用 AI 学情分析工具，精准把握各专业学生美育基础学情，有针对性地开展大学美育教育教学活动。 **2.教学设施：**配备多媒体教室，搭建 AI 美育教学平台，配备 AI 创作辅助工具、VR/AR 审美体验设备，满足 AI 赋能美育教学的硬件需求。 3.**教学资源：**选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材，开发 AI 美育相关活页式、数字式教材；辅以超星泛雅、云班课等平台的课程教学资源库、慕课《大学美育》国家精品课程，整合 AI 美育工具、AI 经典作品库等特色资源，丰富教学内容。 **4.教学方法：**（1）项目任务式教学法，将教学内容分解为具体的美育项目与任务（含 AI 辅助审美鉴赏、AI 辅助艺术创作任务），让学生在完成任务过程中掌握美学知识、审美技能及 AI 美育工具应用方法；（2）案例教学法，通过分析经典艺术案例、AI 美育应用案例、行业美学实践案例，引导学生思考讨论，培养审美实践与问题解决能力，强化产教融合；（3）实践教学法，让学生在 AI 虚拟审美场景或现实生活中开展鉴赏、创作等美育实践，借助 AI 工具完成作品演练、生成即时反馈，教师同步指导优化，提升审美实践与创新能力；（4）小组讨论、角色扮演等教学方法，结合 AI 工具开展课堂互动，如 AI 分组、AI 主题分配、AI 创作点评、AI 鉴赏互评等，提升学生课堂参与度与学习主动性。 **5.考核形式：**实行过程性评价和终结性评价相结合。引入 AI 评价工具，对学生审美鉴赏能力、AI 辅助创作能力、跨学科应用能力进行全面、精准评价，注重实践能力与创新能力考核。	
人工智能基础	**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；能够适应智能社会职业发展的工作岗位要求，遵循人工智能社会的道德与法规；能批判看待人工智能的社会影响。 **2.知识目标：**能说出人工智能的起源与简史、基本概念、核心技术、未来技术趋势、伦理规范，了解人工智能的知识体系和技术支撑。 **3.能力目标：**能够识别并分析生活与专业场景中人工智能的关键要素；能够熟练使用主流 AI 大模型完成文档撰写、信息整理、图片生成等典型任务；初步具备提示词工程能力，能够根据不同需求设计有效提示词，与 AI 协同解决问题。	S1 S6 S9 Z13 N13
	主要内容	本课程主要包括：人工智能概述、人工智能技术应用实践、人工智能伦理规范等内容。	
	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）掌握人工智能前沿知识与工具，能够结合行业案例进行教学；（3）具有较高的数字素养，能够运用混合式教学引导学生主动探究与实践。 **2.教学设施：**多媒体教室、个人手机。 **3.教学资源：**（1）教材：采用近年出版的国规、省优或自编教材；（2）网络资源：在线开放精品课	

		程资源（学银在线）；（3）信息化工具：学习通 APP，主流 AI 开放平台。 **4.教学方法：**线上线下混合式教学，结合任务驱动、案例探究等方法。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。（1）过程性评价（50%）：包括线上学习参与、课堂互动、AI 工具操作作业等；（2）终结性评价（50%）：采用开卷或实践操作方式，重点考查 AI 知识理解、工具应用能力及伦理分析水平。鼓励将 AI 生成内容作为项目素材，但需注明使用过程与人工修改部分，强化诚信意识。	
沟通与表达	**课程目标**	**1.素质目标：**树立积极的沟通观念，充分认识沟通在个人发展和社会交往中的关键作用，主动提升沟通素养；培养尊重、信任、互助的沟通品质，在交流中理解和包容不同观点，增强人际交往能力与 AI 协同沟通能力。 **2.知识目标：**全面了解沟通的含义、层次、类型、原则和作用，熟悉影响沟通的各类因素；掌握口头沟通、书面沟通、网络沟通等多种沟通方式的技巧，以及演讲、面谈、电话沟通等具体场景下的沟通要点；了解 AI 沟通工具（智能语音助手、AI 文案生成器、虚拟沟通场景模拟器等）的功能与应用逻辑，掌握 AI 辅助沟通的基础知识点。 **3.能力目标：**能根据不同场景和对象，精准选择合适的沟通方式、技巧及 AI 工具，实现高效沟通；具备出色的倾听、表达和反馈能力，借助 AI 工具妥善处理沟通中的问题和冲突；熟练运用 AI 工具辅助撰写各类沟通文书，提升书面表达效率与水平；能够在演讲、面谈等场合自信表达，结合 AI 模拟演练优化表达效果，运用非语言因素和 AI 辅助手段增强沟通感染力；在职场、生活等领域与不同人群有效沟通，依托 AI 工具构建良好的人际关系。	S1 S2 S4 Z4 N1 N2
	主要内容	1.沟通与表达基础理论：涵盖沟通与表达的定义、要素、层次，影响沟通与表达的个人、社会、环境因素，以及沟通与表达的原则和作用；融入 AI 时代沟通新特征、AI 沟通伦理规范，AI 对沟通模式的影响与优化路径。 2.沟通与表达类型解析：按多种标准分类的沟通类型，及其优缺点和适用场景；结合 AI 工具应用，分析不同沟通类型对应的 AI 辅助方案（如书面沟通适配 AI 文案润色工具、口头沟通适配智能语音转写与优化工具）。 3.沟通与表达技巧提升：包括口头、书面、网络、演讲、面谈、电话等沟通技巧；重点融入 AI 辅助技巧，如利用 AI 虚拟场景模拟器开展演讲、面谈演练，借助 AI 工具优化语音表达、润色书面文案，通过 AI 反馈功能提升倾听与反馈能力。 4.职场沟通与表达策略：与同事、上级、下级、客户沟通与表达的技巧，以及矛盾处理、工作汇报等内容；融入 AI 职场沟通工具应用，如 AI 会议纪要生成、AI 工作汇报优化、AI 客户沟通话术生成等，贴合产教融合下职场实际需求。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）教师应具备扎实的沟通与表达专业知识，熟悉相关理论和实践技巧，具有丰富的教学经验；同时掌握 AI 沟通工具的应用方法，具备 AI 辅助教学的能力，能够引导学生规范使用 AI 工具提升沟通能力。（2）教师需具备良好的沟通能力和示范能力，能够通过自身的言行举止为学生展示有效的沟通方式和礼仪规范；同时能结合 AI 工具开展示范教学，呈现 AI 与沟通表达融合的实践案例。（3）拥有行业经验者优先，能够结合职场实际案例（含 AI 沟通场景案例）进行教学，使教学内容更具实用性和针对性。 **2.教学设施：**多媒体教室（配备 AI 教学终端），专门的模拟沟通场景教室（融入 AI 虚拟模拟系统，如模拟办公室、会议室、接待室等虚拟场景），为学生提供 AI 辅助实践演练的场所；配备 AI 沟通工具实训设备，保障学生能实操 AI 语音转写、文案生成、虚拟演练等功能。 **3.教学资源：**（1）选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材，结合 AI 沟通应用补充活页式、数字化内容，融入 AI 沟通案例与实操指南，适配课程数字化升级需求。（2）其他资源：精品在线开放课程、AI 沟通工具实操教程、职场 AI 沟通案例库、虚拟仿真教学资源等网络资源，搭建 AI 辅助教学资源平台，实现资源共享。 **4.教学方法：**（1）项目任务式教学法，将教学内容分解为具体的项目和任务（含 AI 辅助沟通任务），让学生在完成任务的过程中掌握知识、技能及 AI 工具应用方法。（2）案例教学法，通过分析实际沟通案例、AI 沟通应用案例，引导学生思考和讨论，培养学生解决实际问题的能力，结合行业案例强化产教融合。（3）实践教学法，让学生在 AI 虚拟场景或实际生活中进行沟通实践，借助 AI 工具开展演练、获取反馈，教师给予及时的指导和优化建议，提升学生的实践能力。（4）小组讨论、角色扮演等教学方法，结合 AI 工具开展互动，如 AI 分组、AI 角色分配、AI 演练点评等，增加学生的参与度，提高学生的学习积极性和主动性。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合，融入 AI 应用能力考核，包括 AI 沟通工具实操、AI 辅助沟通案例分析、AI 优化沟通成果展示等，全面评价学生的沟通能力与数字素养。	

3.专业基础课

本专业开设专业基础课 8 门，共计 20 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。	S1 S2

		2.知识目标：（1）识记旅游的官方定义；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。	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：**采用近年出版的国规、省优等立体化教材。网络资源：职教云、慕课、学习通、知网、携程、途牛、驴妈妈、豆包等资源。 **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：**采用近年出版的国规、省优或自编的立体化教材。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：智慧职教、智慧树、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。	
中国旅游地理	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）树立学生的爱国精神、领土意识和主权意识；（2）养成学生的地理空间感和地理思维，强化地域地理空间感；（3）养成学生多学科、多角度分析问题的思维意识；（4）养成学生生态保护意识和创新设计意识，强化生态保护意识。 **2.知识目标：**（1）描述中国旅游资源的分布；（2）区别各地理景观并说出其概念；（3）说出我国景观的分布及特色；（4）概述我国各景观与旅游的关系。 3.**能力目标：**（1）灵活运用旅游地理资源的能力；（2）完成不同地理景观的介绍；（3）灵活运用地区景观特色设计区域旅游产品(线路)。	S1 S2 S4 S7 Z1 Z2 N1

	主要内容	本课程是旅游管理专业的专业基础课程，也是必修课，是导游、计调等职业必须掌握的基础知识。本课程围绕中国旅游资源的分布和景观类型构建了中国旅游地理知识体系,主要模块有： 模块一：旅游地图； 模块二：地文景观； 模块三：水域风光； 模块四：生物景观； 模块五：天象与气候景观； 模块六：历史古迹与建筑； 模块七：宗教文化； 模块八：民俗文化； 模块九：文学艺术。	N2
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）教师须具有双师资格：持有导游资格证和教师资格证；（2）熟练掌握地理和旅游专业基础识，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。 **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：高等教育出版社出版《中国旅游地理（第二版）》，张锦华主编。 **4.教学方法：**本课程利用教学平台开展信息化教学,适时采用线上线下混合式教学法、案例教学法、任务驱动教学法、多媒体教学法等多种教学方法开展教学。 **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）树立主动服务意识，养成旅游职业礼仪习惯；（2）培养严谨细致的工作作风，注重服务细节；（3）提升沟通协作能力，强化团队合作意识；（4）重视个人修养与职业素养，塑造职业形象。 **2.知识目标：**（1）掌握个人社交礼仪基础知识；（2）熟悉旅游职业礼仪的理论框架；（3）理解旅游职业礼仪对行业发展的重要性；（4）应用不同职业场景的礼仪规范。 **3.能力目标：**（1）规范展示旅游服务中的仪容、仪表、仪态；（2）熟练运用交谈礼仪完成旅游接待活动；（3）灵活运用景区接待、导游讲解等岗位服务礼仪；（4）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：**采用近年出版的国规、省优或自编教材。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、智慧职教、智慧树等资源。 **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）培养严谨、守法的工作态度，强化旅游从业者的法律意识与职业操守；（2）坚定政治立场，自觉遵守党和国家政策法规，维护国家利益与行业规范。 **2.知识目标：**（1）掌握党和国家旅游相关政策；（2）熟悉民族政策、环境保护政策、宗教政策及旅游发展专项政策；（3）理解旅游政策法规的基本理论与规范；（4）掌握合同法律制度、消费者权益保护法等核心法律知识；（5）了解旅游行业相关侵权责任、纠纷处理机制。 **3.能力目标：**（1）灵活运用旅游法律法规解决带团过程中的实际问题（如游客投诉、合同纠纷）；（2）规范签订旅游合同，防范法律风险；（3）提升依法办事能力，为自主创业奠定法律基础；（4）有效处理旅游者投诉，维护游客权益；（5）增强政治敏感性与法律认知能力，防范职业风险。	S1 S2 S4 S7 Z2 N5 N12
	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。	
	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 第十版 旅游教育出版社。网络资源：学习通、智慧职教、智慧树等资源。 **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。	
旅游消费者行为	**课程目标**	**1.素质目标**：（1）培养健康发展的职业自主意识与良好的心理调适能力；（2）树立服务意识与客户导向的职业心态，保持积极乐观的生活态度；（3）强化团队协作精神与跨部门沟通能力；（4）具备旅游行业职业道德与可持续发展理念。 **2.知识目标**：（1）掌握旅游消费者行为的基本概念、理论模型及研究框架；（2）理解旅游消费者动机、决策过程及行为演进规律；（3）分析影响旅游消费者行为的内外部因素（文化、社会、心理、营销等）；（4）掌握旅游消费者个体与群体行为特征及差异；（5）熟悉游前、游中、游后全周期行为表现及服务触点。 **3.能力目标**：（1）能运用行为分析工具诊断旅游者需求，针对性设计旅游产品；（2）能根据消费者行为规律优化服务流程，提升游客满意度；（3）能结合数字化手段（如大数据、社交媒体）分析旅游消费趋势；（4）能处理旅游服务中的突发问题，提出行为导向的解决方案。	**S1** **S2** **S4** **S8** **Z5** **N6** **N8**
	主要内容	（1）旅游消费者行为学基础理论；（2）旅游决策过程与动机分析；（3)文化、社会阶层与家庭对消费行为的影响；(4)旅游消费者心理与个性化行为特征；(5)群体行为规律与团队管理策略；(6)游前信息搜索与预订行为；(7)游中体验管理与服务互动；(8)游后评价与忠诚度培养；(9)数字化时代的旅游消费新趋势。	
	教学要求	**1.师资队伍**:（1）具备管理学、心理学或旅游学相关专业背景；（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。（4）熟悉高职教育特点，掌握信息化教学手段。 **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**:采用近年出版的国规、省优或自编教材。建议选用教材: 旅游消费者行为（第三版），李志飞主编，华中科技大学出版社，2024 年 02 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。过程性考核（40%）：课堂参与度、小组项目报告、实训任务表现；终结性考核（60%）：闭卷考试（侧重案例分析+方案设计）。	
旅游历史文化	**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。 **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。	**S1** **S2** **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，中国旅游出	

		版社，2025 年 8 月（第十版）。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）分析中国自然旅游资源地理环境、人文旅游资源地理环境；（3）概况中国旅游资源分区的情况；（4）分析中国大陆出入境旅游市场；（5）说出与中国有密切联系和友好往来的二十四个国家和地区的基本概况、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与中国有密切联系和友好往来的二十四个国家和地区的旅游景点概况、旅游发展情况；（2）能正确运用民俗风情和人文地理知识接待客源地的游客；（3）能根据目的地旅游资源设计简单可行的旅游线路。	
	主要内容	（1）世界旅游综述；（2）中国自然旅游资源地理环境；（3）中国人文旅游资源地理环境；（4）海上邻国；（5）中国旅游资源分区；（6）陆上邻国；（7）一带一路国家；（8）联合国常任理事国（9）金砖国家；（10）举办中国文化交流年活动国家；（11）重要贸易伙伴。	S1 S2 S4
	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**:采用近年出版的国规、省优或自编教材。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。	Z1 Z4 N1 N4

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）树立强烈的爱国主义意识，养成高尚的情操和正派的作风；（2）养成集体主义思想和乐意为人服务的品质；（3）养成职业认同感及热爱旅游事业和尽职敬业精神；（4）养成数字素养意识，形成终身学习习惯；（5）树立严于律己，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，了解 AI 行程规划工具在团队接待中的应用方法；（3）掌握 AI 工具在导游服务中的基础应用知识；（4）使用导游人员的语言技能了解，借助 AI 工具优化导游词、提升口语表达的相关知识；（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，掌握 AI 应急预警工具的基础应用知识。 **3.能力目标：**（1）完成地陪、全陪、散客、景区导游服务程序，能运用 AI 行程规划工具设计、优化接待方案，做好接待工作；（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，能借助 AI 工具撰写、润色导游词，丰富讲解形式；（4）能够正确处理游客个别要求和常见旅游事故，能运用 AI 应急预警工具获取实时信息、辅助制定处置方案；（5）能够运用旅行服务知识及 AI 辅助工具，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.AI 赋能下的导游服务认知；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，2025 年 8 月（第十版）。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）比较酒店、景区、旅行社不同旅游用户特征；分析酒店营销、景区营销、旅行社营销的环境；（3）说出酒店营销、景区营销、旅行社营销的新媒体营销活动内容；（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，建立酒店营销、景区营销、旅行社营销变现路径；（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 AI 工具与技术，进行图文设计、视频编辑、音频编辑等新媒体编辑；（4）能够灵活运用 AI 工具与技术，打造平台抖音短视频、微博、微信矩阵；（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 S5 S7 S8 Z3 Z4 Z6 Z7 N1 N2 N3 N4 N8 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.探究旅游营销机会；2.探究旅游营销策略；3.构建旅游用户画像；4.制作旅游营销内容；5.运用新媒体编辑工具；6.打造应用平台矩阵；7.运营旅游用户；8.变现经济价值；9.策划旅游新媒体营销活动；10.旅游新媒体营销数据分析。	
	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：**数字营销策划实训室、多媒体教室。 **3.教学资源：**采用近年出版的国规、省优或自编教材。建议使用教材：纸质版《旅游新媒体营销》（含 PPT、微课微视频等立体化资源），蒋艳主编，北京理工大学出版社，2025 年 6 月版；网络资源：学习通、智慧职教、智慧树等资源。 **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。	
酒店经营与管理	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）树立宾客至上、诚信经营的服务理念，具备责任意识、服务意识与职业操守；（2）适应酒店数字化转型趋势，养成标准化、精细化、数据化的管理思维，具备创新意识与持续学习能力；（3）具备良好沟通表达、团队协作、组织协调能力和抗压能力；（4）树立合规经营、安全生产等全面风险防控意识，严守行业管理规范。 **2.知识目标：**（1）掌握酒店管理基础理论、现代酒店经营理念及其发展演变历程；（2）熟悉酒店经营战略的类型、选择依据与落地实施流程，掌握酒店市场营销策划、落地执行的标准方法；（3）熟练掌握酒店服务质量的评价指标、测定方式与全过程控制方法；（4）了解酒店投资决策的核心内容、分析维度与常用决策方法；（5）熟悉酒店前厅、客房、餐饮等核心业务部门运作模式与管理方法；（6）掌握酒店人力资源开发、人员配置、培训、绩效考核等管理方法；（7）了解酒店经营绩效指标、数据分析维度与绩效评价、优化改进方法。 **3.能力目标：**（1）能运用酒店管理基础理论解读行业现象，结合发展趋势梳理酒店经营理念演变逻辑；（2）能够结合酒店定位与市场环境，合理选择经营战略，并制定配套落地执行方案；（3）能够独立完成酒店营销策划、主题活动策划，撰写完整方案并模拟落地实施；（4）能够开展酒店服务质量检测、问题排查，制定服务质量提升与管控方案；（5）能够梳理酒店各业务部门运作流程，完成日常运营、人员、物资、成本基础管理工作；（6）能够运用基础方法开展酒店经营数据统计、绩效分析，提出经营优化建议；（7）能够结合项目特点，完成酒店投资基础分析、人力配置与人员开发基础方案设计。	S1 S2 S3 S4 S6 Z1 Z8 Z9 Z13 N6 N7 N13
	主要内容	模块一 酒店行业认知与组织管理；模块二 酒店接待服务；模块三 酒店活动策划；模块四 酒店营销；模块五 酒店运营与管理；模块六 酒店服务质量管理	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）热爱旅游专业，具备扎实的旅游、酒店类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和校外实训基地等完成。 **3.教学资源：**建议使用教材：《酒店经营与管理》（双色）（含 PPT、微课微视频等立体化资源），黄水洁，钟燕，李颖芬主编，中国言实出版社，2024.10；网络资源：学习通、智慧职教等平台资源。 **4.教学方法：**采用项目驱动+任务引领为主的教学模式，融合多种教学方法。（1）项目式教学法（PBL）：以“单模块专项项目”为主线，依次完成接待服务实训项目、活动策划项目、营销方案项目、运营管理项目等。（2）任务驱动法：将每个模块拆解为可量化课时任务，如礼仪演练、方案撰写、流程梳理等，细化任务目标，保障实训落地。（3）案例教学法：选取酒店经营战略、营销活动、服务质量、投资运营、人力管理典型案例，组织课堂研讨、问题分析、方案优化。（4）小组合作法：采用 4—6 人分组，模拟酒店项目团队、管理团队，分工完成策划、实操、汇报、答辩，培养团队协作与统筹能力。 **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	
景区服务与管理	**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与智慧景区建设相关要求；（3）概括国内外旅游景区发展历史及数字化、智能化发展趋势；（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）了解智能导览、AI 语音解说等新型解说形式；（6）归纳旅游景区人员导游讲解服务原则及方法，理解数字化解说内容设计要点；（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掌握,基于客流数据优化商业业态的基本知识；（8）使用景区市场营销组合策略的基本方法，了解大数据客源分析、精准营销等数字化营销知识；（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，熟悉智能监控、安全预警系统的基本应用知识。 **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，熟练运用智能票务、智能咨询等工具开展服务；（2）能够提供旅游景区游览设计、游览引导及导游讲解服务，借助数字化工具优化解说内容与导览体验；（3）能够提供旅游景区餐饮、住宿、娱乐、购物等商业服务，结合游客数据优化服务供给；（4）能够初步开发和销售旅游商品，运用新媒体与智能工具进行简单推广；（5）能够策划旅游景区传统节日或季节性营销活动，借助数据分析开展精准营销；（6）能够对旅游景区服务与管理工作中安全事件进行应急性处理；（7）能够对旅游景区进行安全维护和管理，运用智慧管理工具提升安全管理水平。	S1 S2 S3 S4 Z1 Z3
	主要内容	1.认识旅游景区；2.旅游景区接待服务；3.旅游景区商业服务；4.旅游景区解说服务；5.旅游景区营销管理；6.旅游景区游客管理；7.旅游景区安全管理。	N1 N4
	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》（含 PPT、微课微视频等立体化资源），琚胜利主编，旅游教育出版社，2023 年 4 月第 1 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。	N6 N8
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。（6）评估导游服务质量，并制定相应控制与改进的方案；（7）梳理旅行社售后服务的流程与技巧，制定切实可行的服务质量控制与改进措施。 **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 N8 N10 N12
	主要内容	1.旅行社概述；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.旅行社质量管理；8.旅行社电子商务与信息化管理。	
	教学	**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	

