

旅游管理专业
2021版人才培养方案

山东水利职业学院

二〇二一年八月

目 录

一、专业名称	3
二、专业代码	3
三、入学要求	3
四、修业年限	4
五、职业面向	4
六、培养目标	4
七、培养规格	4
八、职业资格证书	6
九、职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析	6
十、课程设置及要求	8
十一、教学时间安排及课时建议	35
十二、教学实施建议	41
十三、毕业要求	44
十四、继续专业学习深造建议	错误！未定义书签。
专业人才培养方案开发团队名单	46

旅游管理专业人才培养方案

(专业代码: 540101)

0. 引言

专业简介

基本学制: 三年

培养目标: 培养能够践行社会主义核心价值观, 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、职业道德和创新意识, 精益求精的工匠精神, 较强的就业创业能力和可持续发展的能力, 掌握旅游管理专业知识和技术技能, 面向商业服务行业的导游、旅游市场营销、定制旅行策划、研学、线上旅游企业(OTA)运营、景区数字化运营与管理、旅游融媒体运营职业群(或技术领域), 能够从事导游、旅游产品定制、研学策划、旅游市场营销、旅游数字化运营和旅游客服管理工作的高素质技术技能人才。

就业方向: 旅行社及相关服务行业、智慧文旅服务、旅游景区数字化运营、营地研学等领域。

主要教学内容:

互联网应用技术、旅游基础知识、法律实务、市场营销、公共关系与商务礼仪、定制旅行策划、茶旅研学实务、导游实务、景区数字化运营与管理、旅游产品设计与策划、旅游融媒体运营等。

企业认知实训、导游技能训练实训、定制旅行策划实训、景区数字运营实训、商务礼仪实训、茶文化实训、旅游大数据分析实训、顶岗实习等。

一、专业名称

旅游管理

二、专业代码

540101

三、入学要求

中等职业学校(或普通高中学校)毕业生或同等学力者。

四、修业年限

一般为三年，以修满规定学分为准，实行弹性学制，最长不超过6年，本方案按照三年编制。

五、职业面向

本专业毕业生职业面向主要为商业服务行业企业，从事导游、旅游产品设计、旅游市场营销、旅游数字化运营和旅游企业管理工作，见表1。

表1 旅游管理专业主要职业面向

所属专业大类（代码）A	旅游大类（54）
所属专业类（代码）B	旅游类（5401）
对应行业（代码）C	商业服务业（M72）
主要职业类别（代码）D	文化体育和娱乐服务人员（4-13）
主要岗位（群）或技术领域举例 E	导游、旅游产品定制、旅游市场营销、旅游数字化运营、旅游客服管理
职业类证书举例 F	导游资格证书（初级）* 1+X 研学旅行策划与管理（EEPM）职业等级证书☆ 1+X 定制旅行管家服务职业技能等级证书☆

注：*表示职业资格证书；☆表示职业技能等级证书。

六、培养目标

培养能够践行社会主义核心价值观，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、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握旅游管理专业知识和技术技能，面向商业服务行业的导游、旅游市场营销、定制旅行策划、研学、线上旅游企业（OTA）运营、景区数字化运营与管理、旅游融媒体运营职业群（或技术领域），能够从事导游、旅游产品定制、研学策划、旅游市场营销、旅游数字化运营和旅游客服管理工作的高素质技术技能人才。

七、培养规格

（一）素质

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

2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

3. 具有良好的服务意识、吃苦耐劳的精神、健康人格的“文厚”品质、高尚的审美情趣和爱国热情；

4. 勤于劳动、勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

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

6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

2. 熟悉与本专业相关的法律法规以及信息技术等相关知识，了解文旅产业文化，遵守职业道德准则和行为规范；

3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的创新创业、商务礼仪、美育等文化基础知识；

4. 掌握互联网应用技术、文旅企业数字化转型方面的基础理论知识；

6. 掌握传统导游员所必备的政策法规、业务、基础知识等方面的专业基础理论知识；

7. 掌握数字经济赋能背景下智能导览、全景游记、语音交互、交互式视频等智慧导游方面的基础理论知识；

8. 掌握旅游市场营销、数字化客户关系管理方面的专业基础理论知识；

8. 掌握定制旅行策划、研学方面的专业核心知识；

9. 掌握景区数字化运营、智慧旅行社运营方面的专业核心知识；

10. 掌握旅游融媒体运营方面的专业核心知识。

（三）能力

1. 具有探究学习、终身学习能力，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；

2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

3. 具有适应文旅产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握数字文旅领域的数字化技能；

4. 具有初级导游员的服务技能，并将智慧导览、快速响应咨询、语音交互等新技术应用到带团过程中，提升服务品质；

5. 具有茶旅研学线路及课程设计的能力；

6. 具有定制旅行策划的能力；

7. 具有景区数字化基础运营与管理的能力；

8. 具有借助大数据进行游客需求与体验分析，在各类营销渠道开展旅游产品营销的能力；

9. 具有运用 ID、PS、AI、CDR 等软件进行旅游宣传海报与手册、旅游专题图纸、景观节点设计或景观示意图绘制的能力。

八、职业证书

本专业学生通过学习可获得的职业类证书见表 2。

表 2 旅游管理职业类证书

序号	职业类证书	等级	认证单位
1	导游资格证书*	初级	文化和旅游部
2	研学旅行策划与管理 (EPPM) 职业等级证书☆	初级	亲子猫（北京）国际教育科技有限公司
3	定制旅行管家服务职业技能等级证书☆	初级	携程旅游网络技术（上海）有限公司

注：*表示职业资格证书；☆表示职业技能等级证书。

九、职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析

旅游管理专业职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析见表 3。

表 3 旅游管理专业职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析

就业岗位	典型工作任务	职业能力	职业资格
1. 导游	<ol style="list-style-type: none"> 1. 景区景点导游业务 2. 地陪导游业务 3. 全陪导游业务 4. 出境领队导游业务 5. 旅游应急预防与处理 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用大数据，精准客情预测，建立和维护客户资料的能力； 2. 地陪、全陪、领队的导游服务能力； 3. 景区旅游资源讲解带团能力； 4. 具备个性化讲解能力； 5. 将智慧导览、快速响应咨询、语音交互等数字技术运用到带团过程中； 6. 旅游过程中一般事故的预防与处理能力； 7. 良好的服务意识和团队协作能力 	导游资格证书 （初级）
2. 定制旅行管家	<ol style="list-style-type: none"> 1. 求获取与期望管理：首呼落单，需求分析 2. 产品定制：行程设计，成本核算，行程报价，方案内容及视觉呈现，产品资源配置 3. 客户关怀：行中服务，客户回访，意见及投诉处理 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据定制旅行服务流程的要求，整理、记录、分析用户需求； 2. 能在规定时间内，完成 2 套涉及单一旅游目的地行程方案设计、成本核算、行程报价、方案视觉呈现及产品资源预定； 3. 可以合理运用新媒体营销工具； 4. 能独立完成客户行程提醒工作； 5. 以独立完成旅行过程中突发事件的处理，供应商服务监督的工作。 6. 可以与相关部门及岗位合作完成客户意见及投诉处理 	定制旅行管家服务 1+X 证书 （初级）
3. 研学策划	<ol style="list-style-type: none"> 1. 研学安全管理：安全预警，检查落实，应急 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能识别和判断人员、基地、营地、食宿、交通、教具、设施、设备等风险，做出准确 	研学旅行策划与管理 (EPPM)

	<p>处理</p> <p>2. 研学课程策划：学情分析，挖掘资源，开发设计，精准服务</p> <p>3. 研学管理：自我管理，开放探究，评价激励</p>	<p>预警和预防；</p> <p>2. 能执行研学安全标准和细则，对突发疾病、意外伤害进行紧急处理；</p> <p>3. 能够执行研学活动，应对突发状况；</p> <p>4. 能精准分析不同学段学情，针对性地进行课程设计；</p> <p>5. 能对研学目的地的历史沿革、文化内涵、建筑特点、民俗风情进行讲解，针对学生特点调整内容；</p> <p>6. 能对行程中人员、成本、定价、报价、结算进行合理控制管理；</p> <p>7. 能较好的控场，合理分配自己的体力、精力；</p> <p>8. 能及时记录学生言行，积极评价，能辅导学生完成《研学手册》。</p>	<p>职业等级证书 (初级)</p>
<p>4. 旅游市场营销</p>	<p>1. 市场营销调研</p> <p>2. 市场营销环境分析</p> <p>3. 旅游产品设计与策划</p> <p>4. 旅游产品价格的制定与调整</p> <p>5. 旅游产品渠道营销</p> <p>6. 旅游产品促销方案制定</p>	<p>1. 能借助旅游大数据，根据不同细分市场进行旅游市场调研；</p> <p>2. 能进行旅游的营销模式的探讨、尝试、创新并成功落地吸引客源；</p> <p>2. 能进行旅游产品整体营销方案的制定及组织实施；</p> <p>3. 能进行年度/季度/月度旅游产品整体营销计划的制定及组织实施；</p> <p>4. 能进行客户需求调研、客户口碑营销、粉</p>	

		<p>丝营销等具体营销组织实施；</p> <p>5. 能够对旅游产品衍生品销售模式进行探讨及组织销售</p>	
5. 旅游数字化运营	<p>1. 基础数据分析</p> <p>2. 活动撰稿</p> <p>3. 图片美化及图文制作</p> <p>4. 视频编辑</p> <p>5. 创意表达</p> <p>6. 账号运营与推广</p>	<p>1. 熟练使用 Python、AS0114 等数据分析软件进行数据分析，根据不同项目特点进行运营维粉和吸粉；</p> <p>2. 能够进行微博、抖音与微信的线上推广工作，提高平台影响力与关注度；</p> <p>3. 对线上商城等系统有初步了解，有较强的图文设计、视频编辑能力</p>	
6. 客户服务与管理	<p>1. 借助大数据，发掘潜在客户，做好客户开发工作；</p> <p>2. 应用信息技术，建立客户档案，做好客户信息分类整理；</p> <p>3. 运用数据平台，精准客户画像，主动开展客户关怀，做好客户关系维护；</p> <p>4. 处理一般性客户投诉，分类建立客户投诉处理应急预案，保持案例更新。</p>	<p>1. 具备一定的数字信息技术；</p> <p>2. 具备较强的对客服务意识和沟通意识；</p> <p>3. 具备较强的应变能力和抗压能力；</p> <p>4. 具备一定的危机处理能力</p>	

十、课程设置及要求

1. 公共基础课程

A1 思想道德与法治

①课程定位：本课程是高校思想政治理论课系列课程之一，是一门各专业学生公共必修课。主要面向大学生开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育的必修课程，引导大学生提高思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。

②学分、学时：3 学分，48 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过对重要的理论问题做深入探究，提高学生理论素养；帮助同学们树立正确的世界观、人生观、价值观，加强自我修养，引导同学们培育和践行社会主义核心价值观，提高思想道德素质和法治素养。	贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，帮助学生正确认识自己、正确认识他人、正确认识社会，树立正确的人生观、价值观、道德观、法治观，引导学生立大志、明大德、成大才、担大任，努力做担当民族复兴大任的时代新人。	培养学生关切现实的意识，加深学生在新时代对个人人生境遇和中国特色社会主义道路的理解与认同，强化学生自主学习和合作学习能力，锻炼学生批判性思维，提升学生解决问题的能力，使其成为社会主义核心价值观的积极践行者。

④主要内容：课程教学内容共分 7 个专题，每个专题由本章的重难点中涉及的基本知识点构成，以帮助学生掌握本门课程的基础知识。主要讲授马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和維護宪法法律权威，提升思想道德素质和法治素养。高等职业学校结合自身特点，注重加强对学生的职业道德教育。

A2 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

①课程定位：本课程是高校思想政治理论课程中的一门公共必修课程。着重讲授中国共产党将马克思主义与中国实际相结合的历史进程，充分反映马克思主义中国化的最新理论成果，帮助学生系统掌握毛泽东思想中国特色社会主义理论的基本原理，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。

②学分、学时：4 学分，64 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
培养大学生不断增进对中国共产党和中国特色社会主义的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同,增强做中国人的志气、骨气、底气,让爱党、爱国、爱社会主义的深厚情感,融于新时代中国特色社会主义伟大实践,统一于全面建设社会主义现代化强国建设,统一于中华民族伟大复兴的历史进程。	系统把握马克思主义中国化的两大理论成果:毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系,尤其是深刻把握和理解马克思主义中国化的最新理论成果、当代中国的马克思主义、21世纪马克思主义——习近平新时代中国特色社会主义思想。	培养学生理论思考的习惯,提高理论联系实际分析问题、解决问题的能力。引导学生坚定“四个自信”,增强“四个意识”,自觉做到两个维护。