	要求	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:《旅行社经营与管理实务》（含 PPT、微课微视频等立体化资源），张静岩等主编,中国铁道出版社，2022 年 08 月。网络资源：智慧职教、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。	
旅游策划理论与实务	**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、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）能够合作完成酒店、景区等某类旅游企业的促销活动策划方案，并进行综合评价。	S1 S2 S4 S6 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》（含 PPT、微课微视频等立体化资源），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及人工智能技术在旅游企业中的多元化应用，掌握将电子商务与 AI 工具融入旅游业务运营的基本能力；（2）能够借助课程内容与教学要求，完成旅游电子商务网站的出行预定操作，并能运用 AI 分析工具对比评估当前中国主要旅游电商平台的业务类型、发展模式及其智能化水平；（3）能灵活运用大数据技术、人工智能技术和虚拟现实技术，掌握其在旅游电子商务中的实操技巧；（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，并了解 AI 在支付风控、反欺诈监测中的基本应用逻辑；（5）能够充分认识智慧旅游的功能体系，并能运用 AI 技术辅助旅游行业产品开发与运营决策，进而灵活掌握电子商务及 AI 工具在不同类型旅游企业平台中的运营操作技巧。	S1 S2 S4 S6 Z1 Z2 Z3 Z8 N3 N6 N9
	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与 AI 应用；4.旅游电子商务支付与安全；5.旅游新媒体营销与 AI 内容生成；6.智慧旅游运营管理与 AI 决策;7.旅游电子商务的未来。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具备扎实的电子商务理论知识，同时具备较好的实战经验；（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：数字营销策划实训室、多媒体教室。 **3.教学资源：**采用近年出版的国规、省优或自编教材。建议选用教材：《旅游电子商务教程（数字教材）》，郭盛晖、余艳主编，北京理工大学出版社，2024 年 5 月出版。网络资源：学习通、智慧职教、慕课、知网等资源。 **4.教学方法：**（1）讲授法：通过教师讲授，阐明基本原电子商务基本原理，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。	
客户关系管理	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具备良好的沟通能力和团队协作精神，能够与客户及同事进行高效交流与合作；（2）树立以客户为中心的服务理念，培养主动服务意识和职业责任感；（3）养成严谨细致、耐心负责的工作态度，能够妥善处理客户问题和突发情况；（4）增强创新思维和应变能力，能够在客户关系管理工作中灵活运用新方法、新手段；（5）培养遵纪守法、诚实守信的职业操守，维护旅游企业良好的客户形象和声誉。 **2.知识目标：**（1）理解客户关系管理的基本概念、内涵及在旅游行业中的重要作用；（2）掌握酒店、景区、旅行社客户信息收集、整理、分析与管理的基本方法和工具；（3）熟悉酒店、景区、旅行社客户需求分析的理论和技巧，能够识别不同类型客户的需求特点；（4）了解酒店接待服务、景区接待服务、旅行社接待服务中客户沟通的基本原理和策略，掌握旅游服务场景中客户沟通的技巧和规范；（5）掌握酒店服务质量管理、景区服务质量管理、旅行社服务质量管理中客户投诉处理的流程和方法，了解客户忠诚度管理的策略和措施；（6）熟悉客户关系管理相关的法律法规和行业规范。 **3.能力目标：**（1）能运用多种渠道收集和整理客户信息，并建立客户档案数据库；（2）能运用数据分析工具对酒店、景区、旅行社客户信息进行分析，识别客户价值和需求特征；（3）能根据酒店、景区、旅行社客户需求设计个性化的沟通方案和服务策略；（4）能熟练运用电话、邮件、社交媒体等渠道与酒店、景区、旅行社客户进行有效沟通，解答客户疑问；（5）能按照规范流程处理酒店、景区、旅行社客户投诉，及时化解客户不满，提升客户满意度；（6）能制定酒店、景区、旅行社客户忠诚度提升计划，通过客户关怀、增值服务等手段提高客户复购率和推荐率；（7）能使用常用的客户关系管理软件（如 CRM 系统）进行客户管理操作。	**S1** **S2** **S4**
	主要内容	1.客户关系管理导论；2.客户选择与开发；3.客户信息管理；4.客户分级与沟通；5.客户满意与忠诚 6.客户关系挽救；7. 客户关系管理技术应用。	**S7** **Z4**
	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）熟练掌握客户关系管理基础知识，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:《客户关系管理》李海芹主编，北京大学出版社，2023 年 02 月。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案例，锻炼学生运用客户关系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。（4）场教学法：组织学生到一线岗位，观察客户管理流程，参与客户接待、投诉处理等实操工作，由企业导师现场讲解岗位规范与实战技巧，增强学生对客户管理工作的直观认知。 **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	**Z6** **N2** **N3** **N8**

5.专业拓展课

本专业开设专业拓展课 12 门，其中专业拓展限选课 6 门，专业拓展任选课 6 门（6 选 3），共 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**
	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。	**S1** **S2** **S4** **S6** **Z10** **N1** **N9**

现场导游		**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”。	
	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，2025 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。	
创新思维与技法	**课程目标**	**1.素质目标：**培养良好的创新思维素质，成为梦想与实干兼具的复合型创新人才。 **2.知识目标：**学习创新思维基础知识，初步了解创新的内涵和本质；熟练掌握和运用各种创新的方法和技巧，学会运用创新思维分析和解决实际问题。 **3.能力目标：** 掌握如何用创新的思维和科学的方法去论证事实、说明观点；提高创新思维能力。	S1 S3 S4 Z1 Z12 N9 N12
	主要内容	本课程是培养激情与理性兼有、梦想与实干兼具的复合型创新人才，于各个专业的学生对于本专业领域的创新意识的培养都具有指导和引领作用。本课程讲授和探讨整合思维、互联网思维、批判性思维等多种思维方法，来加强学生创新意识的提升和创意思维层面的训练，增强学生的就业创业能力。	
	教学要求	**1.教师团队：**团队老师为人社部 SIYB 创业讲师，高校就创业导师，指导我校学生孵化多个创业项目，荣获国家级、省市级荣誉。围绕“立德树人”的根本目标，不断推进学校“招生-就业-培养”联动机制建设，形成了我校的职业指导和创新创业教育模式和特色。 **2.教学设施：**超星平台线上课程。 **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：**（1）案例教学法：大学生创新创业孵化基地优秀项目、获奖项目和成果转化项目；（2）项目式教学：以项目为主线、教师为引导、学生为主体，在系列项目完成的过程中，有效提升学生的问题解决能力和自主协作能力。 **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。	
茶艺与茶文化	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）培养细心、周密、热情的服务意识，提升待客礼仪与沟通素养；（2）树立良好的职业态度，养成勤奋敬业、精益求精的基本素质；（3）激发对茶文化的热爱，培养审美感知力，学会感受美、创造美、享受美；（4）增强对本地茶文化的认同感，激发热爱家乡、建设家乡的情怀。 **2.知识目标：**（1）掌握茶文化的起源、发展脉络及核心内涵；（2）归纳六大茶类（绿茶、红茶、乌龙茶、白茶、黄茶、黑茶）的基础知识，包括产地、工艺、特点；（3）概述茶具的分类、功能及文化寓意。 **3.能力目标：**（1）独立完成六大茶类的冲泡与品饮，掌握操作规范与技巧；（2）通过感官体验，尝试分辨六大茶类的风味特征；（3）根据茶叶特性，灵活选择适宜的冲泡器具与品饮方式；（4）运用茶席设计、茶点搭配等知识，提供专业化的茶艺服务。	S1 S2 S3 S4 S5 Z1 Z2 Z4 N1 N3 N6 N8
	主要内容	模块一：茶文化基础与名茶鉴赏；模块二：茶具知识与美学；模块三：茶水与保健知识；模块四：经典茶类冲泡实践。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）教师需具备扎实的茶学理论知识与丰富的实践经验；（2）持有“双师”资格：茶艺师资格证（中级及以上）与教师资格证；（3）具备亲和力、感染力，良好的语言表达能力与美学鉴赏能力。 **2.教学设施**；30 种以上不同茶类样本（如龙井、铁观音、普洱等）；各类冲泡器皿（玻璃杯、紫砂壶、盖碗、茶盘等）；多媒体设备（用于播放茶艺视频、文化纪录片）。 **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。	
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 S3 S4 S5 S6 Z5 Z10 Z11 N8 N9 N11 N12
	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：**采用近年出版的国规、省优或自编教材。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：学习通、智慧职教、智慧树慕课、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。	
旅游民歌鉴赏	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）培养学生对旅游民歌的兴趣与审美能力，提升人文素养与民族文化认同感；（2）强化团队协作意识，理解民歌在旅游文化资源中的艺术价值；（3）通过艺术实践培养职业道德、职业形象与跨文化沟通能力；（4）感受劳动人民艺术创造力，树立传承民族文化的责任感。 **2.知识目标：**（1）掌握民歌的体裁、风格、演唱形式；（2）解析民歌作品反映的历史背景、地域民俗及旅游资源开发价值；（3）熟悉民歌演唱技巧，理解艺术表现与旅游场景的融合方式。 **3.能力目标：**（1）能正确演唱代表性旅游民歌片段；（2）能结合旅游资源分析民歌的文化内涵及传播价值；（3）能策划简单的民族艺术展示活动，服务于旅游文化推广；（4）具备艺术二度创作意识，将传统元素融入现代旅游服务场景。	S1 S2 S4 S8 Z1 N4
	主要内容	本课程以中国八大经济区为框架，学习各地区代表性旅游民歌的创作背景、音乐特征、民俗文化及旅游应用价值；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）教师需具有音乐专业背景，熟悉民族文化及旅游行业需求，熟悉中国各区域旅游资源的内容；（2）能示范民歌演唱，具备跨学科课程设计能力。 **2.教学设施：**多媒体教室（民歌理论教学）。 **3.教学资源：**采用近年出版的国规、省优或自编教材。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。	
形体训练与舞蹈	**课程目标**	**1.素质目标：**培养学生优雅的气质与自信的职业形象，增强艺术审美能力与团队协作精神，塑造兼具形体美与内在修养的职业素养。 **2.知识目标：**掌握形体训练的基本理论与方法，了解舞蹈艺术的基础知识；熟悉民族民间舞的风格特点与文化内涵。 **3.能力目标：** 提升身体协调性、柔韧性与控制力，掌握基础舞蹈动作技能；具备表演民族民间舞小	S1 S2 S4 S8 Z1

		组合的能力，实现歌舞结合的艺术表达。	
	主要内容	本课程为专业选修课，通过系统学习，旨在帮助学生塑造良好的体型体态，掌握基础舞蹈技能，提升肢体协调性与艺术表现力，培养兼具职业形象与艺术素养的复合型商贸人才。课程注重理论与实践结合，以形体训练为基础，舞蹈技能培养为核心，融入民族民间舞元素，助力学生的职业形象塑造与综合能力提升。以形体训练与舞蹈协调能力开发为核心，通过基础体态训练（站姿、坐姿、走姿矫正）、柔韧性练习（肢体拉伸、关节活动）、节奏感训练（音乐感知与动作配合），建立正确的身体姿态与运动习惯；引入舞蹈基本功训练及古典舞体态、手位与脚位等，培养肢体协调性与动作表现力；逐步加入民族民间舞教学。以汉族、藏族、傣族、维族、苗族、土家族等民族舞蹈为基础，学习各民族民间代表性舞蹈的风格特点、动作语汇与表演形式。通过小组合作编排与实践，培养学生边唱边跳、歌舞结合的综合表演能力，提升艺术感染力与舞台表现力。	
	教学要求	**1.教师团队：** 授课教师需具备舞蹈专业背景与教学经验，持有舞蹈教师资格证书或相关专业资质，熟悉商贸专业学生的培养需求，能将形体训练与舞蹈教学有机结合职业形象塑造。 **2.教学设施：**配备专业舞蹈教室，提供把杆、镜子、音响设备等教学设施；利用线上平台（如超星学习通）发布教学视频、作业及拓展资源，支持学生课后复习与自主练习。 **3.教学资源：**（1）教材：选用教育部或行业推荐的形体与舞蹈类优秀教材，内容涵盖形体训练理论、舞蹈基础教程及民族民间舞选集。（2）数字资源：整合线上舞蹈教学视频、民族民间舞赏析资料、经典舞台表演案例等，丰富教学内容与形式。 **4.教学方法：**（1）示范教学法：教师通过标准动作示范，直观展示形体姿态与舞蹈技巧，引导学生模仿学习。（2）分组练习法：将学生分组进行形体训练与舞蹈组合排练，培养团队协作能力与相互指导能力。（3）情境教学法：结合旅游专业工作场景，设计针对性的形体与舞蹈应用情境，提升学生实践应用能力。 **5.考核评价：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	
研学旅行策划与服务	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具备安全第一的责任意识；（2）培养教育与服务融合的职业情怀；（3）养成创新与严谨并重的工作作风；（4）具备团队协作与沟通包容精神。 **2.知识目标：**（1）掌握研学主题开发、课程目标设定、行程安排、资源整合的基本方法；（2）掌握研学活动中常见风险类型（交通、食宿、活动、疾病、自然灾害等）及识别方法；（3）研学团队组织架构（总控、导师、安全员、后勤、医疗等）及岗位职责；（4）掌握交通、住宿、餐饮、门票、物料、通讯等后勤保障的标准与流程。 **3.能力目标：**（1）能够独立完成一个完整研学旅行项目的策划方案，包括主题设计、课程活动编排、时间与预算规划；（2）能够识别研学活动各环节风险点，制定并实施针对性安全预案；（3）能够设计合理的研学人员组织架构，制定岗位工作说明书并进行模拟招聘；（4）能够根据方案筛选并联络合作基地、运输公司、餐厅等供应商，完成基础谈判与合同审核。	S1 S2 S4 S8 Z1
	主要内容	1. 研学旅行策划导论；2. 研学旅行策划方案设计；3. 研学策划组织安全管理；4. 研学旅行策划管理人员配备；5. 研学旅行实施保障管理。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）授课教师应具备旅游管理、教育相关专业研究生学历，或拥有旅游规划、研学产品设计领域的中高级专业技术职称，熟悉研学旅行行业发展动态；（2）教师需具备丰富的研学旅行策划实践经验，掌握课程设计、活动策划、市场运营等多方面知识，能够将旅行策划理论与实际案例相结合进行教学，指导学生解决设计过程中的实际问题；（3）定期组织教师参与研学旅行策划相关的行业研讨会、专业培训课程，鼓励教师与研学旅行企业开展项目合作，及时更新知识体系，提升教学与实践指导能力。 **2.教学设施：**多媒体教室、实践基地。 **3.教学资源：**（1）建议选用教材：《研学旅行策划与管理》，赖玮，清华大学出版社，2023 年 5 月版。（2）数字资源：超星泛雅、智慧职教平台课程教学资源库；研学旅行策划案例库。（3）实训资源：不同学段研学旅行策划方案、研学基地资源清单。 **4.教学方法：**（1）讲授法：系统讲解研学旅行策划的基础理论、流程与方法，确保学生掌握核心概念与关键知识；（2）案例教学法：选取国内外优秀研学旅行策划案例，引导学生分析其设计思路、亮点与不足，提升学生的分析与设计能力；（3）小组讨论法：设置研学旅行策划主题，让学生分组进行讨论、交流观点，共同完成产品策划方案，培养团队协作与创新思维能力；（4）项目教学法：引入企业真实的研学旅行策划项目，让学生以小组为单位，在教师指导下完成从市场调研、方案设计到方案汇报的全过程，提高学生的实践应用能力。 **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合	
定制旅行服务与管理	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）养成以客户为中心的服务意识；（2）具备专业与诚信的职业操守；（3）培养精益求精的工匠精神；（4）具备良好的审美与创新意识；（5）养成跨文化沟通与包容心态。 **2.知识目标：**（1）掌握定制旅行的核心概念、发展历程、行业特征及市场业态，区分定制旅行与传统团队游、自由行的核心差异；（2）熟悉定制旅行服务全流程体系；（3）掌握不同客群（亲子、研学、康养、团建、高端私定、小众主题等）定制旅行产品的设计逻辑、主题定位及资源搭配知识；（4）熟悉定制旅行行业相关法律法规、服务标准、定价规则，掌握旅行资源整合、行程优化、风险预判的基础理论知识。 **3.能力目标：**（1）能够通过沟通、问卷、场景分析等方式，精准识别不同客户的旅行需求、消费预	S1 S2 S3 S4 S7 S8 N1 N5

		算、出行偏好及特殊要求，完成需求梳理与分析报告；（2）能够结合客户需求，独立设计主题化、个性化的定制旅行行程方案，合理搭配交通、住宿、餐饮、景区、体验项目等旅行资源，打造差异化产品；（3）能够完成定制行程的成本核算、利润测算与报价制定，规范拟定、审核定制旅行服务合同，规避基础经营风险；（4）能够全程跟进定制旅行行程落地，协调供应商资源，处理行程中的交通变动、景区限流、客户特殊需求等突发状况，保障行程顺利执行；（5）具备专业的客户接待、讲解、答疑能力，能够妥善处理客诉、行程偏差等问题，完成售后回访、客户维护与口碑沉淀工作。	N10
	主要内容	1.国际旅游发展动向与定制旅行行业认知；2.定制旅行客户需求调研与分析；3.定制旅行产品方案设计；4.定制旅行报价核算与合同管理；5.定制旅行行程执行与售后运维	
	教学要求	1.师资队伍：教师为双师型教师，应适应高职的要求，建立纸质、声音、电子、网络等多种媒体构成的立体化教学资源。 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：（1）建议选用教材：《定制旅行服务与技能》，徐郅耘、龙睿，上海交通大学出版社，2020 年 10 月版；数字资源：定制旅行服务案例库。（3）实训资源：定制旅行服务教程、定制旅行服务实操工具。 4.教学方法：（1）线上线下混合式教学法：融合线上理论学习与线下实操演练，打破时空限制，提升课程学习的灵活性与实效性；（2）案例教学法：结合定制旅行服务典型案例，深化学生对活动策划、组织实施、安全管控等知识的理解与实际应用；（3）分组讨论法：将学生划分为若干小组，围绕定制旅行服务重难点、要点等问题展开研讨，培养学生的思辨能力与团队协作能力；（4）任务驱动法：布置定制旅行服务方案设计、流程规划、现场组织等具体实务任务，以任务完成推动学生主动探究和掌握专业技能。 5.考核形式：采用过程性评价和终结性评价相结合。	
地方非物质文化遗产传承	**课程目标**	**1.素质目标：**(1)培育文化传承使命感，树立主动传播非遗文化的责任意识；(2)激发文化探索好奇心，提升对非遗文化的持续学习兴趣；(3)塑造文化鉴赏敏锐力，能够从艺术与人文视角品味非遗魅力；(4)增强文化交流包容心，尊重不同地域非遗文化的独特性；(5)养成团队协作精神。 **2.知识目标：**（1）清晰阐述非物质文化遗产的定义、分类与保护意义，夯实非遗研究基础认知；（2）精准解读民间文学的故事类型与传承脉络，掌握文化内涵挖掘要点；（3）系统梳理传统音乐的乐器特色、曲调风格，理解其文化表达逻辑；（4）深入剖析传统戏剧的角色行当、表演程式，熟悉艺术表现形式；了解曲艺的说唱技巧、流派特征，把握语言艺术精髓；（5）细致掌握传统体育、游艺与杂技的规则玩法、训练方法，明晰运动文化内核；（6）梳理传统医药非遗的文化内涵、核心特色等，领会传统医药的民俗底蕴与实用价值。 **3.能力目标：**（1）具备独立策划非遗研学活动流程、安排学习内容的方案设计能力；（2）能够运用多媒体手段生动讲解非遗知识，有效传递文化信息；（3）熟练组织非遗体验项目，如传统游艺项目体验，确保活动有序开展；（4）及时处理研学过程中的突发状况，保障学生安全与活动顺利进行；（5）科学评估研学效果，通过反馈优化后续非遗研学活动设计与实施。	
	主要内容	1.非物质文化遗产概述；2.民间文学；3.传统音乐；4.传统戏剧与曲艺；5.传统体育、游艺与杂技；6.传统医药。	S1 S2
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）需精通非遗理论及跨学科知识，掌握研究方法，熟悉地域非遗差异，了解非遗与旅游融合理论，为教学奠定坚实基础；（2）具备出色的课程设计、教学方法运用、课堂管理能力，能利用现代技术开展教学，创新教学模式，同时拥有丰富的非遗文化与研学旅行实践经验，可有效指导学生实践项目，保障研学活动顺利开展；（3）对非遗文化满怀热爱与使命感，具备良好沟通协作能力、创新意识与职业道德，注重自身专业发展，能在教学中引导学生树立正确文化价值观，传承非遗文化。 **2.教学设施：**（1）配备多媒体教学设备，以方便展示丰富的图片、视频等教学资料，增强教学效果；（2）有条件的话应设置智慧研学仿真实训室和研学活动设计实训室，提供实践教学环境，让学生进行研学活动模拟设计等训练。（3）提供必要的办公设备和软件，如电脑、打印机、绘图软件等，以支持学生完成作业和项目；（4）校外实习基地，与相关企业合作，为学生提供真实的实践环境和机会。 **3.教学资源：**采用近年出版的国规、省优或自编教材。建议选用教材:《非物质文化遗产概论》（第二版），陈淑姣主编，中国人民大学出版社，2022 年 1 月。网络资源：职教云、慕课、学习通、知网等资源。 **4.教学方法：**（1）讲授法：通过教师的讲解，让学生系统地掌握课程的基本概念、理论和方法；（2）案例分析法：通过分析实际案例，让学生了解非遗研学过程中的实际问题和解决方法，提高学生分析和解决问题的能力；（3）情境模拟法：模拟非遗研学旅行场景，让学生进行实际操作和体验；（4）项目实践法：通过安排学生参与实际的非遗研学旅行项目策划和实施，让学生在实践中掌握课程知识和技能，提高学生的综合素质和能力。 **5.考核形式：**采用过程性评价和终结性评价相结合。	S3 S8 Z3 Z4 Z5 N4 N10
摄影技术	**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。	
	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:**采用近年出版的国规、省优或自编教材。建议选用教材:《旅游摄影》 万剑敏等主编。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。	S1 S2 S4 S8 N6 N9
自媒体运营	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）树立合规经营与责任意识；（2）培养创新精神与审美素养；（3）具备数据思维与精益求精的精神；（4）具备自主学习和终身学习的意识与能力，紧跟自媒体行业的发展与变革。 **2.知识目标：**（1）了解自媒体行业的发展现状、主流平台的底层逻辑、算法机制与用户画像；（2）掌握内容创作的完整流程，包括选题策划、文案创意、脚本撰写、图片拍摄与处理、视频拍摄与剪辑等；（3）掌握自媒体流量的来源与分发机制；（4）掌握自媒体主流的变现模式。 **3.能力目标：**（1）能够独立完成一个自媒体账号的定位分析，包括目标用户画像、人设定位、内容方向选择与差异化策略制定；（2）能够完成选题策划、文案撰写、图片拍摄与处理、短视频拍摄与剪辑等全流程内容创作；（3）能够制定并执行自媒体账号的引流推广方案，运用内容引流、活动策划、社群运营等多种手段实现用户增长；（4）能够为自媒体账号设计合理的商业变现路径，并制定可执行的变现方案。	S1 S2 S3 S8 S9 Z3 Z4 Z5 N4
	主要内容	1.账号管理；2.内容创作；3.引流转化；4.商业变现。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有扎实的信息化知识和旅游专业知识，了帮助学生理解自媒体运营的流程与方法，提高学生分析、解决实际问题的能力；（2）自媒体运营意识、自媒体运营技术知识与技能；（3）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：**教材选用《自媒体运营》，李大千、方丽丽、余伟浩主编；2021 年 10 月版。 **4.教学方法：**线上线下混合式教学法、案例教学、分组讨论、任务驱动法等。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
旅游数据分析与应用	**课程目标**	**1.素质目标：**具备良好的职业道德、敬业精神和创新精神;具备团队意识和社会责任心;具备良好的科学素养。 **2.知识目标：**了解旅游大数据、云计算基本概念;掌握大数据收集与采集方法；熟悉旅游大数据可视化技巧等。 **3.能力目标：**具备旅游大数据解决方案制定能力，能利用大数据辅助决策，具备利用大数据创新的能力。	S1 S2 S4 S6 Z1 Z2 Z3 Z8 N3 N6 N8 N9
	主要内容	课程分为旅游大数据分析概述、旅游大数据收集与采集、旅游大数据管理与治理、旅游大数据统计分析与挖掘、旅游大数据可视化、旅游大数据分析综合实操案例解析六大模块。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有扎实的信息化知识和旅游专业知识，了帮助学生理解旅游大数据的基本概念、基本思想方法，提高学生分析、解决实际问题的能力；（2）数字化意识、数字技术知识与技能、数字社会责任感强；（3）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：**采用近年出版的国规、省优或自编教材。 **4.教学方法：**线上线下混合式教学法、案例教学、分组讨论、任务驱动法等。 **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 29 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：**增强学生身体素质，加强组织纪律观念，培养学生令行禁止、团结奋进的良好品质。 **2.知识目标：**认识并学习军事基本技能，掌握基本技能要点。	S1 S2

		3.能力目标：掌握基本军事技能，养成良好的军事素养。	S4
	主要内容	**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。	S5 Z2 N5 N12
	教学要求	**1.教师队伍：**（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：**综合训练场、模拟训练室、专业训练场地及辅助设备。 **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：** （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：针对学生训练过程中遇到的疑惑，引导启发学生思考、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）感受行业氛围，初步建立旅游从业者的角色意识，增强对旅游服务工作的尊重与热爱；（2）培养严格的时间观念、组织纪律性和互助精神，展现学生的良好风貌；（3）强化尊重意识，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）了解旅游产业链的基本构成（食、住、行、游、购、娱）及各环节典型企业的运作模式；（2）认识旅行社、景区、酒店、旅游交通等不同类型企业主要的工作内容、流程及职业要求；（3）初步掌握旅游服务中的礼仪规范、沟通技巧及应急处理基本原则；（4）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）能够运用实习手册，有目的、有重点地观察企业环境、员工行为、服务流程，并做系统记录；（2）在模拟或真实场景中，能够进行简单的迎送、引导和介绍；（3）能结合实习见闻，初步分析旅游企业运营中的亮点与不足，并能撰写规范的实习报告；（4）能够以小组形式完成见习任务（如集体完成一份考察简报），学会分工、沟通与汇总。	S1 S2
	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，或形成成果汇报展览，教师总结评奖等。	S3 S4 Z1 Z2 N1
	教学要求	**1.师资队伍：**由校内教师、企业教师和安全专员组成；校内教师：具有较强的业务素质，责任心强；具有扎实的专业知识和丰富的一线工作经验，具有导游证或企业工作经历；企业导师：每个参访单位指派 1-2 名资深员工（如部门经理、金牌导游等）负责现场讲解与指导；安全专员：建议配备 1 名辅导员或班主任全程跟队，负责考勤、纪律、应急联络及生活管理。 **2.教学设施：**教学主要在校外实训基地完成，包括旅行社、景区或综合性旅游企业等。 **3.教学资源：**建议统一印制《认识实习手册》（含日程、任务单、记录页、安全须知）。 **4.教学方法：**采用现场观摩法、任务驱动法、小组合作学习法和角色扮演法等。（1）现场观摩法：学生在不打扰正常工作的前提下，观察员工的工作流程、语言、姿态，并记录关键点；（2）任务驱动法：提前发放“见习任务卡”，要求根据任务完成见习作业；（3）小组合作学习： 以 5-6 人为一组，每组配备一名组长，负责组织讨论、提醒集合、汇总成果；（4）角色扮演： 在景区或模拟场景中，要求学生轮流扮演“导游”和“游客”，现场进行简短介绍，教师即时反馈。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	N3 N5 N6
岗位实习	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）牢固树立旅游从业者的职业道德观念；（2）增强团队协作能力和客户服务意识；（3）培养“游客为本、服务至诚”的行业精神，具备与同事、合作伙伴及游客进行高效沟通协调的能力。 **2.知识目标：**（1）熟悉旅行社的组织架构、部门职能及各岗位之间的协作关系；（2）掌握旅游数字营销方法等知识（3）掌握旅行社计调岗位的工作流程，包括旅游线路设计、服务采购、成本核算与报价、订单执行与跟踪等核心业务知识；（4）掌握导游服务规范，熟悉地陪、全陪在不同服务环节的工作流程与操作标准；（5）掌握旅游团队操作中突发事件应急处理的基本原则和常见问题的解决方案。 **3.能力目标：**（1）能够进行人工智能背景下旅游产品宣传推广；（2）能进行旅游产品的组合、报价与行程安排；（3）能进行旅行社前台接待、咨询、报名、签约等业务操作；规范地完成前台接待、电话咨询、合同签订等销售工作；（4）能处理常见客户投诉与突发事件。	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z4 N1
	主要内容	本课程主要通过在实习实训企业在岗学习，了解行业发展现状，掌握旅游数字营销、旅游产品策划、导游和旅游咨询等各岗位工作技能，并按照实习要求完成实习实训任务。第一阶段：岗前准备与入职培训；第二阶段：跟岗学习与岗位适应；第三阶段：独立顶岗与能力提升；第四阶段：总结反思与职业规划。	N3 N4 N7
	教学	**1.师资队伍：**由校内指导教师：由旅游管理专业专任教师担任，原则上每位教师指导学生不超过 15 人。	

	要求	校内指导教师负责实习前的动员与培训、实习过程中的跟踪指导与心理关怀、实习资料的批阅与成绩评定等工作。指导教师应定期通过电话、微信、线上平台等方式与学生沟通，每生每两周不少于 1 次联系，并做好联系记录。企业导师：由实习企业指派经验丰富、责任心强的资深员工担任（如部门主管、金牌导游、资深计调等），负责学生在企业的日常业务指导、技能传授、工作评价等。实习期间实行“双导师”制，校方为每位学生配备学校+企业“双导师”，企业导师对学生进行“一对一”或“一对多”带教指导。辅导员/班主任：协助校内指导教师做好学生的思想教育、纪律管理、心理关怀和家校沟通工作。校企协同管理：学校与实习单位应当分别选派经验丰富、综合素质好、责任心强的实习指导教师和专门人员全程指导、共同管理学生实习。学校应定期走访实习企业，了解学生实习状况，与企业导师沟通反馈，及时解决实习中出现的问题。 **2.教学设施：**通过学校/学院实习管理平台，实现学生实习日报、周报、月报的在线提交与批阅，实习过程的动态记录与管理。学校每两周进行一次实习情况通报，确保过程管控到位；建立实习学生微信群或 QQ 群，确保信息及时传达。校内指导教师和企业导师保持 24 小时通讯畅通，便于学生遇到问题时能及时获得指导与帮助；学生实习前，学校、学生、实习企业三方签订规范的岗位实习协议，明确各方权利义务。学校应为实习学生统一购买实习责任保险或人身意外伤害保险，确保实习期间的安全保障。 **3.教学资源：**建议制定《岗位实习实施方案》《岗位实习指导手册》《实习安全须知》《实习报告撰写规范》等指导文件，明确实习目标、任务安排、考核标准和管理要求；建立稳定的校外实习基地库，与不少于 10 家优质旅游企业签订长期校企合作协议，确保实习岗位充足、质量可靠。学校应与企业建立定期沟通机制，共同制定实习方案，共建实习指导团队。 **4.教学方法：**（1）跟岗实践法：学生在企业导师的指导下，在真实工作岗位上进行“做中学、学中做”，通过观察、模仿、练习、独立操作，逐步掌握岗位技能；（2）双导师指导法：校内指导教师与企业导师分工协作，校内教师侧重思想引导、职业规划和过程管理，企业导师侧重业务技能、操作规范和职业习惯培养。实习期间，学院还通过定期召开线上班会、指导教师实地走访等形式，全方位护航学生成长；（3）反思教学法：要求学生定期撰写实习日志、周报、月报，对工作经历进行系统反思和总结。指导教师通过批阅和反馈，引导学生深化对职业的理解和认知；（4）心理辅导法：应关注学生的心理健康状况，通过真诚的相处陪伴与学生建立信任关系。 **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、企业导师评价、校内指导教师评价等组成。	
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 S6 Z1 Z2 Z3 Z9 N3 N6 N7 N9
	主要内容	模块一：毕业设计选题；模块二：毕业设计指导（旅游产品销售类、旅游线路设计方案、旅游景区活动策划方案等）；模块三：毕业设计成果报告、毕业答辩。	
	教学要求	**1.师资队伍：**由旅游管理专业专任教师担任毕业设计指导教师，原则上每位教师指导学生不超过 15 人。指导教师应具有中级及以上职称或硕士研究生以上学历，具备旅游产品设计、景区策划等相关领域的教学或实践经验。指导教师主要负责选题指导、过程指导、成果审阅和答辩评审工作。鼓励合作企业（旅行社、景区等）的资深从业人员担任兼职指导教师或答辩评委，参与指导和答辩环节，从行业实践角度对设计方案提出意见和建议，实现校企协同指导。 **2.教学设施：**教学主要在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：**根据学校《毕业设计工作实施方案》《毕业设计评分标准》《答辩工作规程》等指导文件，明确各环节要求；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）一对一指导法： 指导教师与学生进行定期一对一交流，针对选题、框架、内容、格式等进行个性化指导和反馈，帮助学生解决设计过程中的具体问题。 **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。	

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

表 1 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	文旅与食品技术学院
课程性质	专业必修课	学分	4 学分
先修课程	《旅游概论》《旅游历史文化》	后续课程	《旅游新媒体营销》《现场导游》等
开设学期	第二学期	学时建议	72 学时
课程团队	学校：李辉、汤玲 企业：易繁、连波、张苗	课程负责人	常新利
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	制（修）订时间	2026 年 04 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《旅游概论》《旅游历史文化》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；能运用 AI 行程规划等工具优化服务流程；掌握导游服务过程中常见问题和事故的预防和处理方法，能借助 AI 应急预警工具辅助处置突发情况，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，能运用 AI 工具优化导游词创作与口语表达，具备导游员应具备的素质、实际工作能力及智能工具应用能力，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，养成学生高尚的情操和正派的作风；

（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）养成数字素养意识，形成终身学习习惯；

（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，了解 AI 行程规划工具在团队接待中的应用方法；

（3）掌握 AI 工具在导游服务中的基础应用知识；

（4）使用导游人员的语言技能了解，借助 AI 工具优化导游词、提升口语表达的相关知识；

（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，掌握 AI 应急预警工具的基础应用知识；

（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接待工作，能运用 AI 行程规划工具设计、优化接待方案，做好接待工作；

（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，能借助 AI 工具撰写、润色导游词，丰富讲解形式；

（4）能够正确处理游客个别要求和常见旅游事故，能运用 AI 应急预警工具获取实时信息、辅助制定处置方案；

（5）能够运用旅行服务知识及 AI 辅助工具，更好的为游客提供旅行服务。

四、课程教学内容与设计

表 2 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	AI 赋能下的导游服务认知	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； 5. AI 赋能导游服务的典型场景与职业新形态。	1.能清晰阐述对导游职业的认识，建立对 AI 时代导游岗位的正确认知，激发职业热情； 2.能列举各类导游服务形式，梳理我国导游服务发展历程简表，完成传统服务与 AI 辅助服务的对比分析。	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.掌握团队接待全流程服务规范； 2.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； 3.能熟练运用 AI 行程规划工具设计团队接待方案； 4.借助 AI 工具完成行程提醒、信息同步等辅助工作，能根据实际情况优化行程、落实服务细节，胜任团队导游工作。	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。	6
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；借助 AI 语音工具练习口语表达、纠正发音 2.能运用导游语言技能创作旅游文化元素导游词；灵活运用 AI 工具撰写、润色导游词。	6
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。	6
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.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；	6

			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；能运用 AI 应急工具辅助风险处置，提升应急能力； 7.能说出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。	
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。	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,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。

表 3 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

表 4 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	数字化模拟导游实训室	导游讲解训练	环幕、高清嵌入式录播一体机、导游实训平台、导游工作流程可视化教程、全国知名三维景点场景库、云景点定制、导游突发事件可视化教程、导游大赛电子评分系统、模拟景区管理系统。	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。

表 5 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 君山岛旅游区	教学实践 旅游安全急救	面积：1300 多平方公里 岳阳楼景区、洞庭南路历史文化街区、君山岛景区等。	50 人以上
2	张谷英景区	导游讲解 旅游安全急救	面积：51000 多平方米，房屋厅堂 1732 间，天井 206 个，拥有非遗馆、美术馆、民俗展览馆等多个展馆。	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（第十版）》，全国导游人员资格考试教材编写组主编，旅游教育出版社，2025 年 8 月。

（2）参考教材

《导游业务（第十版）》，全国导游人员资格考试教材编写组主编，中国旅游出版社，2025 年 8 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。

六、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 50%，终结性考核为 50%；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(10%)、课堂回答问题情况(10%)、作业完成情况(5%),实践能力考核(25%)；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 50%。

表 6 课程考核评价标准

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。	10%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）。	10%
	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	1.做一个 3 分钟的岳阳一日游首次沿途风光讲解（东站或三荷机场接站）；	25%

		学生自评	2.模拟地陪导游针对粤港澳大湾区的中学生研学团致欢迎词（五要素齐全）； 3.3 分钟内模拟导游协助办理入住手续； 4.3分钟内模拟完成处理游客要求调换计划内文娱节目的个别要求； 5.3分钟内模拟完成处理游客在境外丢失证件的突发事件。	
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）。	50%

七、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，2027年、2028 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

表 1 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**	文旅与食品技术学院
课程性质	专业必修课	**学分**	4 学分
先修课程	《旅游历史文化》《旅行社经营与管理》《景区服务与管理》等	**后续课程**	《岗位实习》等
开设学期	第四学期	**学时建议**	72 学时
课程团队	学校：龚迎均、魏凯林、余汶洁 企业：易繁、江黎明、连波	**课程负责人**	龚迎均
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	**制（修）订时间**	2026 年 04 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。《旅游历史文化》《旅行社经营与管理》《景区服务与管理》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《岗位实习》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）分析酒店营销、景区营销、旅行社营销的环境；

（4）说出酒店营销、景区营销、旅行社营销的新媒体营销活动内容；

（5）整理并归纳旅游平台矩阵及搭建方案；

（6）概括用户运营技巧及用户运营方案；

（7）转化用户，建立酒店营销、景区营销、旅行社营销变现路径；

（8）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 AI 工具与技术，进行图文设计、视频编辑、音频编辑等新媒体编辑；

（4）能够灵活运用 AI 工具与技术，打造平台抖音短视频、微博、微信矩阵；

（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

表 2 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	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.概括酒店、景区、旅行社的旅游市场需求； 3.能以酒店、景区、旅行社等旅游企业为例，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
项目二	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； 3.运用四大要素完成旅游营销实践活动。	6
项目三	构建旅游用户画像	1.运用AI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
项目四	制作旅游营销内容	1.内容素材库搭建与管理； 2.介绍内容营销工具； 3.设计旅游营销内容。	1.能独立整合旅游新媒体营销资源； 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
项目五	运用新媒体编辑工具	1.AI排版与图文设计； 2.视频编辑与AI内容生成； 3.AI媒体创作与音频编辑。	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
项目六	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
项目七	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
项目八	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.说出内容变现方法； 2.撰写变现营销方案。	10
项目九	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，探究营销渠道。	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，结合新媒体工具探究针对性营销渠道,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
项目十	旅游新媒体营销数据分析	1.旅游新媒体营销复盘数据分析； 2.旅游新媒体营销数据分析报告撰写。	1.能在完成旅游新媒体营销后进行复盘分析； 2.完成旅游新媒体营销数据分析报告撰写。	4
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 61.11%）			理论学时	28
			实践学时	44

五、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，结合AI技术，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。

表 3 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

表 4 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	数字营销策划实训室	旅游产品营销实训	计算机、服务器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、投影仪、幕布、交互式电子白板、直播灯光设备、手机（平板、电脑）、辅助直播支架、无线麦克风、虚拟背景幕、商品陈列架、大屏显示器、摄像机、多媒体技术处理软件。	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。

表 5 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	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
3	张谷英景区	新媒体运营等实训；教学实践	面积：51000 多平方米，房屋厅堂 1732 间，天井 206 个，拥有非遗馆、美术馆、民俗展览馆等多个展馆。	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

纸质教材《旅游新媒体营销》（含 PPT，微课、微视频等资源），蒋艳主编，北京理工大学出版社，2025 年 6 月版；

（2）参考教材

《旅游新媒体营销》，罗达丽主编，郑州大学出版社，2023 年 6 月版；

《旅游新媒体营销》（活页式教材），赖素贞主编，华中科技大学出版社，2024 年 10 月版。

（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/。

六、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 50%，终结性考核占 50%。形成性考核由出勤纪律情况(10%)、课堂活动参与情况(10%)、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 50%。其具体考核标准如下：

表 6 课程考核评价标准

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。	10%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）。	10%
	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.能在 30 分钟之内完成调查问卷设计； 2.能在 1 小时之内完成旅游宣传单彩页设计，色彩搭配合理，要素完整； 3.能在 1 小时之内完成旅游 H5 网页设计，内容逻辑性强，整体色彩、音频搭配合理； 4.能在 1 小时之内完成旅游公众号推文创作，内容逻辑性强，主题明确，排版精美。	25%
终结性考核	期末考核	校企互评	新媒体营销策划方案。	50%

七、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，2027 年、2028 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。

《酒店经营与管理》课程标准

一、课程基本信息

表 1 课程基本信息

课程名称	酒店经营与管理	课程代码	2605203
课程类型	专业核心课程	开设院部	文旅与食品技术学院
课程性质	专业必修课	学分	4 学分
先修课程	《旅游概论》《管理学基础》等	后续课程	《旅游电子商务》《客户关系管理》等
开设学期	第三学期	学时建议	72 课时
课程团队	学校：常新利、龚琼、白稚萍 企业：王琦勋、陈建国	课程负责人	常新利
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	制（修）订时间	2026 年 04 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《酒店经营与管理》课程培养目标的要求制定。《酒店经营与管理》课程是旅游管理专业核心必修课程。《旅游概论》《管理学基础》为本课程奠定行业认知与管理理论基础，本课程又为《旅游电子商务》《客户关系管理》等后续课程提供专业支撑。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，能够掌握酒店实操的基本方法与技巧，为今后从事旅游酒店类相关工作奠定坚实基础。

三、课程教学目标

（一）总体目标

本课程以酒店行业运营、策划、营销、质量管理等岗位需求为导向，采用理论讲授、案例分析、方案设计、实景实训、校企联动相结合的教学模式，使学生系统掌握酒店管理基础理论、经营模式、业务流程与管理方法，具备酒店接待服务、活动策划、市场推广、日常运营、质量管控等实操与管理能力，了解酒店投资、人力开发、绩效评价等拓展知识，培养兼具服务意识、策划能力、管理素养与创新思维的复合型酒店文旅人才。