④主要内容:主要讲授马克思主义基本原理同中国具体实际相结合产生的马克思主义中国化的两大理论成果,帮助学生了解马克思主义中国化理论的主要内容、精神实质和重大意义,理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系,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,坚定“四个自信”,从而为实现伟大民族复兴贡献力量。

A3 形势与政策

①课程定位:本课程作为一门高校思想政治理论公共必修课,是对大学生进行国内国际形势教育,以及党和国家重要方针政策教育的主渠道、主阵地。在大学生思想政治教育工作中担负着重要使命,具有不可替代的重要作用。

②学分、学时:1 学分,40 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
引导学生运用马克思主义的立场、观点和方法,把握时代脉搏,正确认识世界和中国发展大势,正确认识时代责任和历史使命,正确认识远大抱负和脚踏实地,勇做担当民族复兴大任的时代新人。	帮助学生正确认识新时代国内外形势,深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战。引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略。	引导学生正确认识中国特色和国际比较,全面客观认识当代中国、看待外部世界。引导学生正确认识时代责任和历史使命,用中国梦激扬青春梦,为学生点亮理想的灯、照亮前行的路,激励学生自觉把个人的理想追求融入国家和民族的事业中,勇做走在时代前列的奋进者、开拓者。

④主要内容:本课程主要讲授党的理论创新最新成果,新时代坚持和发展中

中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题，帮助学生准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。

A4 体育与健康

①课程定位：本课程贯彻“立德树人、健康第一”的指导思想，是以“健康知识+基本运动技能+专项运动技能”为主要教学模式，融入体育文化，结合职业实用性特点，培养身心健康的高素质职业技能人才为主要目标的公共必修课程。

②学分、学时：6 学分、108 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生的爱国情怀、社会责任感和良好的个人品质； 2. 培养学生不畏困难、不怕吃苦、不惧失败的意志品质； 3. 全面贯彻“健康第一”的指导思想，实现“三维”的体育目标，即增强体质、改善心理、健全人格。	1. 使学生掌握运动项目基本知识、技术和技能； 2. 培养学生的体育健身观念，使学生能够根据自身体质健康状况编制可行的个人锻炼计划。 3. 使学生掌握体育康复保健相关理论知识。	1. 全面发展学生速度、力量、耐力、柔韧、灵敏、协调、平衡等身体素质，增强学生体质； 2. 培养学生终身体育意识和锻炼身体的手段和方法； 3. 学生能运用所学知识、技能，独立地进行锻炼、比赛，增强体质。

④主要内容：

《体育与健康》课程通过普修课、体育选项课等方式开展，主要开设项目如下：田径、足球、篮球、排球、气排球、乒乓球、羽毛球、网球、健美操、形体训练、瑜伽、武术套路、团队合作及八段锦等。各项目根据各专业人才培养方案及教学计划进行教学内容安排。教学内容融理论知识、运动技能、体育康复保健等于一体，通过知识技能传授、课程思政融入使学生在“知识、能力、行为、健康”诸方面得到全面提升，达到培养高素质人才的目的。

A5 大学生心理健康教育

①课程定位：大学生心理健康教育课程是集知识传授、心理体验与行为训练为一体的公共必修课程。课程旨在使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。

②学分、学时：2 学分、36 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
通过本课程的教学,使学生树立心理健康发展的自主意识,了解自身的心理特点和性格特征,能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价,正确认识自己、接纳自己,在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助,积极探索适合自己并适应社会生活状态。	通过本课程的教学,使学生了解心理学的有关理论和基本概念,明确心理健康的标准及意义,了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现,掌握自我调适的基本知识	通过本课程的教学,使学生掌握自我探索技能,心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等

④主要内容:大学生心理健康导论、大学生心理咨询、大学生心理困惑及异常心理、心理健康、大学生的自我意识与培养、大学生人格发展与心理健康的基础知识、大学期间生涯规划及能力发展、大学生学习心理、大学生情绪管理、大学生人际交往、大学生性心理及恋爱心理、大学生压力管理与挫折应对、大学生生命教育与心理危机应对等内容。

6. 军事理论

①课程定位:军事课是普通高等学校学生的公共必修课。以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循,全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观,围绕立德树人和强军目标,提升学生国防意识和军事素养,为军民融合发展和建设国防后备力量服务。

②学分、学时: 2 学分、 36 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
通过教学使大学生掌握基本军事理论与军事技能,达到增强国防观念和国家安全意识,强化爱国主义、集体主义观念;培养高素质的社会主义事业的建设者和保卫者,为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官,打下坚实基础。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解我国的国防历史和现代国防建设的现状,增强依法建设国防的观念; 2. 了解世界军事及我国周边环境,增强国家安全意识; 3. 掌握外国代表军事思想,熟悉我国军事思想,理解习近平强军思想; 4. 了解战争的内涵、特点、发展和演变。 5. 了解信息化装备的内涵、分类、发展及对作战的影响。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能进行公民国防权利和义务、国防政策、国防教育的宣传。 2. 能进行战略环境、发展趋势、国家安全政策的宣传。 3. 能进行军事思想形成与发展、体系与内容、历史地位和现实意义的宣传。 4. 能理解新军事革命对现代作战的影响;能进行信息化战争与国防建设的宣传。

④主要内容：中国国防

学习项目：中国国防概述、法规、建设、武装力量、动员，国家安全形势、国际战略形势、中国古代军事思想 当代中国军事思想、新军事革命、信息化战争、信息化作战平台等项目。

A7 职业规划与就业指导

①课程定位：本课程是面向全校学生开设的公共必修课，具有较强的针对性和实践性，采取角色扮演、模拟面试、简历写作等各种实践教学方法，使学生在实践中提高认知能力和就业能力，促进大学生理性规划自身发展，培养大学生职业生涯发展的自主意识。