（二）具体目标

1. 素质目标

（1）树立宾客至上、诚信经营的服务理念，具备责任意识、服

务意识与职业操守；

（2）适应酒店数字化转型趋势，养成标准化、精细化、数据化的管理思维，具备创新意识与持续学习能力；

（3）具备良好沟通表达、团队协作、组织协调能力和抗压能力；

（4）树立合规经营、安全生产等全面风险防控意识，严守行业管理规范。

2.知识目标

（1）掌握酒店管理基础理论、现代酒店经营理念及其发展演变历程。

（2）熟悉酒店经营战略的类型、选择依据与落地实施流程，掌握酒店市场营销策划、落地执行的标准方法。

（3）熟练掌握酒店服务质量的评价指标、测定方式与全过程控制方法。

（4）了解酒店投资决策的核心内容、分析维度与常用决策方法。

（5）熟悉酒店前厅、客房、餐饮等核心业务部门运作模式与管理方法。

（6）掌握酒店人力资源开发、人员配置、培训、绩效考核等管理方法。

（7）了解酒店经营绩效指标、数据分析维度与绩效评价、优化改进方法。

3.能力目标

（1）能运用酒店管理基础理论解读行业现象，结合发展趋势梳理酒店经营理念演变逻辑。

（2）能够结合酒店定位与市场环境，合理选择经营战略，并制定配套落地执行方案。

（3）能够独立完成酒店营销策划、主题活动策划，撰写完整方案并模拟落地实施。

（4）能够开展酒店服务质量检测、问题排查，制定服务质量提升与管控方案。

（5）能够梳理酒店各业务部门运作流程，完成日常运营、人员、物资、成本基础管理工作。

（6）能够运用基础方法开展酒店经营数据统计、绩效分析，提出经营优化建议。

（7）能够结合项目特点，完成酒店投资基础分析、人力配置与人员开发基础方案设计。

四、课程教学内容与设计

表 2 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
模块一	酒店行业认知与组织管理	1.酒店行业发展现状、业态类型、品牌与星级划分及评定标准； 2.酒店经营管理基础理论及其理念演变 3.酒店组织架构、部门设置、岗位职能与跨部门协作； 4.酒店企业文化、行业规章制度、管理人员职业素养。	1.调研本地酒店业态，撰写行业调研分析报告； 2.梳理酒店管理理论体系，总结酒店经营理念发展历程； 3.绘制酒店标准组织架构图，明确部门对接流程； 4.熟记行业规范与岗位准则，完成管理沟通场景模拟。	8
模块二	酒店接待服务	1.酒店接待服务体系、岗位划分与服务礼仪规范； 2.前厅接待：预订、入住、退房、问询、收银、礼宾服务流程； 3.客房对客服务、特殊客群（亲子、老年、商务）专属服务； 4.餐饮接待、席间服务、散客与团队接待标准； 5.接待场景沟通技巧、常见宾客问题与基础客诉处理； 6.接待服务数字化工具基础应用	1.熟练掌握全岗位接待礼仪，完成场景化礼仪演练； 2.分组完成前厅、客房、餐饮全流程接待模拟实操； 3.针对不同客群设计专属接待服务方案； 4.模拟处理接待环节常见问题与简单投诉	12
模块三	酒店活动策划	1.酒店活动策划概述：概念、类型、特点； 2.酒店活动策划基础流程、策划原则； 3.酒店活动策划文案撰写规范与实训	1.结合酒店业态选定活动主题，完成完整策划方案撰写； 2.编制活动预算表、人员分工表与执行流程表； 3.模拟活动现场布置、流程推进与应急处置； 4.完成活动模拟复盘，提出方案优化意见。	12
模块四	酒店营销	1.酒店市场营销概述； 2.市场调研与客源细分； 3.酒店经营战略的选择与实施； 4.酒店品牌推广、短视频、社群、OTA 平台营销运营；	1.开展本地酒店市场调研，完成客源与竞品分析报告； 2.结合酒店实际选择适配经营战略，撰写战略实施思路； 3.设计酒店完整营销方案，包含定价、	14

		5.营销效果数据统计与竞品分析	渠道、推广内容； 4.运用线上平台完成简单营销内容设计与模拟推广。	
模块五	酒店运营与管理	1.酒店投资决策内容、投资分析维度与基础决策方法； 3.前厅、客房、餐饮核心业务部门运作流程与管理要点； 4.酒店物资管理、成本管控、日常巡检与现场管理； 5.酒店人力资源开发：招聘、培训、排班、绩效考核、员工关系； 6.酒店经营绩效指标、数据统计、绩效分析与评价方法	1.2.完成小型酒店项目投资基础测算与可行性简易分析； 3.绘制各业务部门运作流程图，梳理部门管理难点； 4.设计人员招聘、培训、绩效考核简易方案； 5.提取经营数据，完成基础绩效分析并撰写评价报告。	16
模块六	酒店服务质量管理	1.酒店服务质量内涵、构成要素与行业质量标准； 2.酒店服务质量的测定与控制方法； 3.全流程服务质量控制体系、事前-事中-事后管控方法； 4.服务质量提升与长效管理机制搭建	1.制定酒店服务质量检测表，完成模拟质量抽检； 2.分析服务质量典型案例，定位问题并制定整改方案； 3.搭建酒店全流程服务质量管控体系； 4.设计服务质量提升培训方案与长效管理细则。	10
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 41.7%）			理论学时	42
			实践学时	30

五、课程教学实施建议

（一）组织实施建议

1.教学手段

构建线上线下混合+数字化赋能+校企实景三位一体教学生态。

（1）混合式教学：课前依托学习通推送理论知识点、行业案例、流程视频、标准文件；课中聚焦重难点讲解、方案指导、实操演练；课后布置方案撰写、调研报告等作业，形成教学闭环。

（2）数字化工具教学：融入酒店 PMS 系统、OTA 商家后台、办公软件、数据统计工具、短视频制作工具，覆盖接待、营销、策划、绩效分析全环节，强化数字化应用能力。

（3）校企实景教学：联合本地星级酒店、连锁酒店，分模块组织实地踩点、岗位观摩、跟岗实训，把课堂延伸至酒店一线岗位。

2.教学方法

采用项目驱动+任务引领为主的教学模式，融合多种教学方法。

（1）项目式教学法（PBL）：以“单模块专项项目”为主线，依次完成接待服务实训项目、活动策划项目、营销方案项目、运营管理项目等。

（2）任务驱动法：将每个模块拆解为可量化课时任务，如礼仪演练、方案撰写、流程梳理等，细化任务目标，保障实训落地。

（3）案例教学法：选取酒店经营战略、营销活动、服务质量、投资运营、人力管理典型案例，组织课堂研讨、问题分析、方案优化。

（4）小组合作法：采用 4—6 人分组，模拟酒店项目团队、管理团队，分工完成策划、实操、汇报、答辩，培养团队协作与统筹能力。

（二）教学团队建议

本课程团队由校内专任教师与酒店行业企业导师组成，坚持老中青、专兼职搭配。主讲教师需具备酒店一线管理工作经历，持有旅游类或酒店运营相关职业技能等级证书。教学团队应具备以下基本能力和素质：

1.校内导师

精精通酒店管理理论、课程体系设计、方案指导与实训考核，熟练掌握各类数字化教学工具，负责理论讲授、校内实训组织、综合项目指导。

2.企业导师

聘请酒店一线部门主管或管理人员，承担实战案例讲解、现场实训指导、方案点评、行业前沿内容分享等工作。

（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。

表 3 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 4 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）	景区讲解、产品开发等实训	国家 AAA 景区标准配置。	50

3.校外实训基地基本要求

具有稳定校外实训基地。可开展酒店接待、策划、营销、运营等实训活动，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。

表 5 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	岳阳龙山文化旅游发展有限公司	景区、酒店运营与服务、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。	业务主要有旅游景区规划设计；酒店经营与管理；国内旅游招徕、组织、接待业务；文旅活动的策划和组织；文化艺术交流活动的组织；游乐园、城市公园管理。	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。能提供酒店接待、策划、营销、运营、质量管理等对口实习岗位，覆盖行业主流业务；配备专属实习指导教师，建立完善的实习管理、安全保障、生活管理制度，有安全、保险保障。

5.课程资源

（1）推荐教材

纸质教材《酒店经营与管理》（双色）（含 PPT、微课微视频等立体化资源），黄水洁，钟燕，李颖芬主编，中国言实出版社，2024.10。

（2）参考教材

《酒店经营管理》，陈帅，刘旭莹，艾山·艾比布拉主编，中国协和医科大学出版社，2025 年 12 月。

（3）教学网站

《酒店经营与管理》，开课平台：智慧职教 MOOC 学院，主讲教师：杜文静，网址：https://mooc.icve.com.cn/cms/courseDetails/index.htm?cid=lyczjl033hbh452。

（4）参考网络资源及 AI 工具

迈点网 https://www.meadin.com/；携程旅游网 https://www.ctrip.com;去哪儿旅游网 https://www.qunar.com;智慧职教 https://www.icve.com.cn/;超星学习通 http://i.mooc.chaoxing.com;短视频创作平台等。

六、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 50%，终结性考核为 50%；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及纪律情况(10%)、课堂表现与作业完成情况(10%),实践能力考核(30%)；其中实践能力考核主要考查学生的酒店市场调研能力、酒店接待服务能力、酒店数字化营销能力。终结性考核采取考查方式进行,占总成绩的 50%。其具体考核标准如下：

表 6 课程考核评价标准

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	10%
	课堂表现与作业完成情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）	10%
	实践能力	校企教师 学生互评 学生自评	1.搜集资料或实地调研，分析岳阳酒店行业发展特色及趋势； 2.能在 90 分钟内设计一份满足客户需求的接待方案； 3.能在 90 分钟内设计一份酒店营销方案。	30%
终结性考核	期末考核	校企互评	酒店产品设计或营销策划方案。	50%

七、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，2027年、2028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。

《景区服务与管理》课程标准

一、课程基本信息

表 1 课程基本信息

课程名称	景区服务与管理	课程代码	2605204
课程类型	专业核心课程	开设院部	文旅与食品技术学院
课程性质	专业必修课	学分	4 学分
先修课程	《旅游概论》《旅游历史文化》	后续课程	《旅游新媒体营销》《旅游策划理论与实务》等
开设学期	第二学期	学时建议	72 课时
课程团队	学校：汤玲、常新利 企业：王慧、李勇	课程负责人	汤玲
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	制（修）订时间	2026 年 04 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《景区服务与管理》课程培养目标的要求制定。《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》《旅游历史文化》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《旅游新媒体营销》《旅游策划理论与实务》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，掌握景区解说服务、商业服务和营销管理等环节基本流程与服务技巧，了解智慧景区建设、景区游客管理、景区安全与环境管理内容和方法，熟悉人工智能、大数据等数字化工具在景区服务与管理中的典型应用，具备旅游景区工作人员职业素养，具备景区接待服务能力、解说服务能力、商业服务能力、营销管理能力、智慧化运营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，能够挖掘与传播景区文化与美学价值；

（4）具有创新意识和创新精神，适应智慧旅游与数字化景区发展需求；

（5）具有细心、周密、热情的服务意识；

（6）具备团结、协作、宽容的合作意识；

（7）提升职业素养，培养待人接物的基本礼仪与职业行为规范。

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与智慧景区建设相关要求；

（3）概括国内外旅游景区发展历史及数字化、智能化发展趋势；

（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，了解智能客服、线上票务等智慧服务模式；

（5）说出旅游景区导游服务类型，了解智能导览、AI 语音解说等新型解说形式；

（6）归纳旅游景区人员导游讲解服务原则及方法，理解数字化解说内容设计要点；

（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，掌握基于客流数据优化商业业态的基本知识；

（8）使用景区市场营销组合策略的基本方法，了解大数据客源分析、精准营销等数字化营销知识；

（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，熟悉智能监控、安全预警系统的基本应用知识。

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，熟练运用智能票务、智能咨询等工具开展服务；

（2）能够提供旅游景区游览设计、游览引导及导游讲解服务，借助数

字化工具优化解说内容与导览体验；

（3）能够提供旅游景区餐饮、住宿、娱乐、购物等商业服务，结合游客数据优化服务供给；

（4）能够初步开发和销售旅游商品，运用新媒体与智能工具进行简单推广；

（5）能够策划旅游景区传统节日或季节性营销活动，借助数据分析开展精准营销；

（6）能够对旅游景区服务与管理工作中安全事件进行应急性处理；

（7）能够对旅游景区进行安全维护和管理，运用智慧管理工具提升安全管理水平。

四、课程教学内容与设计

表 2 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	认识旅游景区	1.旅游景区发展概述； 2.旅游景区类型解析； 3.旅游景区服务与管理认知； 4.智慧景区与 AI 技术应用场景认知； 5.景区产品认知。	1.能够辨析不同旅游景区类型； 2.能够判断景区发展趋势，识别 AI 技术带来的行业变革与就业创业机会； 3.能够初步判断自己在旅游景区业中的职业适应性，明确 AI 时代岗位能力新要求。	4
项目二	旅游景区接待服务	1.旅游景区优质服务认知； 2.旅游景区门票服务； 3.旅游景区咨询服务； 4.旅游景区投诉服务； 5.智慧景区与接待服务。	1.掌握旅游景区接待服务的基本规律和技能方法，能借助智能工具提升服务效率； 2.能处理旅游景区接待服务实务中出现的各类问题，运用 AI 工具分析高频问题并优化服务流程； 3.能根据实际妥善处理游客投诉，结合数据反馈提出服务改进建议； 4.具备景区服务的职业道德、礼仪素养与人际沟通能力。	10
项目三	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.旅游景区交通服务； 4.旅游景区娱乐服务； 5.旅游景区购物服务。	1.能够运用景区餐饮、住宿、交通、娱乐、购物服务与管理技术技能； 2.能够针对不同类型的旅游景区做好商业形态设计，结合客流数据优化业态布局； 3.能够对具体的商业形态做好运营管理，借助数据分析提升服务品质与游客消费体验。	20
项目四	旅游景区解说服务	1.旅游景区解说服务概述； 2.旅游景区讲解员解说服务； 3.旅游景区自助式解说服务； 4.智能导览与 AI 辅助解说工具应用。	1.能够对旅游解说服务进行正确分类； 2.能够使用恰当的讲解方法开展景区讲解，借助 AI 工具优化解说词内容与呈现形式； 3.能够独立撰写旅游景区解说词，适配智能导览设备的语音播报需求。	14
项目五	旅游景区营销管理	1.旅游景区营销认知； 2.旅游景区市场调查和分析； 3.旅游景区形象策划及节事活动营销。	1.能够熟练运用合适的调研方法开展景区调研，借助数据分析工具绘制客源画像； 2.能够正确进行旅游景区市场细分，基于数据结果制定差异化营销策略； 3.能够根据具体条件为景区选择合适的目标市场，运用智能工具制作营销文案与宣传素材。	14
项目六	旅游景区游客管理	1.游客行为管理； 2.游客满意度管理。	1.能够在旅游景区管理中关注旅游者行为规范的问题，结合客流数据做好游客分流引导； 2.能够运用所学知识开发景区体验产品，基于游客反馈数据优化产品设计；	6

			3.能够在体验经济时代的景区管理方法上提出合理化建议，借助智能管理工具提升游客满意度。	
项目七	旅游景区安全管理	1.旅游景区安全事故形态及类型； 2.旅游景区日常安全管理； 3.旅游景区突发事故的应急处理； 4.游乐设施操作与维护； 5.景区质量监控。	1.能够正确分析安全事故原因并提出解决策略，识别智能预警系统的应用价值； 2.能够正确处理景区日常安全管理事务，运用监控数据做好安全隐患排查； 3.能够正确应对景区突发事故，借助智能应急工具规范处置流程； 4.具备突发事件的预防与处理能力； 5.熟悉景区设施设备维护与安全管理的方法； 6.熟悉景区环境管理的方法，景区资源管理与可持续发展的理论与内容。	4
学时合计：72学时 （其中实践教学学时比例为41.7%）			理论学时	42
			实践学时	30

五、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。

表 3 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

表 4 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	数字化模拟导游实训室	景点讲解训练	环幕、高清嵌入式录播一体机、导游实训平台、导游工作流程可视化教程、全国知名三维景点场景库、云景点定制、导游突发事件可视化教程、导游大赛电子评分系统、模拟景区管理系统等。	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。

表 5 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	岳阳龙山文化旅游发展有限公司	景区运营与服务、旅游安全急救、教学实践。	业务有旅游景区规划设计、开发、管理；国内旅游招徕、组织、接待业务；文旅活动的策划和组织；研学旅行策划与组织；文化艺术交流活动的组织；游乐园、城市公园管理。	50 人以上
2	岳阳楼君山岛旅游区	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》，琚胜利主编，旅游教育出版社，2023 年 4

月第 1 版。

（2）参考教材

《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；

（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/。

六、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 50%，终结性考核占 50%。其中过程性考核包括学生出勤纪律情况(10%)、课堂活动参与情况(10%)、作业完成情况(5%)和实践能力(25%)；终结性考核引导学生围绕游客体验提升、服务流程优化等方向设计多样化的特色主题活动策划方案或智慧化接待服务方案（50%），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：

表 6 课程考核评价标准

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	10%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）	10%
	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	1.3 分钟内模拟完成景区售票或验票等接待服务； 2.创作一个 3 分钟的岳阳某景区景点讲解词并现场讲解； 3.小组合作 90 分钟内模拟策划完成一份岳阳中华大熊猫苑某节庆活动营销方案。	25%
终结性考核	期末考核	校企教师	旅游景区方案设计	50%

七、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，2027 年、2028 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

表 1 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	文旅与食品技术学院
课程性质	专业必修课	学分	4 学分
先修课程	《旅游概论》《导游业务》等	后续课程	《旅游新媒体营销》《旅游策划理论与实务》等
开设学期	第三学期	学时建议	72 学时
课程团队	学校：龚琼、李辉 企业：易繁、连波	课程负责人	龚琼
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	制（修）订时间	2026 年 04 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》《导游业务》等课程后，为后续课程《旅游新媒体营销》《旅游策划理论与实务》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；

（6）评估导游服务质量，并制定相应控制与改进的方案；

（7）梳理旅行社售后服务的流程与技巧，制定切实可行的服务质量控制与改进措施。

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

表 2 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	旅行社概述	1 旅行社的产生与发展； 2 旅行社的性质与职能； 3旅行社的基本业务和类型； 4旅行社企业调研成果展示	1.说出旅行社的概念、特点及其在旅游业中的作用，能够分析旅行社的产生背景与发展历程； 2.概括旅行社的性质与职能，能够结合实际案例说明旅行社在旅游产业链中的角色； 3.说出旅行社的基本业务（如产品设计、销售、接待等）及不同类型旅行社（如组团社、地接社等）的运营模式； 4.能够通过实地调研或资料收集，完成对某旅行社的案例分析，并展示其经营特点与市场定位。	4
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； 4旅行社的组织设计与	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。	8

		组织管理； 5旅行社申请资料填写和模拟设立旅行社。	4.能设计合理的旅行社组织结构，明确部门职能，并制定基本管理制度； 5.能规范填写旅行社设立申请材料，并能够制作 PPT 在开业说明会上讲解介绍旅行社。	
项目三	旅行社产品策划设计	1 认识旅行社产品； 2 产品需求市场调研； 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 旅行社门市的招徕； 2 旅游咨询接待； 3 旅游产品营销； 4 旅行社外联； 5 客户关系管理与服务。	1.能准确归纳旅游产品信息和特点； 2.能规范完成游客咨询应答、需求挖掘与客源转化，恪守法律法规与职业礼仪； 3.熟悉旅行社的客户管理、质量管理和营销管理；能运用 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； 4.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 旅游产品采购； 3 落实预定与变更； 4 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.能够依据客源需求合理采购交通、住宿、景区等单项旅游产品并把控采购成本与服务质量； 3.说出电话询问合作单位方法和要点，总结变更操作流程； 4.说出团队档案内容;列举档案整理方法。	16
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.描述导游操作流程;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。	6
项目七	旅行社质量管理	1 现代管理理论； 2 旅行社人力资源管理； 3旅行社导游服务质量管理； 4 旅游产品质量监控； 5 旅行社售后服务管理； 6 旅行社的财务管理。	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.评估导游服务质量，并制定相应控制与改进的方案； 4.掌握旅游产品全流程质量管控标准、风险排查要点与客人投诉处理流程，可对采购、接待、行程执行各环节开展质量监督并落实整改； 5.梳理旅行社售后服务的处理流程与技巧，制定切实可行的服务质量控制与改进措施； 6.熟悉旅行社收入、成本、应收应付核算规范及税费、预算、资金管控要点，能看懂旅行社财务报表并开展基础经营收支风险分析。	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 58.3%）			理论学时	30
			实践学时	42

五、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。

表 3 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

表 4 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	模拟旅行社运营中心实训室	计调操作	配备旅行社前台、大型 LED 视频墙、定制桌椅、教学一体机、电脑、智能中央控制系统、智能网络液晶平板电视、AR 体验区定制系统、虚拟现实体感装备、陈列展柜、远程云教学系统、旅行社门店销售管理系统、智慧旅游全景互动系统等设备设施	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。

表 5 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

《旅行社经营与管理实务》 张静岩等主编,中国铁道出版社，2022 年 08 月。

（2）参考教材

《旅行社经营与管理实务》（第二版）李志强、李玲主编,中国旅游出版社，2024 年 03 月；

《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。

（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。

六、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 50%,终结性考核为 50％；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(10%)、课堂回答问题情况(10%)、作业完成情况(5%),实践能力考核(25%)；其中实践能力考核主要考查学生案例剖析能力、应变能力、产品设计能力等。期末理论考核采用笔试方式,以闭卷形式进行,占总成绩 50%。