②学分、学时：2 学分、36 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 深刻认识职业精神和职业规范，培养遵纪守法、爱岗敬业、开拓创新的职业品格； 2. 明确生涯规划意识、职业意识和创业意识，树立正确的人生观、价值观、道德观、就业观和行为规范； 3. 坚定学生理想信念，具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神； 4. 具有合作精神和协调管理能力，具备优良的职业道德修养，能遵守职业道德规范，具有良好的心理素质。	1. 掌握职业生涯规划的基础知识与职业发展的阶段特点； 2. 学会运用人力资源市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识； 3. 了解就业形势与政策法规；掌握撰写简历的方法和要点。 4. 掌握今后职业发展中应掌握的专业知识、拓展知识、个人素质和修养。	1. 掌握依据社会发展、职业需求和个人特点进行职业生涯设计； 2. 培养大学生职业探索、生涯决策、自我管理、自主创业等能力。提高大学生职业素养和求职技能；在亲身参与中增强创新精神、创造意识和创业能力。 3. 提高学生的沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能。

④主要内容：认识职业生涯规划、职业生涯与探索自我、职业适应与职业发展、毕业前的知识及能力准备、就业自荐材料的编写、求职面试技巧、就业应具备的法律知识等内容。

A8 大学生创新创业训练教程

①课程定位：本课程是创新创业教育的核心课程之一，是创新创业教育理念、教育原则转化为具体的创新创业实践的中介，是培养学生核心素养的关键性课程之一，贯穿于人才培养全过程，也是大学创新创业型人才培养目标得以实现的桥

梁。

②学分、学时：2 学分，36 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 养成勤于思考的良好习惯； 2. 培养善于观察和分析解决问题的能力； 3. 提高思维能力，提升思考的深度与广度； 4. 具备协作、持之以恒、应变等创新精神； 5. 培养学生积极进取的意识和精神； 6. 培养学生为社会主义国家经济建设服务的观念和树立高尚正确的职业理想。	1. 熟悉创新创业政策； 2. 了解创新创业理论的发展与实践； 3. 掌握典型的创新思维方法； 4. 了解创新训练方法及工具； 5. 熟悉创业常见模式； 6. 掌握创业计划书的基本框架及撰写要求。	1. 能进行创新创业能力的自我分析； 2. 能应用创新技法分析问题； 3. 具备知识检索和查新能力； 4. 具备创新创业典型案例的分析能力； 5. 具备适应产业升级、专业更新的能力； 6. 具备解决问题、抓住机会、规避风险等的的能力。

④主要内容：创新思维的认识、创新技法与应用训练、认识创业、创业素养的提升、创业机会的识别、全面认识“互联网+”、如何设计商业模式及整合资源、设立你的企业。

2. 专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。包括以下主要教学内容：

(1) 专业基础课程。

专业基础课程设置 8 门。包括：商学基础、互联网应用技术、旅游基础知识、法律实务、公共关系与商务礼仪、市场营销、会计基础、分岗平台课程 1。

B1 商学基础

①课程定位：该课程是数字商务专业群的专业技术基础课程，通过经济学、企业管理、人力资源、市场营销、财务管理的学习，使学生初步具备相关的专业知识，培养学生热爱科学、实事求是学风和创新意识，创新精神，树立学生良好的职业道德观念。

②学分、学时：3.5 学分，60 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生守法、公平、诚信等商业道德与企业责任意识； 2. 具有热爱科学，实事求是学风和创新意识，创新精神； 3. 树立学生良好的职业道德观念。	1. 掌握经济学的基本内容； 2. 掌握全球、中国商务环境； 3. 掌握企业所有制形式与基本活动； 4. 掌握商业规划含义、类别及功能等知识； 5. 掌握产品和服务的本质； 6. 掌握人力资源管理的基本知识； 7. 理解数字化、新媒体营销基本知识； 8. 掌握财务管理基本理论与成本费用；	1. 能够运用经济学原理和方法分析问题； 2. 能够分析国外、中国商务环境，并提供简单的建议或对策； 3. 能够编制商业规划； 4. 能够为企业制作招聘和培养高素质员工方案； 5. 能够计算企业各成本费用。 6. 能够运用经济学、管理学思维分析解决问题。

④主要内容：经济学含义、经济类型与指标；全球、中国商务环境分析；商业道德和企业社会责任；企业所有制形式与基本活动；商业规划含义、类别及功能等知识；产品和服务本质；员工激励的基本理论与方法；数字化、新媒体营销基本知识；财务管理基本理论与成本费用。

⑤课程内单列的实训项目：分析经济学现象实训；编制商业规划实训；为企业制作招聘或高素质员工培养方案实训；分析计算企业各成本费用实训。

B-2 互联网应用技术

①课程定位：本课程为专业基础课程。该课程以“互联网”为主线，学习互联网、物联网、云计算、大数据等技术，旨在培养学生的互联网思维与新技术应用能力、“互联网”改善民生服务意识、诚信、创新、爱岗敬业的职业道德及团队精神。

②学分、学时：2.5 学分，45 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生的互联网思维； 2. 培养学生互联网+改善民生服务意识；	1. 掌握互联网的内涵； 2. 掌握基本的互联网思维方法和路径； 3. 了解我国互联网发展的政策环	1. 能够具备跨界融合、创新创业的互联网思维；

3. 培养学生诚信、创新、爱岗敬业的职业道德； 4. 培养学生理解数字中国的国家战略； 5. 培养学生的文化自信； 6. 培养与人沟通合作的职业能力。	境； 4. 掌握支撑互联网发展的核心技术； 5. 掌握“互联网”协同制造的概念与应用； 6. 掌握“互联网”现代农业、便捷交通、智能医疗、绿色生态、金融的概念及应用； 7. 掌握“互联网”电子商务与现代物流的概念及商业模式。	2. 能够分析互联网； 3. 能结分析互联网在行业的应用及商业模式； 4. 能应用互联网思维提升企业运营及管理效率。
--	--	--

④主要内容：互联网的内涵、互联网思维、我国发展“互联网”的政策环境、支撑“互联网”发展的计算机及软件技术、大数据技术、人工智能技术、云计算技术、“互联网”协同制造、“互联网”现代农业、“互联网”便捷交通、“互联网”智能医疗、“互联网”绿色生态、“互联网”电子商务与现代物流、“互联网”普惠金融。

⑤课程内单列的实训项目：大数据技术应用、人工智能技术应用、云计算智能应用、互联网电子商务与现代物流、互联网金融。

B-3 旅游基础知识

①课程定位：该课程是数字商务专业群的专业技术基础课程，通过与中国旅游相关的自然景观以及民族民俗、古代建筑、饮食文化等人文旅游景观知识的学习，使学生初步具备相关的专业知识，培养爱国主义情操和良好的旅游服务意识，提高学生的审美情趣，树立学生良好的职业道德观念。