表 6 课程考核评价标准

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。	10%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）。	10%

	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.小组合作分析本地某一旅行社，要求分析旅行社的组织架构、经营方式、产品特色及优劣势等； 2.模拟计调岗位，接待某一组团业务，完成订单信息核对、行程确认、简单的预订沟通，填写订单记录表，确保信息无误； 3.模拟设计某一主题旅游线路。	25%
终结性考核	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。	50%

七、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，2027 年、2028 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

表 1 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**	文旅与食品技术学院
课程性质	专业必修课	**学分**	4 学分
先修课程	《旅游概论》《景区服务与管理》等	**后续课程**	《岗位实习》等
开课学期	第四学期	**学时建议**	72 学时
课程团队	学校：常新利、郭静、龚迎均 企业：李勇、易繁	**课程负责人**	常新利
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	**制（修）订时间**	2026 年 04 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》《景区服务与管理》等先修课程为本课程学习打下了知识基础,本课程学习为《岗位实习》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，学生能够具备旅游形象策划、旅游产品策划、旅游景区项目策划、旅游节事活动策划和旅游数字营销策划等能力，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）养成严谨务实、诚实守信的职业素养，具备文旅项目策划中的伦理意识与大局观；

（2）培养创新思维，能够突破传统策划模式，形成批判性思考与创造性解决问题的意识；

（3）主动学习并运用 AI 工具提升策划效率与创意水平，形成适应文旅行业数字化发展趋势的终身学习意识；

（4）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、旅游景区项目、旅游节事活动、旅游数字营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)了解旅游景区项目的类型划分,掌握景区项目策划的技术方法与运作逻辑，理解不同类型景区项目的策划侧重点；

（7)归纳旅游节事活动策划流程及原则，分析并归纳我国旅游节事活动运作模式；

（8）了解 AI 工具（如豆包、可画、Deepseek 等）在旅游策划各环节的应用场景与基础操作方法，理解 AI 技术对旅游策划创意生成、方案优化、效率提升的赋能逻辑。

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）能够运用携程旅游、可画、豆包等 AI 工具，结合资源条件、市场需求与竞争环境，完成旅游线路、旅游商品等产品的创意筛选、概念模型构建与策划方案撰写，并进行综合评价；

（3）能够创作某旅游地宣传口号并设计形象 logo，合作完成某旅游地/企业形象策划案；

（4）能够区分不同类型的旅游景区项目，运用 Deepseek、豆包等 AI 工具收集分析项目资料，撰写结构完整、逻辑清晰的景区项目策划方案；

（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）能够综合运用所学理论、方法与 AI 工具，完成从旅游形象、产品、景区、节事到数字营销的全流程策划项目，形成规范的策划文本与成果展示，具备独立或团队开展旅游策划项目的实操能力。

四、课程教学内容与设计

表 2 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.旅游策划的特征及分类； 2.旅游策划的原则与程序； 3.旅游策划市场调研； 4.旅游策划的创新技巧及方法。	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； 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.掌握旅游策划前期市场调研的基本方法，旅游策划的程序与技巧； 5.通过案例分析归纳旅游策划的创新技巧及方法。	6
项目二	旅游形象策划	1.认识旅游形象策划； 2.旅游地形象策划（调查与感知、设计与定位）； 3.旅游企业形象策划； 4.旅游地/企业实地调查及实训。	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.搜集全国 34 个省自治区直辖市及特区的旅游宣传口号，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
项目三	AI赋能旅游产品策划	1.旅游产品策划流程； 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.运用携程旅游、可画、豆包等 AI 工具，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，进行旅游商品策划，提供旅游产品策划方案，并综合评价； 5.策划旅游线路产品、设计旅游商品。	14

项目四	AI赋能景区项目策划	1.认识旅游景区项目策划 2.旅游景区项目策划的技术方法与案例分析 3.旅游景区项目策划实训：确定策划主题、撰写策划文案、实施策划方案；	1.能够区分景区项目类型； 2.能够撰写景区项目策划文案，熟悉包含的主要内容； 3.能够运用 Deepseek、豆包等 AI 工具撰写景区项目策划方案。	8
项目五	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.结合以往案例策划湖南省旅游节、5.19 中国旅游日活动，注意成本控制、活动跟进、风险管控等。	16
项目六	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
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 61.1%）			理论学时	28
			实践学时	44

五、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

本课程运用人工智能，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、案例教学法和合作学习法等方法，优化教学过程，提高教学质量和效率。

（1）任务驱动法：以课程六大项目为基础，设计分层递进的任务链（基础任务→进阶任务→综合任务），如项目二设置 “家乡旅游地形象诊断” 基础任务，项目三设置 “AI 辅助旅游产品策划” 进阶任务，项目六设置 “全流程数字营销策划” 综合任务，引导学生在完成任务的过程中主动构建知识体系。

（2）案例教学法：构建“经典案例+本土案例+前沿案例”三维案例库，经典案例讲解理论方法，本土案例（如岳阳旅游形象、洞庭湖度假区）强化地域适配性，前沿案例（AI 赋能文旅项目）拓展行业视野，结合案例分析、小组辩论、方案重构等形式深化理解。

（3）合作学习法：通过小组合作学习从前期调研到方案落地的全流程策划，培养团队协作与项目管理能力，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。

（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。

表 3 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

表 4 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	数字营销策划实训室	旅游产品营销与活动策划实训	计算机、服务器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、投影仪、幕布、交互式电子白板、直播灯光设备、手机（平板、电脑）、辅助直播支架、无线麦克风、虚拟背景幕、商品陈列架、大屏显示器、摄像机、多媒体技术处理软件。	50
2	模拟旅行社运营中心实训室	线路策划、产品策划等实训	配备旅行社前台、大型 LED 视频墙、定制桌椅、教学一体机、电脑、智能中央控制系统、智能网络液晶平板电视、AR 体验区定制系统、虚拟现实体感装备、陈列展柜、远程云教学系统、旅行社门店销售管理系统、智慧旅游全景互动系统等设备设施。	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。

表 5 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	岳阳楼君山岛旅游区	景区运营、景区营销等实训；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	岳阳龙山文化旅游发展有限公司	景区运营、景区营销、旅游策划与产品设计	业务有旅游景区规划设计、开发、管理；国内旅游招徕、组织、接待业务；文旅活动的策划和组	50 人以上

		等实训。	织；研学旅行策划与组织；文化艺术交流活动的组织；游乐园、城市公园管理。	
3	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
4	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。

（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。

六、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50%，终结性考核占50%。形成性考核由出勤纪律情况(10%)、课堂活动参与情况(10%)、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50%。其具体考核标准如下：

表6 课程考核评价标准

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。	10%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）。	10%
	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.小组合作为某旅游目的地或某旅游企业策划宣传口号和LOGO ； 2.小组合作策划完成一条3日游红色/美食等主题旅游线路； 3.小组合作为某景区策划节庆活动方案。	25%
终结性考核	期末考核	校企互评	某类旅游策划方案。	50%

七、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，2027年、2028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

表 1 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	文旅与食品技术学院
课程性质	专业必修课	学分	4 学分
先修课程	《旅游概论》《景区服务与管理》《旅行社经营与管理》等	后续课程	《岗位实习》等
开课学期	第四学期	学时建议	72 学时
课程团队	学校：余汶洁、龚迎均 企业：黄武	课程负责人	常新利
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	制（修）订时间	2026 年 04 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》《景区服务与管理》《旅行社经营与管理》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《岗位实习》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及人工智能技术在旅游企业中的多元化应用，掌握将电子商务与 AI 工具融入旅游业务运营的基本能力；

（2）能够借助课程内容与教学要求，完成旅游电子商务网站的出行预定操作，并能运用 AI 分析工具对比评估当前中国主要旅游电商平台的业务类型、发展模式及其智能化水平；

（3）能灵活运用大数据技术、人工智能技术和虚拟现实技术，掌握其在旅游电子商务中的实操技巧；

（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，并了解 AI 在支付风控、反欺诈监测中的基本应用逻辑；

（5）能够充分认识智慧旅游的功能体系，并能运用 AI 技术辅助旅游行业产品开发与运营决策，进而灵活掌握电子商务及 AI 工具在不同类型旅游企业平台中的运营操作技巧。

四、课程教学内容与设计

表 2 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	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.主流商业模式分析。	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； 5.掌握旅游电子商务商业运营模式，旅游产品在线更新维护。	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； 5.旅游电子商务的信息搜索与筛选。	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； 4.熟练运用各类旅游信息检索工具精准查找信息，完成信息甄别、筛选与整理，支撑旅游产品策划与线上服务。	8
项目三	旅游电子商务网络技术与AI应用	1.计算机网络技术与应用； 2.互联网技术与应用； 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。 5.使用 AI 工具辅助旅游信息查询与基础服务设计； 6.旅游电子商务网站诊断分析； 7.旅游电子商务网站建设与维护。	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； 5.熟悉旅游电子商务网络技术基础； 6.了解旅游电子商务体系，旅游电子商务网站建设与维护。	16
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； 7.安全支付系统使用与维护。	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； 7.熟悉旅游电子商务安全与支付系统。	8
项目五	旅游新媒体营销与AI内容生成	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	14

			个旅游微视频、旅游 H5，并进行汇报。	
项目六	智慧旅游运营管理与AI决策	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，结合 AI 技术，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。

表 3 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

表 4 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	数字营销策划实训室	旅游产品营销与活动策划、旅游线路设计、旅游新媒体营销。	计算机、服务器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、投影仪、幕布、交互式电子白板、直播灯光设备、手机（平板、电脑）、辅助直播支架、无线麦克风、虚拟背景幕、商品陈列架、大屏显示器、摄像机、多媒体技术处理软件。	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。

表 5 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

《旅游电子商务教程（数字教材）》，郭盛晖、余艳主编，北京理工大学出版社，2024 年 5 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（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。

（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;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/。

六、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 50%，终结性考核占 50%。形成性考核由出勤纪律情况(10%)、课堂活动参与情况(10%)、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 50%。

其具体考核标准如下：

表 6 课程考核评价标准

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。	10%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）。	10%
	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.小组合作 90 分钟内模拟旅游电商平台（如飞猪、携程简易后台），完成 1 款旅游产品的上架操作，包含产品标题撰写、详情页编辑（含图文搭配说明）、价格设置、库存录入； 2.针对某公司旅游产品，撰写推广文案（朋	25%

			友圈短文案或小红书种草文案），突出实用性和吸引力，适配对应平台调性，字数符合平台常规要求（朋友圈 50-80 字，小红书 300-500 字）。 3.小组合作模拟旅游电商客服场景，处理 3 笔不同类型订单（正常下单、订单修改、订单取消），完成订单信息核对、状态更新；同时回复 2 条客户咨询（如产品行程细节、退款政策），要求语气亲切、信息准确。	
终结性考核	期末考核	校企互评	完成一份旅游产品在某平台的上架方案	50%

七、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，2027 年、2028 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。

《客户关系管理》课程标准

一、课程基本信息

表 1 课程基本信息

课程名称	客户关系管理	课程代码	2505208
课程类型	专业核心课程	开设院部	文旅与食品技术学院
课程性质	专业必修课	学分	4 学分
先修课程	《旅行社经营与管理》《景区服务与管理》《酒店经营与管理》	后续课程	《岗位实习》等
开课学期	第四学期	学时建议	72 学时
课程团队	学校：龚琼、常新利 企业：王慧、舒娟娟	课程负责人	常新利
适用专业对象	旅游管理专业三年制高职学生	制（修）订时间	2026 年 04 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《客户关系管理》课程培养目标的要求制定。《客户关系管理》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。本课程是构成专业核心能力——旅游服务企业客户管理技能的重要组成部分。开设在《旅行社经营与管理》《景区服务与管理》《酒店经营与管理》等课程后，为《岗位实习》等后续课程的学习奠定基础，旨在培养学生在旅游服务场景中运用客户关系管理理论与方法解决实际问题的能力。

三、课程教学目标

（一）总体目标

《客户关系管理》为旅游管理专业的核心课程，通过本课程学习，使学生系统掌握旅游行业客户关系管理的基础理论、核心技术和操作流程，具备旅游企业客户信息管理、需求分析、沟通服务、投诉处理及忠诚度维护等核心能力，能够在旅游企业一线岗位中有效运用客户关系管理策略提升客户满意度和忠诚度，为旅游企业客户资源的开发与维护提供专业支持，培养适应旅游行业发展需求的高素质技术技能型客户管理人才。

（二）具体目标

1. 素质目标

（1）具备良好的沟通能力和团队协作精神，能够与客户及同事进行高效交流与合作；

（2）树立以客户为中心的服务理念，培养主动服务意识和职业责任感；

（3）养成严谨细致、耐心负责的工作态度，能够妥善处理客户问题和突发情况；

（4）增强创新思维和应变能力，能够在客户关系管理工作中灵活运用新方法、新手段；

（5）培养遵纪守法、诚实守信的职业操守，维护旅游企业良好客户形象和声誉。

2.知识目标

（1）理解客户关系管理的基本概念、内涵及在旅游行业中的重要作用；

（2）掌握酒店、景区、旅行社客户信息收集、整理、分析与管理的基本方法和工具；

（3）熟悉酒店、景区、旅行社旅游客户需求分析的理论和技巧，能够识别不同类型客户的需求特点；

（4）了解酒店接待服务、景区接待服务、旅行社接待服务中客户沟通的基本原理和策略，掌握旅游服务场景中客户沟通的技巧和规范；

（5）掌握酒店服务质量管理、景区服务质量管理、旅行社服务质量管理中客户投诉处理的流程和方法，了解客户忠诚度管理的策略和措施；

（6）熟悉客户关系管理相关的法律法规和行业规范。

3.能力目标

（1）能运用多种渠道收集和整理客户信息，并建立客户档案数据库；

（2）能运用数据分析工具对酒店、景区、旅行社客户信息进行分析，识别客户价值和需求特征；

（3）能根据酒店、景区、旅行社客户需求设计个性化的沟通方案和服务策略；

（4）能熟练运用电话、邮件、社交媒体等渠道与酒店、景区、旅行社客户进行有效沟通，解答客户疑问；

（5）能按照规范流程处理客户投诉，及时化解客户不满，提升客户满意度；

（6）能制定酒店、景区、旅行社客户忠诚度提升计划，通过客户关怀、增值服务等手段提高客户复购率和推荐率；

（7）能使用常用的客户关系管理软件（如 CRM 系统）进行客户管理操作。

四、课程教学内容与设计

表 2 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	客户关系管理导论	1.客户关系管理的产生与发展； 2.客户生命周期与价值理论； 3.旅游行业客户关系管理的核心思路（获取-维系-挽回）； 4.旅行社客户分层管理模式解析。	1.能说出客户关系管理的核心目标是提升客户终身价值； 2.能区分旅游企业客户关系管理与其他行业的差异； 3.能分析酒店、景区、旅行社旅游企业客户关系管理的核心痛点（客户分散、需求多样）； 4.能识别旅行社、酒店、景区客户关系管理的关键场景。	4
项目二	客户选择与开发	1.“好客户” 的评价标准（盈利性、成长性、信用度）； 2.目标客户筛选流程(市场细分→价值评估→策略制定）； 3.营销导向开发策略（内容营销、社群运营、异业合作）； 4.推销导向开发策略（电话营销、陌生拜访、客户转介绍）； 5.模拟实战:旅游企业目标客户开发路演。	1.能运用 CLV 公式计算客户价值并排序； 2.能设计包含定量/定性指标的《目标客户筛选清单》； 3.能撰写《旅游产品目标客户开发方案》，包含渠道选择与话术设计； 4.能分组完成模拟客户开发实战，现场演示客户邀约技巧。	12
项目三	客户信息管理	1.客户信息的维度（基本信息、消费行为、偏好需求、投诉记录）； 2.信息收集渠道(官网注册、客服对话、消费小票、社交媒体）； 3.数据库管理:Excel 数据透视表操作与 CRM 系统基础功能； 4.客户信息安全规范（数据加密、权限分级、合规使用）； 5.实训任务：客户信息分析报告撰写。	1.能设计符合旅游企业需求的《客户信息采集表》； 2.能在 CRM 系统中录入客户信息并设置分类标签； 3.能运用数据透视表分析客户消费频率、客单价等核心指标； 4.能识别客户信息管理中的法律风险并提出防范措施。	12
项目四	客户分级与沟通	1.客户分级的必要性（资源优化、服务精准化）； 2.RFM 模型应用:最近消费、消费频率、消费金额计算； 3.各级客户管理策略(关键客户定制服务、潜力客户培育计划）； 4.沟通渠道选择(电话/邮件/微信/APP 推送）与话术设计； 5.投诉处理全流程：受理-调查-解决-反馈-存档； 6.角色扮演：客户投诉处理模拟（酒店预订纠纷、景区服务失误）。	1.能运用 RFM 模型客户数据进行分级标注； 2.能为不同级别客户设计差异化沟通方案（如关键客户专属福利推送）； 3.能按照"倾听-共情-解决"流程处理模拟投诉并进行话术考核； 4.能制作《客户投诉处理台账》，记录投诉详情及处理结果。	12
项目五	客户满意与忠诚	1.客户满意的影响因素（产品质量、服务效率、互动体验）； 2.满意度调研方法:NPS 净推荐值、CSI 客户满意度指数； 3.客户忠诚的层级（认知忠诚-情感忠诚 - 行为忠诚）； 4.忠诚计划设计：会员等级体系、积分兑换规则、专属权益； 5.案例剖析:航空公司里程计划与酒店会员体系对比；	1.能设计针对酒店、景区、旅行社客户，包含 NPS 问题的《旅游客户满意度调查问卷》； 2.能为旅游企业设计三级会员体系并明确准入条件； 3.能制定《客户生命周期价值提升方案》，包含具体策略； 4.能分析不同忠诚计划的成本收益比（如积分成本占营收比例）。	12

		6.小组任务：某景区会员体系方案设计。		
项目六	客户关系挽救	1.客户流失预警指标（消费频率下降、咨询量减少、投诉增多）； 2.流失客户分类(自然流失、竞争流失、过失流失）； 3.挽回策略制定(价格优惠、服务补偿、情感维系）； 4.挽回效果评估（挽回率、复购率、客户生命周期价值）； 5.方案展示:流失客户挽回方案设计与答辩。	1.能建立酒店、景区、旅行社《旅游客户流失预警指标体系》； 2.能针对不同类型流失客户设计差异化挽回方案（如竞争流失客户竞品对比话术）； 3.能运用 Excel 计算客户挽回成本与收益并评估方案可行性。	10
项目七	客户关系管理技术应用	1.CRM 系统功能模块：销售自动化、服务自动化、营销自动化； 2.大数据技术：客户画像构建、需求预测、精准营销； 3.人工智能工具：智能客服机器人、聊天机器人、情感分析； 4.呼叫中心运营：工单系统操作、通话记录分析、服务质量监控； 5.实操训练:CRM 系统数据录入与报表生成。	1.能说出主流 CRM 系统的 3 个核心功能模块及旅游企业应用场景； 2.能使用智能客服工具完成常见问题的自动应答设置； 3.能在模拟呼叫中心环境中处理客户咨询电话并生成服务报告。	10
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 28%）			理论学时	52
			实践学时	20

五、课程教学实施建议

（一）组织实施建议

1.教学手段

教学手段采用 "线上+线下混合式"教学模式，整合微课、慕课、SPOC 等数字化教学资源，构建"互联网+课堂"的互动平台，通过师生实时答疑、生生协作讨论提升学生参与度。以职业能力培养为核心，基于旅游行业客户管理的典型工作过程，将课程内容转化为"客户信息采集与分析""客户沟通策略设计""客户投诉处理""客户忠诚度管理"等具体工作项目，参照旅游企业客户管理岗位操作规程和职业技能等级证书（如客户服务管理师）要求组织教学。推行"做中学、学中做"的行动导向教学，通过创设真实工作情境，引导学生在完成具体项目任务中掌握客户关系管理的核心技能，培养自主学习与团队协作能力。

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

依托校企合作基地，组织学生到旅行社客户服务中心、景区游客中心、酒店前厅部等一线岗位，观察客户管理流程，参与客户接待、投诉处理等实操工作，由企业导师现场讲解岗位规范与实战技巧，增强学生对客户管理工作的直观认知。

（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。

表 3 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

表 4 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	模拟旅行社运营中心 实训室	计调操作 旅游策划	配备旅行社前台、大型 LED 视频墙、定制桌椅、教学一体机、电脑、智能中央控制系统、智能网络液晶平板电视、AR 体验区定制系统、虚拟现实体感装备、陈列展柜、远程云教学系统、旅行社门店销售管理系统、智慧旅游全景互动系统等设备设施	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 5 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	岳阳康辉国际旅行社有限公司	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
3	“守护好一江碧水首倡地”展陈馆	景区运营与服务、景点讲解、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。	岳阳首个生态文明建设展陈馆；紧靠长江岸线马拉松赛道，建筑面积 4800 平方米。	20 人
4	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

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供客户管理相关核心岗位（客户服务专员、客户关系主管、会员运营专员），可接纳一定规模的学生实习；配备校企双导师共同指导实习过程，企业导师负责岗位技能培训与工作任务分配，校内导师跟踪学生实习表现并协调解决问题； 建立实习生管理规章制度，保障学生实习期间的工作、学习与生活条件，购买实习责任险，确保实习安全。

5.课程资源

（1）推荐教材

《客户关系管理》李海芹主编，北京大学出版社，2023 年 02 月。

（2）参考教材

《客户关系管理（第 2 版）》左春雨、丁建石主编，中国人民大学出版社，2021 年 01 月；

《客户关系管理——客户关系的建立与维护(第 5 版),苏朝晖主编，清华大学出版社，2021 年 05 月。

（3）教学网站

《客户关系管理实务》，开课平台：中国大学 MOOC，主讲教师：钱丽萍。网址：https://www.icourse163.org/course/CQU-1002531006?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_。

《客户关系管理》，开课平台：中国大学 MOOC，主讲教师：张柯，崔小俊。网址：https://www.icourse163.org/course/ZZJM-1206691844?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_。

（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。

六、课程考核标准

《客户关系管理》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 50%，终结性考核占 50%。形成性考核由出勤纪律情况(10%)、课堂活动参与情况(10%)、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，考查旅游企业客户管理方案策划与实施的能力。终结性考核即期末考核，占总成绩 50%。其具体考核标准如下：

表 6 课程考核评价标准

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。	10%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）。	10%
	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%
	实训项目成果 综合实践考核	教师 学生互评 学生自评	1.模拟 3 分钟内完成处理某旅游团桂林三日游的投诉； 2.小组合作 90 分钟内制作一份旅游景区客户满意度调查问卷； 3.小组合作策划一份旅行社维系老客户的方案。	25%
终结性考核	笔试：理论考核知识，对本课程所学内容进行综合考核。其中:客户关系管理基础理论知识、原理、方法占 60%，分析、评价等题占 40%。	教师	闭卷笔试，考查客户关系管理基础理论、方法工具与行业规范，卷面 100 分制。	50%

七、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，2027 年、2028 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

依据《关于启动〈职业教育专业简介〉和〈职业教育专业教学标准〉修（制）订工作的通知》（教职成司函〔2021〕34 号） 规定，为精准把握旅游管理专业人才需求状况，明确旅游管理专业岗位群，通过典型工作任务凝练和素质、知识、能力分析，精准定位旅游管理专业人才培养目标，为我校 2026 级旅游管理专业人才培养方案的制定提供依据和基础。

紧密对接湖南省“4×4”现代化产业体系中的文化旅游优势产业，贯彻落实岳阳市委市政府《关于加快建设“1+3+X”现代化产业体系的实施意见》（岳发〔2024〕6 号）精神，聚焦文体商旅、文化创意、康养生态等领域，我校旅游管理专业调研组于 2025 年 11 月至 2026 年 3 月，围绕文旅产业人才需求现状、竞争态势与发展趋势以及教学改革等主题开展了精准调研。调研组采用线上网络调研、线下实地走访及座谈等形式，调研对象分为三类：第一类为行业企业及相关管理单位 28 家；第二类为开设旅游管理专业的高职院校，其中省外 5 所标杆院校，省内 10 所办学时间较长且具有一定影响力的高职院校；第三类为本校旅游管理专业学生，涵盖 2023 届至 2025 届毕业生以及 2023 级至 2025 级在校生。在扎实调研的基础上，经研制组专家充分研讨，形成了调研成果与报告。该报告力求通过调研分析，对接文旅产业职业岗位群，归纳提炼典型工作任务，为旅游管理专业人才培养方案的制定提供根本遵循，助力岳阳及区域文旅产业高质量发展。

一、调研基本情况

（一）调研目的

我校旅游管理专业秉持“服务地方社会经济发展，对接国家及区域发展战略特色，培养精准对岗就业人才”的理念，通过及时跟踪专业发展前景与行业发展动态，系统调研市场对文旅人才的需求状况、行业企业对人才能力、知识及素质的具体要求，以及毕业生主要就业岗位及其变化规律，从而精准确定本专业的人才培养规格与要求，为科学制定人才培养方案提供有力依据。

（二）调研对象及内容

1.行业企业及相关管理单位

分布在湖南区域及以往校企合作的省外企业，共 28 家企事业单位参与了本次调研，主要类型分别是旅游综合性企业、旅游景区、旅行社、在线 OTA、行政管理机构和行业协会等。他们具体是：湖南文体旅产业集团及旗下子公司韶旅集团、华天集团、湖南省中旅国际文化旅游集团、张家界武陵源风景名胜区、岳阳楼景区、君山岛景区、洞庭湖国家级旅游度假区、守护好一江碧水展陈馆、洞庭湖博物馆、张谷英景区、汨罗屈子文化园、平江幕阜山景区、湖南海外旅行社岳阳分公司、岳阳康辉国际旅行社、岳阳摩登国际旅行社、岳阳宝中旅游国际旅行社、岳阳途牛门店、岳阳飞猪门店、联联周边游等 20 家企业；以往校企合作的省外企业上海迪士尼度假区和珠海长隆旅游度假区 2 家；湖南省文旅厅导管中心、长沙市导游协会和岳阳市文旅广电局、岳阳市旅游协会、岳阳市旅游协会旅行社协会和岳阳市导游协会等 5 家。

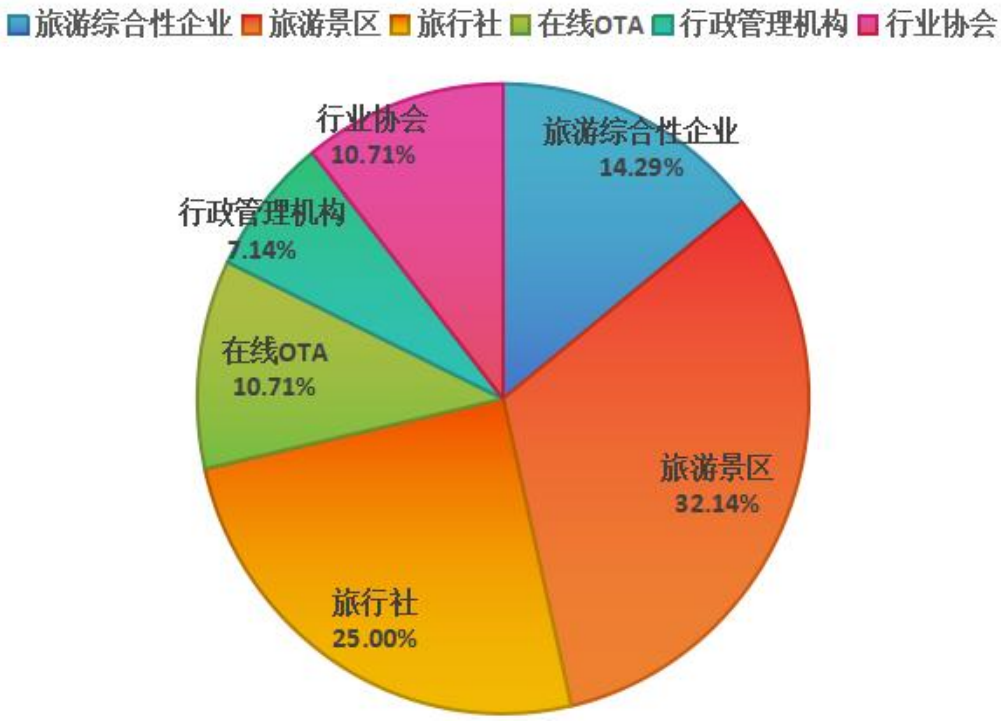


图 1 企业类型分布图

调研内容主要通过了解行业发展现状及发展趋势、岗位设置、岗位要求、人员结构及人才需求情况，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，初步确定本专业的人才培养岗位和毕业生就业方向；并在教学资源

建设、课程建设、实习实训对接、技术人员培训等方面进行沟通与探讨。

2. 院校调研

调研省外 5 所标杆院校，具体是：上海旅游高等专科学校、浙江旅游职业学院、山东旅游职业学院、南京旅游职业学院和重庆旅游职业学院；同时省内旅游管理专业开设较久且有一定影响的 10 所高职学院参与调研，具体是长沙商贸旅游职业技术学院、湖南商务职业技术学院、湖南网络工程职业学院、湖南工程职业技术学院、长沙民政职业技术学院、长沙职业技术学院、岳阳职业技术学院、怀化职业技术学院、郴州职业技术学院、湘西民族职业学院等。

调研内容主要是了解各校旅游类相关专业设置、旅游管理专业招生规模、人才培养方案制定、课程设置、职业资格证书获取情况、实习实训条件、师资队伍和校企合作等情况。

表 1 参与调研的院校名单

序号	省份	学校名称
1	上海	上海旅游高等专科学校
2	浙江	浙江旅游职业学院
3	山东	山东旅游职业学院
4	江苏	南京旅游职业学院
5	重庆	重庆旅游职业学院
6	湖南	长沙商贸旅游职业技术学院
7		湖南商务职业技术学院
8		湖南网络工程职业学院
9		湖南工程职业技术学院
10		长沙民政职业技术学院
11		长沙职业技术学院
12		岳阳职业技术学院
13		怀化职业技术学院
14		郴州职业技术学院

15		湘西民族职业学院

3.在校生学情调研

本次调研通过问卷调查、现场座谈和访谈等方式，对2023级-2025级旅游管理专业373名在校学生进行调研，了解学生对本专业的认识及了解程度、课程设置建议、教师教学情况、实习实训环节的意见及建议等。

4.毕业生跟踪调研

通过问卷调查和电话访谈等方式，对2023届-2025届旅游管理专业学生进行调研。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；调查了解毕业生对本专业教学效果的评价，对以往的课程设置、实习实训安排、导游资格证及1+X证书等考证意见。

（三）调研分组

为扎实推进调研工作，本研制组共划分了四个调研工作组，分别是行业企业调研组、职业院校调研组、毕业生调研组和在校生调研组。各小组由专家和秘书组成员组成并承担相关调研任务（见表2）。

表2 调研分工表

总负责：刘瑞蕾			
组别	**组长**	**成员**	**秘书**
行业企业调研组	刘瑞蕾	常新利、郭静、龚琼、龚迎均、徐蕾	郑卉、肖雅仪
职业院校调研组	谢羽萌	李辉、龚迎均、余汶洁	郑卉、肖雅仪
毕业生调研组	常新利	余汶洁、徐蕾、周丹宁	郑卉、肖雅仪
在校生调研组	龚迎均	龚琼、白扬易	郑卉、肖雅仪

（四）调研方式

第一，行业研究论文和相关政策调研主要采用文献检索调研方式展开；

第二， 以现场走访、座谈访谈、问卷调查、电话、网络交流等方式对行业企业、行业协会、行政管理机构和兄弟院校调研，收集整理并分析相关信息资源；

第三，以现场座谈、访谈、问卷调查和电话微信等方式对在校生和毕

业生进行调研；

针对同一类型的调研对象，调研兼顾不同地域、不同发展水平，力求调研真实全面，最终通过分析、提炼和总结研究内容，撰写调研报告。



图 2 部分调研现场照片

（五）调研计划及实施

本次调研时间为 2025 年 11 月至 2026 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。

2025 年 11 月 1 日-11 月 15 日，小组开会讨论计划，设计问卷、搜索政策、研究成果、相关论文等。

2025 年 11 月 16 日-2026 年 1 月 27 日，系统调研国家、省、市出台的

有关文旅方面的重要政策，重点调研相关职业教育评价机构发布的相关研究成果，部分调研相关专家发表的相关论文成果；对行业企业、职业院校、毕业生和在校生展开调研。

2026 年 1 月 28 日-2026 年 2 月 7 日，秘书组汇总电子问卷数据，调研组撰写旅游管理专业人才培养调研报告初稿，并发送专家审阅。

2026 年 2 月 10 日，召开专家论证报告会。

2026 年 2 月 11 日-2 月 20 日，二轮补充调研，修改和定稿调研报告。

2026 年 2 月 21 日-2 月 28 日，再次修改、专家论证。

2026 年 3 月 1 日-3 月 10 日，修改、定稿调研报告。

二、调研结果分析

（一）岳阳及省内文旅产业发展分析

1.湖南聚焦“文化旅游”，“文旅+”跨界融合发展成为必然。

文化旅游作为湖南“4×4”现代化产业体系的四大优势产业之一，2025 年湖南文旅产业实现高质量转型。全年接待游客 8.19 亿人次，实现旅游总收入 11576.3 亿元，同比分别增长 10.56%和 9.02%。湖南以文化和旅游融合、文旅与科技融合的两道“融合命题”为主线，以政策为引领、项目为抓手、消费为驱动、科技为赋能，全域推进文旅深度融合与跨界发展。马栏山视频文创园集聚企业 4300 多家，成为“中国 V 谷”；推出的“又湘游”智慧文旅平台整合景区 619 家、酒店 2.3 万家，注册用户 703 万；首创“湘超”足球联赛，全年 120 多场比赛，带动主场城市游客 6688 万人次，直接消费 136.79 亿元，打造“观赛+旅游+美食+购物”全链条消费场景.....湖南省扎实推进文化强省、旅游强省和世界旅游目的地建设，政策红利吸引众多国内外游客。

2.岳阳“1+3+X”现代产业体系布局,优势产业文体旅游数字化、体验化、场景化趋势明显。

2025 年岳阳文旅在“1+3+X”现代产业布局下蓬勃发展。全市接待游客 8385.72 万人次、实现旅游总花费 883.77 亿元,同比分别增长 13.19%和 12%;入境游客人次和游客总花费同比分别增长 25.86%和 17.6%；“岳阳旅游”百度搜索指数增长 252%，年轻客群占比提升至 64%（2024 年为 38%），实

现游客量、消费额与品牌影响力的三重突破。岳阳聚焦业态升级，着力推动“文旅+演艺”深度融合，提升文旅体验感；积极培育具有科技感、时尚范的新业态、新场景，打造全省首个线下AI数字人导览系统；做强节赛IP，推动节赛流量变消费增量，高质量承办省旅发大会“3+5”系列活动以及岳阳国际马拉松、汨罗江国际龙舟赛、“岳阳楼日”等节赛活动，累计吸引观众超12万人次，拉动消费约80亿元。在业态升级发展过程中，数字化、体验化、场景化趋势明显。

3.本专业面向的国民经济分类与职业类别

通过《国民经济行业分类和代码》《中华人民共和国职业分类大典（2022版）》等相关文件分析，旅游管理专业属于旅游大类专业，对应的行业主要为旅行社及相关服务、游览景区管理、游乐园和休闲观光活动场所，主要职业类别为旅游及公共游览场所服务人员，即导游、领队、计调、咨询员等等。但随着数字经济时代的到来，全媒体营销师也逐渐进入旅游行业，直播销售员、视频创推员成为旅游业新宠。

4.专业对应技术或商业业态的变化情况

随着数字经济的深度渗透、消费需求的迭代升级以及国家政策的引导支持，旅游行业正经历全方位的变革，这种变革直接驱动旅游管理专业对应的核心技术与商业业态发生系统性重构。智慧化技术包括物联网、大数据、视频智能分析等，实现对景区、酒店、交通等旅游要素的精准管理，重构旅游服务与管理全流程；数字技术，如AIGC可快速生成旅游营销文案、宣传视频，线上预约、线上核销、线上直播带货等成为常态，这些催生了新型旅游服务模式。数字化文旅人才需求极大。

在商业业态方面，传统旅游商业业态以“门票经济”为核心，聚焦景点观光、酒店住宿、餐饮接待等单一服务，而当前已全面转向“体验经济”“内容经济”。同时文旅业态融合趋势明显，“文旅+体育”，“文旅+康养”，“文旅+文创+餐饮”，“文旅+乡村”等等，这些融合业态要求旅游管理专业学生具备跨领域整合、多元业态运营的综合能力。

（二）行业企业及相关管理机构调研分析

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旅游综合性企业、旅游景区、旅行社、在线 OTA、行业协会和行政管理机构等，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、行业管理科科长等访谈，以“构建与岗位工作任务紧密关联的专业课程”为要求，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，各岗位能力和素质和要求，当前高职旅游人才培养中存在的问题及建议等。

2. 调研企业的各岗位人员需求分析

通过实地调研情况来看，各企业员工学历层次大多为高职（大专），其次为本科及以上。企业提供的岗位较多，如数字化运营、产品开发、活动策划、导游、景区商业服务，岗位能力要求也越来越精细化，专业化。如几乎全部旅行社和景区都希望有能直接上岗的旅游直播带货人员；有能运用抖音、小红书等进行营销宣传的员工；某些入境旅游业务的旅行社希望能有外语类人才，同时还能有维护客户关系的人员等等。通过问卷调研发现，企业急需的岗位人员主要有直播带货人员，新媒体营销人员、旅游产品开发设计人员、导游/讲解员、旅游策划人员、旅游接待人员旅游内容创作人员等。同时，较为特殊的是，旅游外语类人才也出现在紧缺的范围内，具体比例如图所示。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。

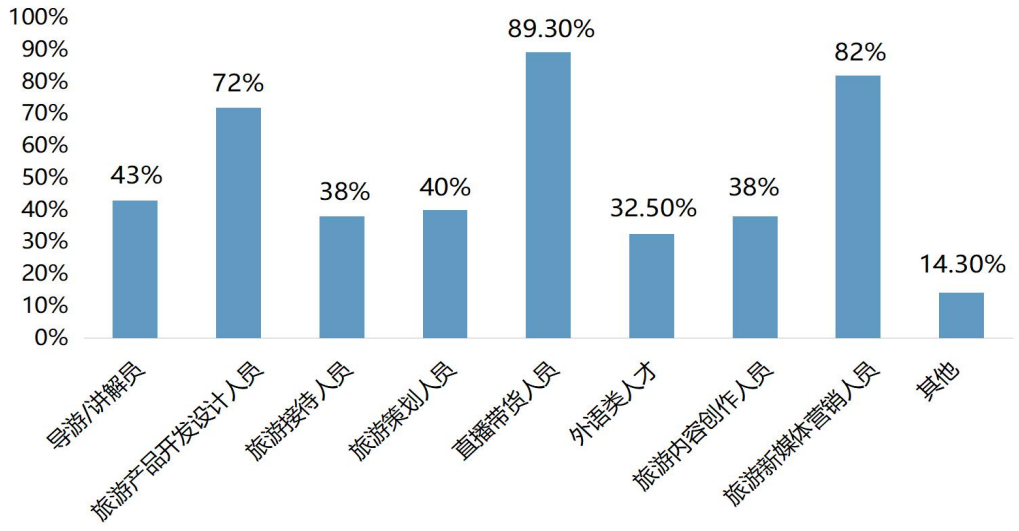


图 3 企业各岗位人员需求情况

3.旅游企业各岗位典型工作任务分析

在对企业基本情况及岗位需求调研之后，我们再次针对企业需求量大的岗位要求进行了调研。我们先将企业岗位人员需求情况进行了归类，将需求较多的岗位主要归为 4 大类：直播带货人员、旅游内容创作人员和旅游新媒体营销人员，统一归类为旅游数字营销岗位；旅游产品开发设计人员、旅游策划人员，归类为旅游产品策划岗位；导游/讲解员和外语类人才（因其主要由旅行社导游部提出），归为导游岗位；旅游接待人员和其他我们统一归为旅游咨询类岗位。对此，我们又通过与企业方座谈、访谈和问卷调查等方式，对四大岗位的典型工作任务进行梳理，具体如下表。

表 4 各岗位典型工作任务及描述

序号	职业岗位	典型工作任务	典型工作任务描述
1	旅游数字营销	1.多平台账号内容运营	运营公众号、抖音、小红书等账号，定期发布旅游相关内容。
		2.数字广告投放与优化	执行平台广告投放,根据数据调整策略,提升转化效果。
		3.线上营销活动策划与执行	策划线上促销、话题活动，配合节假日落地执行。
		4.用户与社群运营维护	维护粉丝群、用户社群，提升用户粘性与复购率。
		5.数据监测与竞品分析	监测营销数据与竞品动态，为策略调整提供依据。
		6.渠道合作与资源对接	对接 OTA、本地生活平台，推进联合营销活动。
		7.热点与节庆营销适配	结合热点、节庆节点，策划专题营销内容与活动。
		8.内容素材制作与基础优化	制作图文、短视频素材，优化账号页面与基础 SEO。
2	旅游产品策划	1.目的地/资源调研与整合	调研目的地资源，整合交通、住宿、景点等要素。
		2.主题产品与活动策划设计	针对不同客群，设计差异化线路、套票及主题活动。
		3.成本核算与定价管理	测算产品成本,制定价格策略,兼顾利润与市场竞争力。
		4.跨部门、跨企业合作与资源协调	与酒店、车队等洽谈合作，协调资源保障产品落地。
		5.标准化文档与执行流程编写	撰写产品说明书、行程单及活动执行流程。
		6.数据与反馈驱动优化迭代	根据用户反馈与数据，持续优化产品内容与体验。
3	导游	1.讲解服务	为游客提供景点、文化知识讲解，传递地方特色。
		2.行程组织与环节衔接	统筹安排吃住行游购娱，保障行程顺畅衔接。
		3.安全管理与应急处理	处理突发事件，保障游客人身与财产安全。
		4.游客互动与现场管理	引导游客参与互动，维护游览秩序与现场安全。
		5.游客需求响应	响应游客需求，做好安抚与问题处理。
		6.信息反馈与服务优化	收集游客反馈，为产品与服务优化提供参考。
4	旅游咨询	1.客户咨询接待与需求响应	线上线下接待客户咨询，倾听并响应需求。
		2.产品与信息解答服务	为客户解答产品、票务、政策等相关问题。
		3.客户交易与流程协助	协助客户完成报名、下单等流程服务。
		4.现场接待与便民保障服务	为现场游客提供导览、设施租赁等便利服务。
		5.客户投诉处理	接收并处理客户的反馈与投诉。