②学分、学时：3.5 学分、60 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 思想情操高尚，塑造良好旅游职业道德和健康人格的“文厚”品质； 2. 激发学生对旅游事业的热爱和爱国热情； 3. 培养学生良好的旅游意识和服务意识； 4. 具有高尚的审美情趣； 5. 具有创新意识和创新精神。	1. 熟悉与旅游相关的中国历史文化常识； 2. 了解中国民族民俗的基本知识； 3. 了解中国四大宗教的基本知识； 4. 熟悉中国主要的自然景观的基本知识； 5. 了解中国古代建筑的基本知识； 6. 了解中国古典园林的	1. 能够搜集并撰写与旅游相关的中国历史文化和民族民俗的专辑； 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；

	基本知识； 7. 熟悉中国风物特产的基本常识。	5. 能够调查、搜集和编写美食文化、风物特产和旅游资源专辑。
--	----------------------------	--------------------------------

④主要内容：中国历史文化常识；中国民族民俗；中国四大宗教；中国自然景观；中国古代建筑；中国古典园林；中国风物特产。

⑤课程内单列的实训项目：中国历史文化常识；中国民族民俗；中国四大宗教；中国自然景观；中国古代建筑；中国古典园林；中国风物特产。

B-4 法律实务

B4 法律实务

①课程定位：该课程是数字商务专业群体体系中的专业基础课。通过学习与旅游相关的最新政策法规，结合大量相关案例，培养学生“学法、知法、守法”的法治思维，和严谨用法的专业能力，提高综合素养。

②学分、学时： 2.5 学分，48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生强烈的爱国主义意识、集体主义思想； 2. 培养学生强烈的敬畏生命的安全意识； 3. 培养敬畏法律法规的法制意识； 4. 增强学生的职业荣誉感，培养学生精益求精的工匠精神和严谨敬业的劳动态度	1. 理解旅游法产生的根源； 2. 了解国内外旅游立法对比状况； 3. 掌握我国旅游法律体系； 4. 掌握旅行社、导游、旅游饭店、旅游交通、旅游安全、旅游保险、旅游投诉、旅游资源、旅游者出入境、旅游合同法律制度	1. 能说出我国旅游法制体系； 2. 能说出旅游现象、旅游业与旅游法产生的关系； 3. 能正确运用旅游法律体系进行相关案例分析； 4. 能正确运用旅游法律法规进行维权； 5. 能运用旅游法规指导旅游相关工作，并处理一般问题

④主要内容：旅游法律概述、旅行社管理法规制度、导游人员管理制度、旅游饭店管理法规制度、旅游交通管理法规制度、旅游安全管理法规制度、旅游保险法规制度、旅游投诉管理法规制度、旅游资源管理法规制度、旅游者出入境管理法规制度、旅游合同法规制度。

⑤课程内单列的实训项目：旅游饭店星级评定制度实训、旅游电子合同实训。

B-5 公共关系与商务礼仪

①课程定位：该课是数字商务群课程体系中是公共必修课。培养学生在全方面了解现代商务礼仪的基本概念、特征、原则的基础上，掌握商务人员形象礼仪、商务人员日常交际礼仪、商务人员常用公务礼仪及商务活动中相关的礼仪技巧。

②学分、学时： 2 学分，36 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 引导学生传承中华传统美德、弘扬社会主义核心价值观的时代要求，坚定文化自信，构建和谐的新型社会关系；</p> <p>2. 提升自身礼仪素养、职业素养，培养较高的职业道德与敬业精神，并在各项社会活动中做到知行统一。</p>	<p>1. 掌握商务礼仪原则与重要性；掌握商务人员的仪容、仪表、仪态等形象礼仪规范；</p> <p>2. 掌握商务会面礼仪规范，如见面礼仪、餐饮礼仪、接访礼仪、电话礼仪、位次礼仪、签约礼仪、谈判礼仪、会议礼仪等知识；</p> <p>3. 掌握涉外商务礼仪规范，树立大国形象。</p>	<p>1. 能够打造良好的商务人员形象，正确地运用体态及表情传达对他人的礼貌和尊敬；</p> <p>2. 能按照商务礼仪标准组织、策划各类商务活动；</p> <p>3. 能够灵活的运用各种商务谈判技巧，熟练运用涉外商务礼仪规范，促成合作共赢、互惠互利的国际商务合作。</p>

④主要内容：本课程主要讲授商务礼仪原则；商务个人形象礼仪；商务社交礼仪；商务接待与拜访礼仪；商务会议礼仪；商务谈判礼仪；商务仪式礼仪；商务旅行礼仪；涉外商务礼仪等内容，不仅要让学生了解个体在社会交往中举止、谈吐、着装、仪容等方面的规范，更要培养学生真诚尊重、公平对待、宽容大度、遵时守约的修养，掌握得体的待人接物、处理个人与他人关系的技能，养成维护社会公德、职业道德和家庭美德的自律。

⑤课程内单列的实训项目：商务人员仪容礼仪；商务人员仪表礼仪；商务人员仪态礼仪；商务日常会面礼仪；商务通讯礼仪；商务拜访与接待；会务礼仪；商务仪式礼仪；商务宴会礼仪。

B-6 市场营销

①课程定位：该课程在数字商务专业群课程体系中是专业基础课程。数字化时代连接共生的特点，进一步加深了以顾客需求为核心的营销理念，供需共生，卖方和买方共生，营销手段层出不穷，但是洞察消费者需求始终如一。

②学分、学时： 2.5 学分，48 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养洞察需求的敏锐； 2. 培养以客户需求为本的意识； 3. 培养用营销思维看问题的意识； 4. 培养协同共生的营销理念，站在客户的角度去思考问题。	1. 认识市场营销环境，掌握市场营销环境分析的基本策略； 2. 理解顾客价值理论，掌握研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法； 3. 掌握市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略； 4. 掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容。	1. 学会用调研方法分析市场的能力； 2. 学会用定位体系，去进行品牌推广； 3. 学会用营销 4P 策略，做出营销策划； 4. 学会用所学营销策略，提升成交的能力。

④主要内容：市场营销的内涵、市场调研、市场细分方法、目标市场选择影响因素、市场定位方法、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、市场营销新发展。

⑤课程内单列的实训项目：市场调研方法选择、市场调查问卷制定、为产品制定 STP 战略；为企业策划营销活动。

B-7 会计基础

①课程定位：本课程为专业基础课程，与物流成本管理、商务数据分析等专业核心课程有密切的关系。通过学习，使学生掌握会计的基本理论和基本方法，能够阅读和分析基本的财务报表，能参与基本的财务管理活动。

②学分、学时： 2.5 学分， 48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具备吃苦耐劳、精益求精的工匠精神； 2. 具备遵纪守法、诚信服务、德法兼修的职业素养； 3. 具备关心国家发展和民生建设，勇于承担社会责任的担当和人文情怀； 4. 具备创新思维能力； 5. 具有合作精神； 6. 具有较强的质量意识。	1. 掌握会计基本理论、基本方法； 2. 掌握会计处理的基本要求； 3. 掌握财务管理的基本观念和基本方法； 4. 了解专业 and 行业的国家战略、法律法规和相关政策。	1. 能够对企业的的基本业务进行会计处理的能力 2. 能够初步进行财务管理的能力； 3. 能利用现代信息技术查找所需会计信息并进行基本判断和分析的能力； 4. 能够关注并解决国家发展和民生建设中的现实问题的能力。

④主要内容：会计的定义，会计的产生和发展历史，会计的基本职能，会计的目标，会计基本假设、会计核算基础和会计信息质量要求，会计要素及会计恒

等式，设置会计科目和账户，借贷记账法，制造业企业业务的核算，会计凭证，会计账簿，账务处理程序，财产清查，财务报表；创业者实现企业财务目标的策略，创业资金从何而来？筹集资金成本与筹资风险，创业者必备的财务分析方法。

⑤课程内单列的实训项目：借贷记账法的运用、主要经济业务的核算、会计凭证的填制、会计账簿的登记、会计报表的编制、决策方案的选择。

B-8 分岗平台课程 1

(1) 数字营销

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程。该课程通过对大数据、人工智能、VR、AR 等新技术的广泛应用分析。让学生能够面对技术创新，应用最新的营销模式，面对新的营销环境，保持在数字时代获得持续的营销竞争力，把学生培养成为专业的数字营销人才。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生积极的人生观和诚实守信的生活品格； 2. 增强学生数字营销素质，解决实际问题的素质； 3. 培养学生的团队协作能力。	1. 掌握各种网络营销工具，包括搜索引擎、第三方网络平台、微博、微信及公众平台、博客、网络视频剪辑软件、网络监控及统计软件等； 2. 了解各种网络营销方法、手段、流程； 3. 掌握网络营销过程的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识。	1. 具有利用网络推广方式，提升品牌网络曝光度、知名度和美誉度，并对推广效果进行分析和总结的能力； 2. 具有对网络文化、网络特性、网民心理具有深刻洞察和敏锐感知的能力； 3. 具有优秀的文案写作能力，能撰写各种不同的方案、文案。

④主要内容：数字营销概述、社会化媒体营销、移动营销、微电影营销、虚拟游戏营销、搜索引擎营销、电子商务营销 等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：社会化媒体营销实训、移动营销实训、微电影营销实训、虚拟游戏营销实训、搜索引擎营销实训、电子商务营销实训。

(2) 数字化渠道运营

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程。也是该专业实战操作技能类课程。通过理实一体化课程，使学生了解营销的方法。对于将来从事商务设计与管理或者营销方面的从业者而言，掌握渠道管理知识尤为重要。

②学分、学时：3 学分、54 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 提高学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德，坚定积极乐观的心态、良好的人际关系； 2. 健全的人格品质等优良素质，为培养一名高素质的从业者奠定基础； 3. 培养深度的业务逻辑，再结合数据智能技术，实现数据智能为业务的赋能。	1. 培养学生掌握渠道开发与设计的方法与技巧，识别与评估渠道关系的方法与技巧，化解渠道冲突的技巧； 2. 学会如何激励渠道成员的方法，学会如何在终端渠道铺货、理货以及如何建立一支高效的终端销售队伍的方法与技巧等。	1. 掌握营销渠道管理相关理论知识，熟练使用渠道管理技巧和方法，达到在各类企业从事商务助理、销售经理或市场策划等业多岗位或者在商业企业从事商场管理、连锁经营管理等岗位的岗位专业能力要求； 2. 能够承担商品渠道开发渠道管理与维护、渠道终端管理与维护等工作任务。

④主要内容：《数字化渠道运营》包括数字化渠道运营概论、渠道成员与模式、渠道战略、设计渠道结构、选择渠道成员、激励与控制渠道成员、评估渠道绩效、渠道整合、销售代理与经销、连锁与特许经营、网络分销等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：设计渠道结构、选择渠道成员、评估渠道绩效、网络分销。

(3) 第三方物流

①课程定位：本课程为专业核心课程。通过学习本课程，使学生掌握第三方物流经营管理的基本知识，增强学生的职业自豪感和社会责任感；培养学生爱岗敬业、诚信服务的职业道德以及团队合作，吃苦耐劳的职业素养。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 增强学生的职业自豪感和责任感； 2. 培养学生爱岗敬业、诚信服务的职业道德； 3. 培养学生团队合作，吃苦耐劳的职业素养。	1. 掌握第三方物流的发展史、分类等基础知识； 2. 掌握第三方物流服务项目洽谈、招投标、供应商的选择与评估方法； 3. 掌握第三方物流业务运作模式以及基本流程； 4. 掌握第三方物流信息技术的应用； 5. 了解互联网、云计算、大数据等前沿技术引领下的网络货运、云仓	1. 能进行第三方物流服务项目洽谈； 2. 能订立、履行第三方物流合同及解决第三方物流合同纠纷； 3. 能独立为客户提供运输、仓储等基本的第三方物流服务。 4. 能独立为客户提供物流金融、规划设计等第三方物流增值服务；

	等第三方物流经营新业态。	5. 能分析企业实际开展第三方物流的发展策略。
--	--------------	-------------------------

④主要内容：第三方物流基本知识、第三方物流市场、第三方物流项目招投标、第三方物流系统、第三方物流业务管理、第三方物流合同管理、第三方物流信息系统、第三方物流与电子商务以及云计算、大数据等前沿技术引领下的网络货运、云仓等第三方物流经营新业态等。

⑤课程内单列的实训项目：第三方物流企业调研、第三方物流客户服务模拟操作、第三方物流市场营销案例分析、第三方物流管理信息系统操作、第三方物流业务合同拟定、谈判与签订。