最后，我们调研组再进一步与企业沟通，分析出各典型工作任务需要的核心能力，见下表。

表 5 各岗位典型工作任务职业核心能力表

序号	职业岗位	典型工作任务	职业核心能力
1	旅游数字营销	1.多平台账号内容运营	内容创作与文案撰写能力；平台运营与用户互动能力
		2.数字广告投放与优化	数据分析与解读能力；数字广告投放基础操作能力
		3.线上营销活动策划与执行	线上活动策划与执行能力；市场洞察能力与快速响应能力
		4.用户与社群运营维护	用户互动与社群维护能力；客户转化与留存意识
		5.数据监测与竞品分析	数据分析与竞品信息收集能力；市场趋势判断能力
		6.渠道合作与资源对接	团队协作与沟通能力；跨平台资源协调能力
		7.热点与节庆营销适配	热点捕捉与创意策划能力；活动节奏把控能力
		8.内容素材制作与基础优化	基础图片/视频编辑能力；基础搜索引擎知识与优化能力
2	旅游产品策划	1.目的地/资源调研与整合	目的地资源整合能力；市场调研与分析能力
		2.主题产品与活动策划设计	主题创意与差异化设计能力；目标客群需求分析能力
		3.成本核算与定价管理	成本核算与定价能力；基础财务测算能力
		4.跨部门、跨企业合作与资源协调	商务谈判与供应商管理能力；跨部门协作与资源协调能力；跨企业合作沟通能力
		5.标准化文档与执行流程编写	文档编写与表达清晰度；产品标准化梳理能力
		6.数据与反馈驱动优化迭代	用户反馈分析与应用能力；产品迭代优化能力
		7.热点营销与跨部门协同落地	市场趋势预判能力；跨部门协作与资源协调能力
3	导游	1.讲解服务	口头表达与讲解感染力；地方文化与历史知识储备能力
		2.行程组织与环节衔接	路线组织与时间控制能力；多任务协调与细节把控能力
		3.安全管理与应急处理	应急处理能力；危机管理能力
		4.游客互动与现场管理	现场秩序维护与引导能力；游客互动与沟通能力
		5.游客需求响应	服务意识与情绪管理能力；问题解决与协调能力
		6.信息反馈与服务优化	信息收集与反馈整理能力；服务优化提质能力
4	旅游咨询	1.客户咨询接待与需求响应	倾听与需求挖掘能力；文明接待与亲和服务能力
		2.产品与信息解答服务	产品知识掌握与匹配能力；问题解答清晰性与准确性
		3.客户交易与流程协助	订单系统操作能力；基础销售促成能力
		4.现场接待与便民保障服务	现场服务与主动观察能力
		5.客户投诉处理	情绪安抚与异议处理能力

4.研究分析素质、知识、能力的要求

（1）素质要求

要求从业人员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；具有健康的体魄、心理和健全的人格，具备良好的健身与卫生习惯以及良好的行为习惯；具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；具有社会责任感和社会参与意识；具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、数字素养、工匠精神、创新思维；具有自我管理能力、职业生涯规划意识，有较强集体意识和团队合作精神；具有一定的审美、人文素养和职业素养等。具备持续学习的意识与市场敏感度，能主动适应旅游行业的政策变化、市场热点与平台规则更新；同时坚守行业合规与安全底线，树立文明旅游引导与文化传播的职业使命感，维护旅游行业的职业形象与口碑。

（2）知识要求

要求从业人员掌握必要的思想政治理论、法律、外语、计算机应用等科学文化基础知识；了解智慧旅游、“人工智能”“旅游+”等旅游行业发展新理念、新趋势，熟悉旅游行业的新业态、新模式等知识；需掌握支撑多岗位工作的系统性专业知识，一方面要熟悉旅游行业的基础理论，包括旅游目的地资源分布、旅游产品类型与特点、旅游市场客群特征、行业法律法规与服务规范等；另一方面要掌握各岗位对应的专项知识，例如数字营销模块的新媒体平台运营规则、基础数据分析方法、广告投放逻辑与搜索引擎优化（SEO）知识，产品策划模块的目的地资源整合方法、成本核算与定价原理、供应商合作模式，导游模块的目的地历史文化与民俗知识、旅游安全与应急处理规范，旅游咨询模块的旅游产品政策、签证保险规则、订单操作与退改签流程知识，为岗位能力落地提供扎实的理论支撑。。

（3）能力要求

要求从业人员需具备覆盖四大核心岗位的综合职业能力，能独立完成多平台内容运营、素材制作、数字广告投放与线上营销活动策划，具备数据分析、用户社群维护与跨渠道资源对接能力；能开展目的地资源调研整合，完成主题产品与活动策划、成本核算定价、供应商协调及标准化文档编写，并能依据用户反馈与市场热点优化产品；具备优秀的口头表达与讲解能力，可统筹安排行程、妥善处理突发事件与游客投诉，做好现场秩序维护与安全保障；能高效完成客户咨询接待、产品信息解答、订单流程协助、现场便利服务与客户关系维护工作，具备良好的问题解决、情绪安抚与跨部门协作能力，可快速响应旅游行业多岗位的实际工作需求。

5.能力所对应的职业资格证书分析

通过行业企业调研发现，各类职业资格证书或职业技能等级证书在相应岗位上呈现的重要程度有所不同，具体见下表。我们在进行人才培养时，可根据需要做相应的调整。

表 6 岗位对应证书重要程度表

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、咨询各岗位	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
1+X 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
1+X 新媒体营销职业技能等级证书	营销类岗位	重要

（三）院校调研分析

1.专业设置

各院校均不是孤立开设旅游管理专业，而是围绕吃、住、行、游、购、娱等文旅要素，向文旅全产业链延伸，构建覆盖酒店、会展、研学、定制旅行、休闲服务、非遗等方向的专业群。省外标杆院校浙江旅游职业学院还开设了乡村运营微专业，上海旅游高等专科学校开设了定制旅行微专业。

2.招生规模

各校招生计划中省内生源占比极高，省外招生多为零散投放。单招成为重要渠道，但总体体量偏小，标杆院校凭借品牌优势可辐射多省份，而一般院校招生半径明显受限。且旅游类高职院校招生计划明显高于非旅游类院校。

3.人才培养

各高职学校都有制定旅游管理专业人才培养方案，其中一批主动融入地方特色、结合自身办学优势开展人才培养的院校，取得了较为显著的建设成果。省外标杆院校山东旅游职业学院率先部署旅游职业教育人工智能大模型“白泽”，以数字化转型引领专业建设；浙江旅游职业学院将校园建成 4A 级景区；上海旅游高等专科学校与携程集团共建微学院并开发定制旅行 1+X 证书；重庆旅游职业学院：实施“1+X+1”人才培养模式，以民族文化为特色。省内长沙商贸旅游职业技术学院聚焦智慧文旅与研学，打造省级人才高地；湘西民族职业学院以民族文化传承创新载体，为武陵山区培养文旅人才；怀化职业技术学院深化文旅融合，打通乡村振兴与现代商贸流通业发展；湖南工程职业技术学院打造生态文旅特色；湖南商务职业技术学院聚焦智慧景区与高端商旅服务。上述院校均凭借特色发展收获了多项荣誉与办学成效。因此，作为岳阳地方高职院校，我们更应立足地方

特色，坚持错位发展，以此培育核心竞争力，更好服务区域经济社会高质量发展。

4.课程设置

所有院校均开设导游业务、旅游法规等传统课程，但省外标杆院校已系统开设智慧旅游技术、大数据分析、自媒体运营等数字化课程。省内院校数字化课程开设比例偏低。在地方特色课程开设方面，长沙商贸旅游职业技术学院结合地域文化开发特色课程《湖湘文化与物产》《导游湖南》。

5.实习实训条件

相比较而言，各学校实习实训条件配置情况差异较大。省外标杆院校已建成国家4A级校园景区、国家级虚拟仿真实训基地、百川数字化实训中心等。省内院校普遍拥有3D模拟导游、餐饮客房等基础实训室，但高水平场景化、智能化实训条件缺乏。普通院校尤其是偏远地区的高校基础设施落后，实验室实训室建设不能满足正常的教学需求。

6.师资情况

各校双师型教师占比多在80%以上，省外标杆院校通过产业学院实现企业专家常态化教学，并鼓励教师海外研修。省内院校以省级骨干教师、“楚怡”名师为主，具有行业影响力的领军人才和具有国际视野的教师较少。且省内院校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。

7.校企合作

浙旅院、上海旅专等省外标杆院校多与携程、洲际、万豪等头部企业共建微学院或产业学院，共同开发岗位标准、系列教材及企业认证。而省内院校多停留在实习基地、订单班、访企拓岗等浅层合作。

（四）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2023届-2025届旅游管理专业毕业生的就业情况进行调查。通过对138份问卷的收集与整理，深入了解毕业生在职业选择、工资水平、行业相关性、课程满

意度及专业发展等方面的现状与需求。问卷涵盖了毕业年份、工作行业、工资水平、职业资格证的重要性、行业相关性、课程设计满意度、人才流失原因、教育教学改进建议以及职业能力提升需求等多个维度，为后续的分析和建议提供了基础数据支持。希望通过本次调研，能够为旅游管理专业的教育改革和人才培养提供有益的参考。

1.调研结果显示，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。他们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。

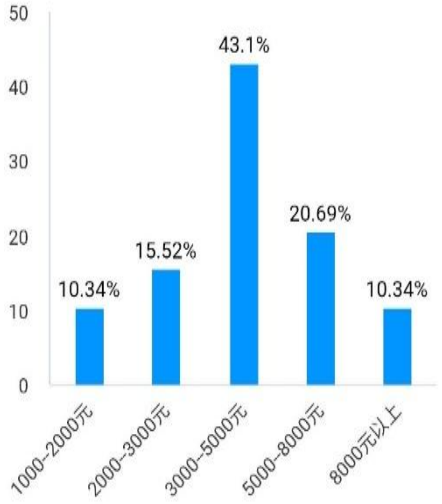


图 4 毕业生薪资调研结果

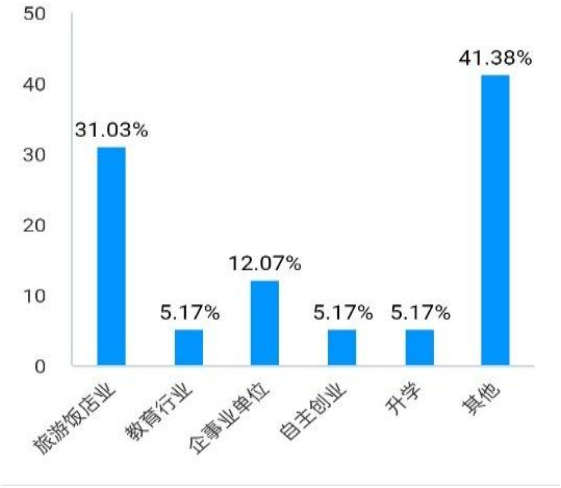


图 5 毕业生从事行业调研结果

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,但实际参与导游资格证的人数较少，且能在校期间考取导游资格证的人数更少。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。

（五）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 373 人，本次调研对大一大二大三学生进行问卷调查。问卷调查结果显示：在校生主要来源为职高单招，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。

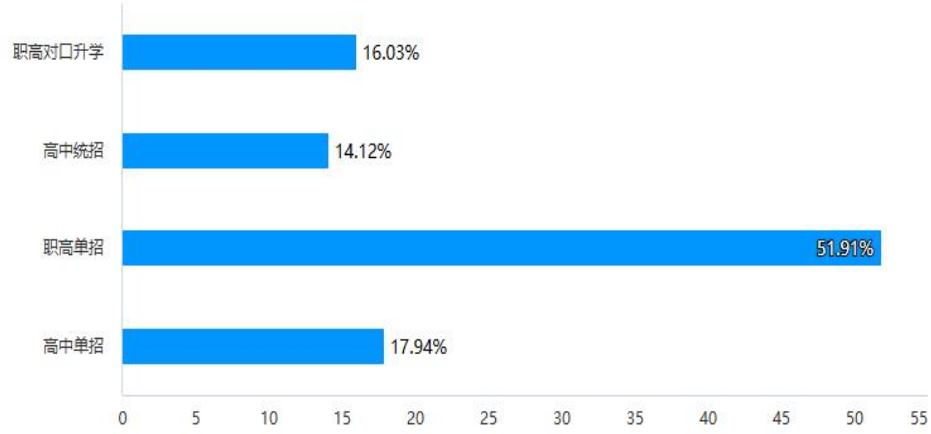


图 6 在校生生源统计结果

2.对所学专业的了解程度

根据对本专业 373 位在校生的问卷调查，结果显示 53.39%的在校生对本专业较为了解，不太了解的仅占 3.4%。这个数据较上一年有显著提升。

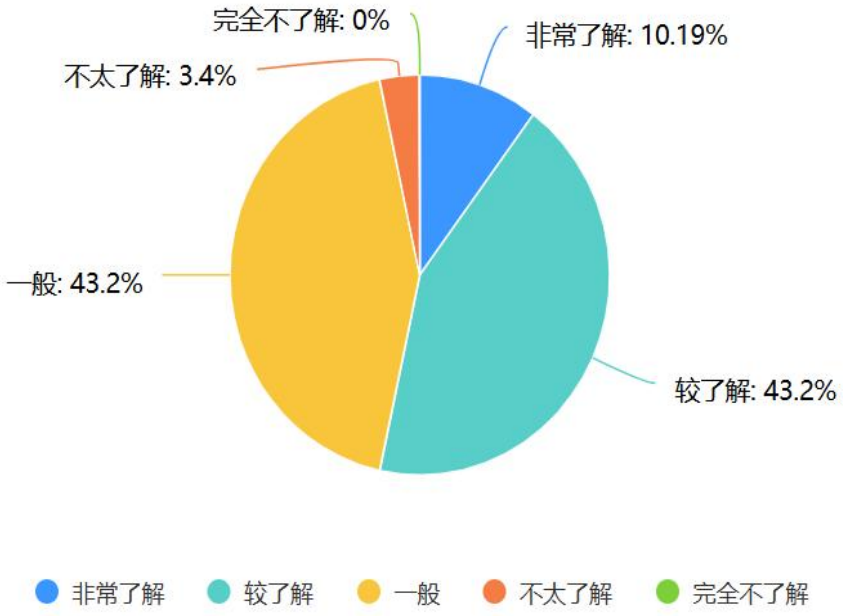


图 7 在校生对本专业的了解程度调研

3.对毕业后行业就业意向调研

根据对本专业 373 位在校生的问卷调查，结果显示选择旅游行业就业的学生不超过 30%，考虑继续升学的约占 9.41%，还有 51.98%的学生对未来暂时没有规划。学生整体就业意向偏低、目标模糊，我们的人才培养与行

业就业引导亟待加强。

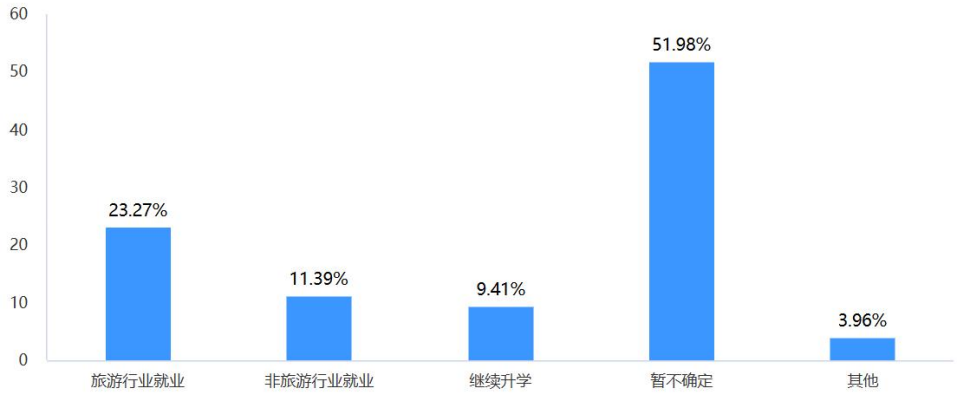


图 8 在校生毕业后就业意向调研结果

4. 在校生对课程设置及课程内容的建议

根据对本专业 373 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，并希望加强考前强化培训，加大开课力度，因此，后续授课教师需要紧跟每年导考考纲进行教学，实现“岗课赛证”融通。同时，大部分同学对信息化类、才艺类课程的设置也要求增加。对专业拓展课中的《茶艺与茶文化》《艺术》《摄影》等体验类的课程和实习实训类课程比较感兴趣。

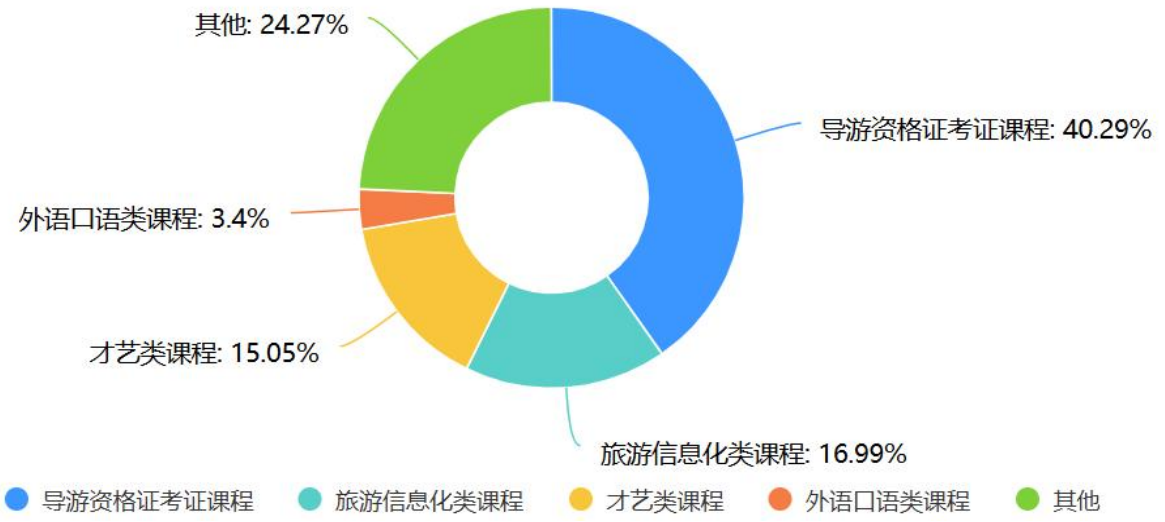


图 9 在校生对课程设置的调研

5. 在校生对景区见习、跟岗课程设置的建议

根据对本专业 373 位在校生的问卷调查，结果显示见习时间超过 50%的学生希望 5 天以上；跟岗实习时间 22.28%以上的学生建议 30 天以上；同时更多学生期望实习地点在旅行社和景区，学生对进入酒店实习的欲望不