(4) 数字化客户管理

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程。对接企业的数字化转型，通过理实一体化课程，使学生了解从以产品和渠道为中心转向以客户为中心的经营。客户管理是以客户为中心的战略经营，在企业构建连接、交互、服务、营销和经营客户的能力方面发挥重要作用。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 提高学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德，坚定积极乐观的心态、良好的人际关系； 2. 健全的人格品质等优良素质，为培养一名高素质的从业者奠定基础； 3. 培养深度的业务逻辑，再结合数据智能技术，实现数据智能为业务的赋能。	1. 如何建立数字连接； 2. 如何促成用户转化； 3. 如何传递卓越体验； 4. 如何赢得客户忠诚； 5. 如何经营客户价值。	1. 掌握数字化客户管理的基础、细分客户的画像；掌握客户画像数据收集的原则和渠道； 2. 了解典型的数字化用户转化模式、移动改变用户行为的方式和特点； 3. 认识数字化环境的体验特征和 5S 原则，学会秒回客户的体验旅程； 4. 掌握可持续客户经营的方式方法、基于客户关系的价值经营、如何建立客户的指标； 5. 能够胜任电商客服主管、旅游服务客户经理、门店客户经理、物流客户经理等岗位需求。

④主要内容：《数字化客户管理》包括数字化时代的三个技术驱动力、数字化客户管理基础、金融投资者的画像、移动用户画像应用、社交用户画像应用、客户画像数据收集、客户洞察分析的 SMART 方法、管理客户的组合、以客户为中心的数字化连接、典型的数字化用户转化模式、数字化环境的体验特征和 5S 原则、描绘客户的体验旅程、客户忠诚度维护、可持续客户经营等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目： 细分客户画像、客户画像数据收集与分析、客户体验旅程描绘、数字化客户忠诚计划运营设计。

(2) 专业核心课程。

专业核心课程设置 8 门。包括： 导游实务、定制旅行策划、茶旅研学实务、景区数字化运营与管理、旅游产品设计与策划、旅游融媒体运营、分岗平台课程 2、分岗平台课程 3。

C1 导游实务

①课程定位： 该课程是高职旅游管理专业的专业核心课，是全国导游资格考试的必考课程。课程对接旅游基础岗位（景区导游、地陪、全陪、领队），使学生掌握四种导游服务工作程序、知识规范、服务技能，并初步具备带团过程中特殊问题的应变和处理能力。

②学分、学时： 2.5 学分，48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生强烈的爱国主义意识、集体主义思想； 2. 培养学生“讲好家乡故事、传承优秀传统文化”的职业使命； 3. 增强学生的职业荣誉感，培养学生精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度； 4. 培养学生主动服务他人、服务社会的意识和甘于奉献的情怀。	1. 了解导游员的基本概念、工作职责； 2. 掌握景区导游、地陪、全陪、领队的服务流程和服务规范； 3. 掌握带团过程中特殊情况的处理方法。	1. 能够按照景区导游、地陪、全陪、领队的服务流程和服务规范独立完成导游服务； 2. 能够与旅游者建立良好的人际关系； 3. 导游语言正确通顺，语言语调较好，中文导游员的普通话表达清楚、流畅，语音、语调正确、亲切，导游体态大方得体； 4. 能够独立处理旅行中发生的一般问题。

④主要内容： 对景区导游、全陪、地陪、领队进行岗位剖析，参照最新旅游行业标准，确定教学内容为六个典型学习项目： 导游工作认知；景区导游带团；地陪导游带团、全陪导游带团、领队带团、带团特殊情况应变与处理。

⑤课程内单列的实训项目： 景区导游实训（红色讲解员实训）、地陪导游实训（蓝色海洋研学团实训）常见问题及事故的预防和处理。

C2 定制旅行策划

①课程定位：该课程是旅游管理专业的专业核心课程，通过学习定制旅行的概念、模拟定制旅行的首呼、制定定制旅行的方案，培养学生优质服务理念和专业技能，引导学生树立文化自信、旅游强国等观念，为以后工作中提高竞争力奠定坚实的基础。

②学分、学时：2.5 学分，48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生爱岗敬业的职业素养； 2. 增强学生的创新思维和个性化服务意识、安全意识、环保意识； 3. 增强学生民族自信、民族自豪感，培养学生的家国情怀。	1. 了解国际旅行发展趋势； 2. 掌握旅行方案定制的沟通技术； 3. 了解国际旅游资源的基本知识； 4. 掌握定制旅行方案设计的基本步骤； 5. 掌握视觉设计的基本知识； 6. 掌握销售技巧、财务管理及相关的知识。	1. 培养较强的沟通、组织、协调、应变能力。 2. 培养较好的语言、文字表达能力，可以独立完成文案写作。 3. 培养熟练使用办公自动化常用软件的能力。 4. 提高外语听、说、读、写能力。 5. 培养文案的设计能力和相关营销能力。

④主要内容：国际旅行发展趋势、沟通技术、需求分析与期望管理、国际旅游资源分析、定制旅行方案设计、定制旅行方案视觉设计、预定操作及客户关怀等内容。

⑤课程内单列的实训项目：模拟首呼、制定定制旅行方案

C3 茶旅研学实务

①课程定位：该课程是高职旅游管理专业的专业核心课。课程对接研学旅行执业人岗位要求，依托地方特色茶资源，通过对我国茶文化、茶旅研学业务操作流程、操作技巧及安全管理的學習，使学生具备茶旅游研学课程设计及实施的能力。

②学分、学时：2.5 学分，48 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生在茶研学旅行中感受祖国大好河山，感受中华优秀传统文化，增强对坚定“文化自信”的理解与认同； 2. 培养学生学会生存、学会做人做事、成为具有强健魄、坚强意志和正确世界观、人生观、价值观的研学职业人； 3. 培养学生服务地方、服务社会的社会责任感。	1. 了解我国茶的历史、茶分类、中外茶文化； 2. 掌握茶旅研学业务操作流程、操作技巧及安全管理； 3. 掌握本地茶文化。	1. 能够进行茶旅研学线路设计； 2. 能够根据要求，合理开发茶旅研学课程，设计研学产品； 3. 能够进行教案、讲课稿等文字撰写工作。

④主要内容：对景区导游、全陪、地陪、领队进行岗位剖析，参照最新旅游行业标准，确定教学内容为六个典型学习项目：导游工作认知；景区导游带团；地陪导游带团、全陪导游带团、领队带团、带团特殊情况应变与处理。