高。53.47%的学生愿意大二期间外出实习。学生愿意有更多的机会能够走进企业，参与集中学习实践，并希望跟岗学习期间企业导师和学校教师能够进行双指导。

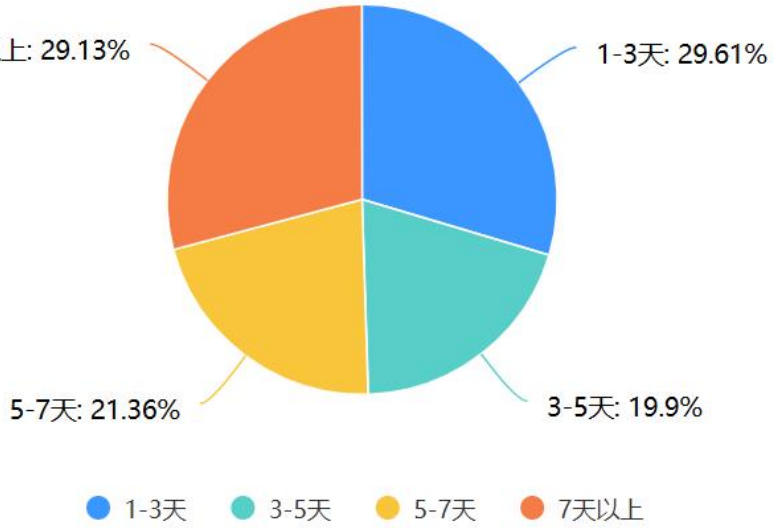


图 10 在校生对见习时间的调研统计

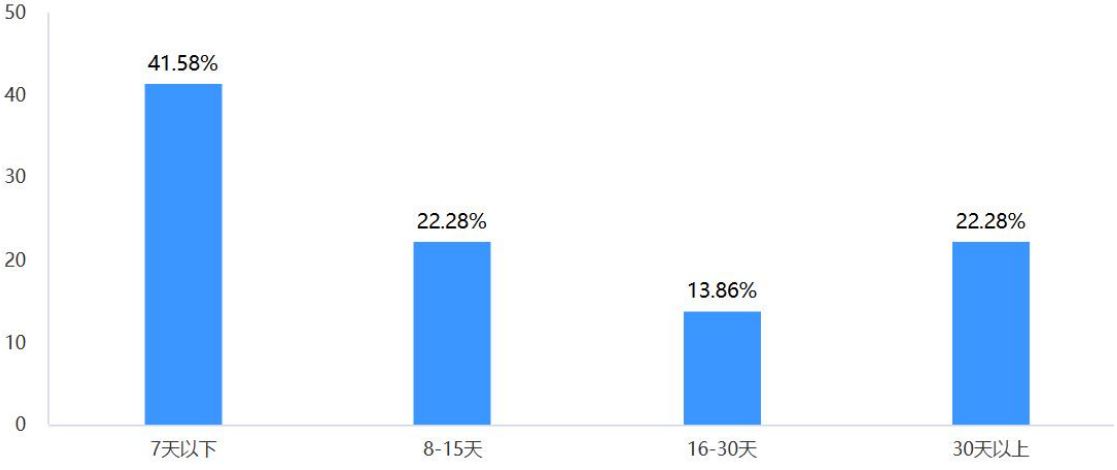


图 11 在校生对跟岗实习时间的调研统计

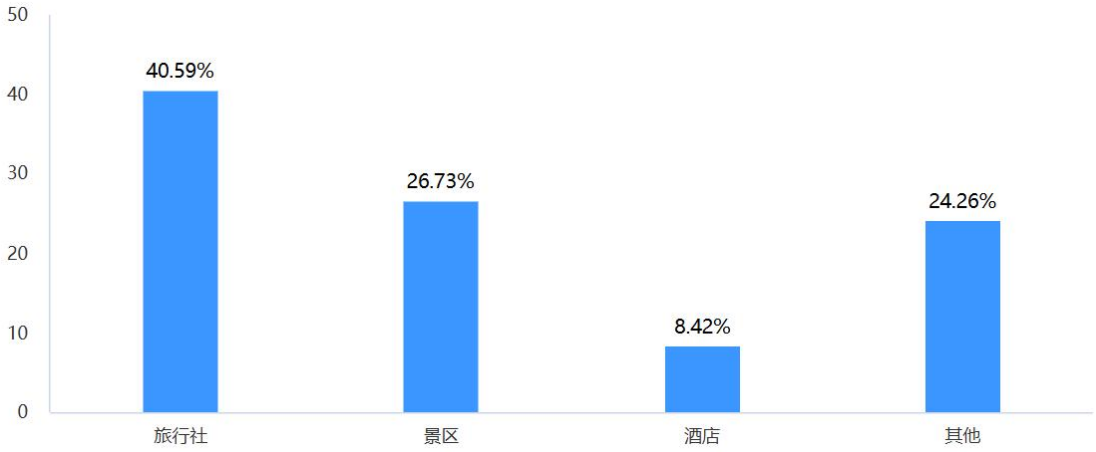


图 12 在校生对实习地点的调研统计

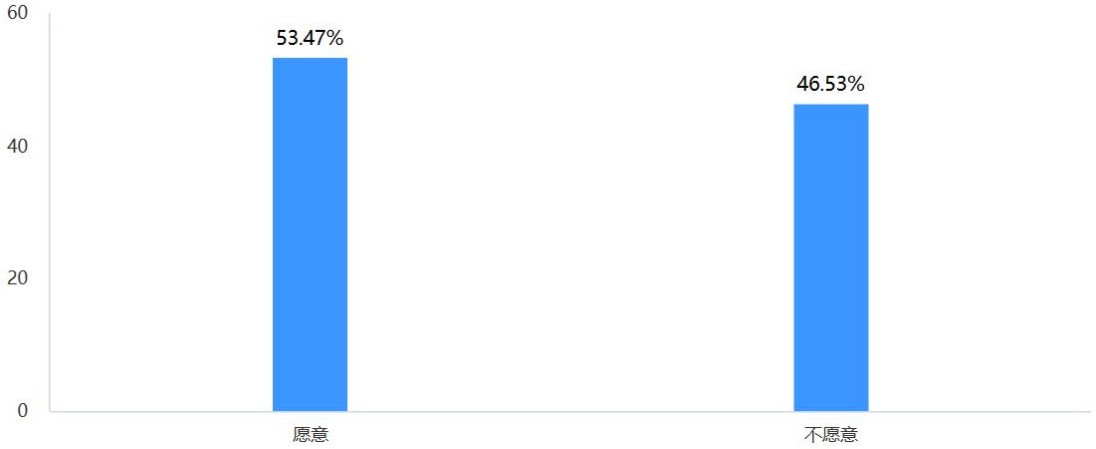


图 13 在校生对大二外出实习意愿的调研统计

三、调研结论及建议

（一）调研结论

1. 科技赋能时代，旅游行业转型升级加速

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，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。Deep seek 等 AI 的出现，小红书、抖音等短视频的运用，如今旅游行业正瞄准科技创新不断发力。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.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）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.关于职业面向的建议

（1）对应行业

旅行社及其相关服务（7291）、游览景区管理（786）、游乐园（9020）

休闲观光活动（9030）。

（2）主要职业类别

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）、旅游团队领队（4-07-04-02）、公共游览场所服务员（4-07-04-05）休闲农业服务员（4-07-04-06）。

（3）聚焦旅游数字营销、旅游咨询、导游和旅行社计调四大岗位类型

根据行业企业调研是毕业生调研分析，旅游管理专业主要聚焦旅游数字营销、旅游产品策划、导游和旅游咨询四大岗位类型，且当前市场发展情况下旅游数字营销人员属于急需且紧缺岗位。

（4）职业类证书

全国导游人员资格证(包含普通话和外语等)；1+X 新媒体营销职业技能等级证书、1+X 旅游大数据分析职业技能等级证书、1+X 旅行策划职业技能等级证等。

2.关于培养目标的建议

面向长江经济带、环洞庭湖生态旅游圈，服务岳阳“1+3+X”产业集群，以“旅游+”新业态下的旅游数字营销、旅游咨询、导游、旅行社计调等为主的就业岗位群，培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识、绿色环保意识以及爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神；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、旅游数字营销等技能的高素质技术技能人才。

3.关于课程体系、课程设置建议

（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，将旅游数字营销、旅游产品策划、导游和旅游咨询岗位的典型工作任务和工作过程归纳序化，提炼核心能力；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，按照模块或项目组合的原则，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，对接产业升级，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“人工智能+”、“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，如旅游数字营销类、旅游产品策划类等旅游人才，重点培养学生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，以适应新时代背景下对旅游人才的新需求。

（3）加强学生职业认同和职业素养的培育。根据调研可知，本专业学生就业意向选择本行业就业的较少，学生职业认同感不强。从企业用人角度分析，文旅企业选聘人才，除考核专业实操技能外，更加看重员工的行业归属感、岗位认同感与职业操守。因此，课程设置与内容安排上，需要重点加强学生职业认同感和培育学生核心职业素养。一方面用好《职业规划》《就业指导》《中华优秀传统文化》等通识课程，开展职业道德、行业认知与价值引领教育，纠正学生对文旅服务岗位的片面认知；另一方面在《旅游概论》《导游业务》等专业课程中融入行业政策、岗位发展路径，依托情境化教学、项目实训等载体，将行业价值、工匠精神渗透日常教学全流程；第三在《认识实习》《岗位实习》等实践教学课程中，引导学生客观认识行业前景，熟悉工作流程，树立从业信心、夯实行业归属感与职业忠诚度。

（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，提升学生的表达能力、逻辑思维能力；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》《旅游摄影》《旅游数据分析与应用》等实操课程着手培养。同时，需融入地方特色课程，或将本地特色融入到某一课程的某个模块或项目。

4.关于教学设施及资源的建议

（1）注重优质教材建设，完善教学资源建设

在教材选用方面，必修课优先选用近年出版的高等职业教育省级及以上规划教材和获奖教材、数字化教材等。特色课程可选用本校教师参与编写的高水平的、具有办学特色、专业特色的“工学结合”教材以及实训实习指导教材，以满足课程教学改革的需要。

图书和期刊杂志总数(包括与本专业相关的技术基础课图书资料)应达到教育部有关规定。各种旅游管理类技术标准、规范、手册及参考书齐全，能满足教学需要。图书馆应具有本专业信息资料查阅所需计算机网络系统或电子阅览服务。

充分利用学习通、智慧职教、智慧树等网络平台资源；建设以金课为主要内容的课程资源库，内容主要有:电子教案、PPT 课件、微视频、试题库等。网上数字化教学资源要有利于学生自主学习，内容丰富、使用便捷、更新及时。

（2）结合典型工作任务建设校内外实习实训场所

校内外实训场所建设各项指标要求应满足本专业人才培养需要,满足实施各项典型工作任务。主要包括能够满足正常课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训基地等。

专业教室应配备黑（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。

校内实训场所建设方面。校内应配备独立或共享的数字营销实训室、数字化模拟导游实训室等，满足实践教学需要。性能满足实训教学需要，专业实验实训项目开出率达到教学要求。

校外实训（习）场所建设方面。联合社会资源共同建设共享型的校外实训基地应不少于 10 个。建立与本专业培养目标相适应的、相对稳定、结合紧密的校外实习基地应不少于 30 个，以满足学生技能训练、生产实习和顶岗实习等实践教学要求。确定为实训基地的企业应具有一定规模，管理规范，设备条件先进，设施完善，在当地行业具有一定代表性，能够提供开展能够旅游数字营销、导游、旅行社计调、旅游咨询等实训活动，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。

等实训活动。学校与实习单位要建立实习指导机制，科学确定实习方案，校外实习基地应能安排专人负责实习管理工作，各实习岗位均有实习带教指导教师。

5.关于师资队伍建设的建议

通过调研发现当前旅游管理专业师资多为高校刚毕业的高学历人才，行业经验缺乏。建议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。

四、其他

1.旅游行业企业人才需求及培养调研问卷

2.兄弟院校旅游管理专业人才培养调研问卷

3.2023级-2025级湖南民族职业学院旅游管理专业三年高职在校生调研问卷

4.2023届-2025届湖南民族职业学院旅游管理专业毕业生调研问卷

调查问卷1：企业版

湖南民族职业学院

2026级旅游管理专业人才培养需求调研表

尊敬的用人企业：

您好！

我们是湖南民族职业学院文旅与食品技术学院旅游管理专业调研团队。为进一步把握市场发展方向，找准人才培养定位，合理开发课程和教学内容，更好地为企业输送高素质人才，为地区经济服务，特制订本问卷。非常感谢贵单位的支持与合作。

本次调研内容和结果将严格保密，仅用于教学改进。希望您能在百忙中抽出时间填写此问卷。感谢您的支持！

1.贵单位的全称是：_____

2.贵单位的类型是：

[ ] 旅游事业机关单位

[ ] 旅游综合型企业

[ ] 旅游景区

[ ] 旅游酒店或餐饮企业或度假村

[ ] 旅行社

[ ] 在线旅游平台

[ ] 其他（ ）_____

3.贵单位的级别是：

[ ] 5A 级/5 星级/国家级

[ ] 4A 级/4 星级/省级

[ ] 3A 级/3 星级/市县级

[ ] 其他（ ）_____

4.贵单位规模是：

[ ] 50 人以下

[ ] 50-200 人（含 50 人）

[ ] 200-300 人（含 200 人）

[ ] 300-500 人（含 300 人）

[ ] 500 人以上

5.您的职位：

[ ] 中高层管理者

[ ] 人力资源负责人

[ ] 部门经理

[ ] 其他（请注明）：_____

6.贵单位部门分类有：

[ ] 导游（讲解）部

[ ] 营销部

[ ] 产品开发设计部门

[ ] 新媒体运营中心

[ ] 餐饮部

[ ] 客房部

[ ] 其他（财务、人资等通用部门不需写） _____

7.贵单位比较紧缺的人员是：

[ ] 导游与讲解员

[ ] 旅游策划人员

[ ] 旅游内容创作人员

[ ] 产品开发设计人员

[ ] 直播带货人员

[ ] 旅游新媒体营销人员

[ ] 酒店管理人员

[ ] 外语类人才

[ ] 旅游接待人员

[ ] 其他（ ）_____

8.您认为旅游人才最需要具备的核心能力是：

[ ] 沟通与表达能力

[ ] 外语能力

[ ] 跨文化交际能力

[ ] 创新与策划能力

[ ] 数字化技能（如大数据分析、新媒体运营）

[ ] 其他（请注明）：_____

9.贵单位在招聘毕业生时，较为重视的有：

[ ] 表达能力

[ ] 创新能力

[ ] 学业成绩

[ ] 动手操作能力

[ ] 专业知识

[ ] 外语水平

[ ] 形象气质

[ ] 综合素质

[ ] 其他_____

10.您认为贵单位员工应具备的职业素养有：

[ ] 良好的职业道德和职业礼仪

[ ] 吃苦耐劳精神

[ ] 德才兼备、爱岗敬业

[ ] 沟通交流能力

[ ] 灵活多变能力

[ ] 心理承受能力

[ ] 团队协作能力

[ ] 其他_____

11.您认为贵单位员工应具备的专业知识有：

[ ] 掌握旅游文化知识

[ ] 了解中国优秀传统文化

[ ] 地域文化知识

[ ] 景区运营、旅行社经营等管理类知识

[ ] 产品销售类相关知识

[ ] 应急处理的相关知识

[ ] 其他_____

12.您认为贵单位员工应具备的专业技能有：

[ ] 具备较强的语言表达能力和思辨能力

[ ] 能用普通话进行接待服务和业务沟通

[ ] OFFICE 办公软件操作

[ ] 数字化运用能力

[ ] 各岗位基本的业务技能

[ ] 初级管理能力

[ ] 应急处理的能力

[ ] 分析和解决问题能力

[ ] 产品开发与创新能力

[ ] 销售旅游相关产品的能力

[ ] 唱歌、舞蹈等才艺能力

[ ] 至少一种外语交流能力

[ ] 其他_____

13.您认为旅游专业课程应如何改进（可多选）：

[ ] 增加实践课程比例

[ ] 引入更多行业案例教学

[ ] 加强数字化技能培训

[ ] 开设更多国际化课程

[ ] 其他_____

14.您认为贵单位员工最需要加强的能力是：

[ ] 语言表达能力（中英文）

[ ] 沟通能力

[ ] 应变能力

[ ] 创新能力

[ ] 自媒体营销能力

[ ] 计算机操作能力

[ ] 组织协调能力
[ ] 团队协作能力
[ ] 自我学习能力
[ ] 其他（ ）_____
15.您认为贵单位对职业资格证书的认同度：
普通话等级证书
[ ] 非常重要 [ ] 重要 [ ] 一般 [ ] 不重要 [ ] 非常不重要
计算机等级证书
[ ] 非常重要 [ ] 重要 [ ] 一般 [ ] 不重要 [ ] 非常不重要
英语等级证书
[ ] 非常重要 [ ] 重要 [ ] 一般 [ ] 不重要 [ ] 非常不重要
导游资格证书
[ ] 非常重要 [ ] 重要 [ ] 一般 [ ] 不重要 [ ] 非常不重要
旅行策划职业资格等级证书
[ ] 非常重要 [ ] 重要 [ ] 一般 [ ] 不重要 [ ] 非常不重要
景区接待服务与管理职业技能等级证书
[ ] 非常重要 [ ] 重要 [ ] 一般 [ ] 不重要 [ ] 非常不重要
16.您认为本专业学生最需要加强的是：
[ ] 专业技能
[ ] 心理承受能力
[ ] 吃苦耐劳和敬业精神
[ ] 协作意识
[ ] 计算机应用能力
[ ] 外语应用能力
[ ] 分析和解决问题能力
[ ] 创新意识
[ ] 其他 _____
17.您认为旅游专业学生的实习时长应为：
[ ] 1-3 个月

[ ] 3-6 个月

[ ] 6 个月以上

[ ] 其他（请注明）：_____

18. 贵单位是否愿意与高职院校合作，提供实习或培训机会：

[ ] 是

[ ] 否

[ ] 视情况而定

19. 您认为旅游专业人才培养应如何与行业需求对接（可多选）：

[ ] 定期邀请行业专家授课

[ ] 建立校企合作基地

[ ] 开展行业调研，动态调整课程

[ ] 其他（请注明）：_____

20. 您认为 2025 年旅游行业将面临哪些新挑战（可多选）：

[ ] 数字化转型

[ ] 个性化旅游需求增加

[ ] 可持续发展要求

[ ] 国际化竞争加剧

[ ] 其他（请注明）：_____

21. 您认为旅游人才培养应如何应对这些挑战（可多选）：

[ ] 加强数字化技能培训

[ ] 提升创新与策划能力

[ ] 注重可持续发展教育

[ ] 加强国际化人才培养

[ ] 其他（请注明）：_____

调查问卷2：兄弟院校版

湖南民族职业学院

2026级旅游管理专业人才培养需求调研表

尊敬的XX院校：

您好！

我们是湖南民族职业学院文旅与食品技术学院旅游管理专业调研团队。为找准人才培养定位，合理开发课程和教学内容，更好地为企业输送高素质人才，特制订本问卷。非常感谢贵校的支持与合作。

本次调研内容和结果将严格保密，仅用于教学改进。希望您能在百忙中抽出时间填写此问卷。感谢您的支持！

1.您的单位名称：

2.您所授的课程？您对课程的考核有何看法？

3.您认为您所教授的课程，涉及培养了哪些相关的能力？

语言表达能力

[ ] 重点培养 [ ] 一般培养 [ ] 不涉及

组织协调能力

[ ] 重点培养 [ ] 一般培养 [ ] 不涉及

公关交际能力

[ ] 重点培养 [ ] 一般培养 [ ] 不涉及

服务能力

[ ] 重点培养 [ ] 一般培养 [ ] 不涉及

管理能力

[ ] 重点培养 [ ] 一般培养 [ ] 不涉及

心理预判能力

[ ] 重点培养 [ ] 一般培养 [ ] 不涉及

现代技术手段运用能力

[ ] 重点培养 [ ] 一般培养 [ ] 不涉及

4.学生在接触您的课之前可具备哪些基础知识和条件？

5.您认为旅游管理专业学生在毕业时应达成怎样的要求？

调查问卷3：在校生版

湖南民族职业学院

2026级旅游管理专业人才培养需求调研表

亲爱的同学们，为了解旅游管理专业在校生学习情况，提高人才培养质量，特邀请你填写问卷，问卷数据不做任何商业用途，请放心填写！

1.您的年级：

[ ] 2023 级

[ ] 2024 级

[ ] 2025 级

2.您录取本校时的生源情况为：

[ ] 职高对口升学

[ ] 高中统招

[ ] 职高单招

[ ] 高中单招

3.您在校时的学习途径主要有：

[ ] 课堂学习

[ ] 网络学习

[ ] 校外培训

[ ] 兼职

[ ] 其他

4.您对旅游管理专业的了解程度（包括就业前景和学习内容）：

[ ] 非常了解

[ ] 较了解

[ ] 一般

[ ] 不太了解

[ ] 完全不了解

5.您选择来校就读旅游管理专业的原因是:

[ ] 个人兴趣

[ ] 服从调剂

[ ] 亲朋好友推荐

[ ] 就业前景

[ ] 学校宣传

[ ] 其他
6.您毕业后的就业意向是：
[ ] 旅游行业就业
[ ] 非旅游行业就业
[ ] 继续升学
[ ] 暂不确定
[ ] 其他
7.您更喜欢学习旅游管理专业哪一类课程：
[ ] 导游资格证考证课程
[ ] 旅游信息化类课程
[ ] 才艺类课程
[ ] 外语口语类课程
[ ] 其他
8.您希望前往哪些企业进行岗位实践：
[ ] 旅行社
[ ] 景区
[ ] 酒店
[ ] 其他
9.您希望前往景区等旅游企业参加认识实习的时长为：
[ ] 1-3 天
[ ] 3-5 天
[ ] 5-7 天
[ ] 7 天以上
10.您希望跟岗实习时间的天数为：
[ ] 7 天以下
[ ] 8-15 天
[ ] 16-30 天
[ ] 30 天以上
11.您是否愿意大二期间外出实习：
[ ] 愿意
[ ] 不愿意

调查问卷4：毕业生版

湖南民族职业学院

2026级旅游管理专业人才培养需求调研表

亲爱的同学们，为了更好的了解旅游行业发展现状，掌握旅游行业就业形势，特此设计问卷，望您在百忙之中抽出时间填写问卷，谢谢！

1.您的毕业年份：

[ ] 2023 级

[ ] 2024 级

[ ] 2025 级

2.您目前在哪个行业工作：

[ ] 旅游饭店业

[ ] 教育行业

[ ] 企事业单位

[ ] 自主创业

[ ] 升学

[ ] 其他

3.您当前的工资多少：

[ ] 1000--2000 元

[ ] 2000--3000 元

[ ] 3000--5000 元

[ ] 5000--8000 元

[ ] 8000 元以上

4.您认为在校期间考取与专业相关的职业资格证重要吗：

[ ] 非常重要

[ ] 重要

[ ] 比较重要

[ ] 不重要

5.您目前从事的行业与旅游管理直接相关吗：

[ ] 完全相关

[ ] 部分相关

[ ] 不相关

6. 您对母校旅游管理专业的课程设计满意度如何：

[ ] 非常满意

[ ] 满意

[ ] 一般

[ ] 不满意

[ ] 非常不满意

7. 您认为旅游行业留不住人才的主要原因是什么：

[ ] 工资待遇较低

[ ] 工作太过劳累

[ ] 社会认可度不高

[ ] 吃青春饭

[ ] 发展前景不明朗

[ ] 工作不够稳定

[ ] 其他

8. 您认为旅游管理专业在教育教学中应注意哪些方面：

[ ] 密切与旅游行业接轨

[ ] 增加实践实训教学

[ ] 引入行业企业专家入校讲学

[ ] 加大学校与旅游企业的合作力度

[ ] 提高教师的专业水平和能力

[ ] 其他

9. 您认为母校旅游管理专业在哪些方面需要进一步提高和改进：

[ ] 提升办学层次

[ ] 改善教学环境

[ ] 提高教学水平

[ ] 增加实践实训教学

[ ] 进一步提升学生专业技能

[ ] 加强学生在校和实习管理

[ ] 其他

您认为在职业生涯中，最需要提升或加强的能力是：

[ ] 领导与团队管理

[ ] 数据分析与决策制定

[ ] 跨文化沟通与谈判技巧

[ ] 创新与创业能力

[ ] 数字技术与信息技术应用

[ ] 行业前沿知识更新

[ ] 其他

附件 4：湖南民族职业学院 2026 级专业人才培养方案审批表

湖南民族职业学院2026级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3-6年
所在院系	文旅与食品技术学院	制/修订时间	2026 年 5 月
制（修）订人（签字）：		联系方式	
专业负责人或教研室审批	签　字 年　月　日		
院系审批	签　字（章） 年　月　日		
人文艺术学院审批	签　字（章） 年　月　日		
马克思主义学院审批	签　字（章） 年　月　日		
教务处审批	签　字（章） 年　月　日		
教学指导委员会审批	签　字（章） 年　月　日		
学校分管领导审批	签　字（章） 年　月　日		
学校党委会或行政会议审批意见	签　字（章） 年　月　日		