⑤课程内单列的实训项目：

导游实务基础-景区导游实训（红色讲解员实训）、地陪导游实训（蓝色海洋研学团实训）常见问题及事故的预防和处理。

C4 景区数字化运营与管理

①课程定位：该课程是旅游管理专业的专业核心课程，通过对旅游景区运营与管理内容与方法的学习，使学生初步具备相关的专业理论素养和操作技能，引导学生树立美丽中国、文化自信、旅游乡村振兴等观念。

②学分、学时：2.5 学分、48 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 树立学生的形象意识、服务意识，强化旅游职业素养； 2. 树立生态文明意识； 3. 坚定学生的中国文化自信，增强民族责任感	1. 了解我国景区数字化运营与管理的现状； 2. 掌握景区产品的特点； 3. 掌握景区项目管理内容；	1. 培养学生旅游审美能力； 2. 能够分析景区产品的特点； 3. 具备景区数字化运营与管理的初步规划能

与使命感； 4. 激发热爱旅游专业的情感。	4. 掌握旅游景区数字化运营服务能力规划； 5. 掌握景区数字化建设的框架与路径； 6. 掌握景区数字化运营与管理评价体系。	力； 4. 能够搭建景区数字化建设的框架； 5. 能够优化景区数字化运营与管理评价体系，并对现有运营与管理存在的问题进行总结，提出解决方案。
--------------------------	--	--

④主要内容：旅游景区的分类与性质；旅游景区产品的特点与构成；旅游景区服务管理；旅游景区容量和项目管理；旅游景区数字化运用规划；旅游景区数字化运营运行与控制；景区运营与管理的趋势与前沿。

⑤课程内单列的实训项目：景区导游解说；景区项目设计与策划；景区资源调查实训；景区数字化运营建设实训；景区数字化运营与管理评价体系制定实训。

C5 旅游产品设计与策划

①课程定位：本课程是旅游管理专业的专业核心课程。课程融旅游产品开发的理念、观点、方法以及措施，通过讲解、案例分析、调查、开发设计等形式，使学生初步掌握旅游产品开发与设计的基本方法和技巧，形成高度负责、爱岗敬业的职业素养，为将来的旅行社工作奠定基础。

②学分、学时：4 学分，72 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生高度的责任心、事业心和良好的职业道德素养； 2. 培养学生民族自豪感、弘扬中国精神、凝聚中国力量； 3. 增强学生的文化自信。	1. 对旅游产品有总体认知； 2. 理解旅游产品开发与设计的理论与实际； 3. 掌握旅游产品的含义、分类、构成要素，以及旅游产品开发与设计的准则、路径和方法等方面的理论知识； 4. 理解旅游产品的市场基础和发展演化。	1. 能够准确地对旅游产品进行市场细分和市场定位； 2. 能够按客户特点和要求设计旅游产品与旅游线路； 3. 能完成旅游产品的分类设计方案； 4. 能够进行旅行社产品的成本核算，并熟练地对旅游产品定价； 5. 能够较熟练地操作旅游产品设计软件。

④主要内容：旅游产品及其开发认知、休闲旅游产品开发与设计、会展旅游产品开发与设计、奖励旅游产品开发与设计、商务差旅产品开发与设计、自由行

产品开发与设计。

⑤课程内单列的实训项目：休闲旅游产品设计实训、展旅游产品设计实训、奖励旅游产品设计实训、商务差旅产品设计实训、自由行产品设计实训。

C6 旅游融媒体运营

①课程定位：该课程是旅游管理专业的专业核心课程，通过对旅游融媒体运营内容与方法的学习，使学生初步具备相关的专业理论素养和操作技能，培养学生的创新精神、创新意识、沟通交流和团队协作能力。

②学分、学时：4 学分，72 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 树立学生的形象意识、服务意识，强化旅游职业素养； 2. 坚定学生的中国文化自信，增强民族责任感与使命感； 3. 具有不断学习新知识、接受新事物的进取精神。	1. 了解旅游融媒体的本质； 2. 掌握旅游融媒体的视频内容的创作； 3. 掌握专业化旅游融媒体视频内容的前期创作； 4. 掌握旅游融媒体视频内容创作的拍摄和制作环节； 5. 掌握旅游融媒体内容创作的运营； 6. 了解旅游融媒体内容创作的管理； 7. 掌握旅游融媒体内容创作的推广。	1. 能够知晓旅游融媒体的发展； 2. 能够分辨旅游融媒体视频内容的种类； 3. 能够辅助完成旅游融媒体视频内容的前期创作； 4. 能够熟记旅游融媒体内容创作拍摄的环节； 5. 能够初步完成旅游融媒体运营。

④主要内容：认识旅游融媒体、旅游融媒体的视频内容的创作、专业化旅游融媒体视频内容的前期创作、旅游融媒体视频内容创作的拍摄和制作环节、旅游融媒体内容创作的运营、旅游融媒体内容创作的管理、旅游融媒体内容创作的推广。

⑤课程内单列的实训项目：旅游融媒体文案制作实训、旅游融媒体视频创作实训、旅游融媒体推广实训。

C-7 岗位平台课程

(1) 社会化媒体营销

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。该课程通过丰富的最新案例说明了社会化媒体如何以及为什么会在企业的市场营销活动中发挥巨大作用。培养学生运用社会化思维分析营销问题和解决营销问题能力的一门重要的应用课程。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生积极的人生观和诚实守信的生活品格； 2. 培养学生良好的职业道德、诚实守信、爱岗敬业； 3. 培养学生的团队协作能力 4. 培养学生较强的责任心和吃苦耐劳的职业精神。	1. 了解社会化媒体主要内容，掌握与社会化媒体必备的基础概念； 2. 掌握社会化媒体基本营销原理； 3. 了解社会化媒体的基本营销手段，掌握营销手段运用方法； 4. 结合课程基本知识去分析营销策略。	1. 具有探究学习、终身学习、职业判断、分析问题和解决问题的能力； 2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力； 具备在社会、健康、安全、 3. 法律、文化、环境等实际约束下，编制可行营销策划方案的能力。

④主要内容：《社会化媒体营销》包括水平式变革、社会化媒体战略计划、社会化消费者、数字社区、社会化社区、社会化发布、社会化娱乐、社会化商务、利用社会化媒体研究消费者行为、社会化媒体测量指标等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：社会化消费者、数字社区、社会化社区、社会化发布、社会化娱乐、社会化商务、利用社会化媒体研究消费者行为、社会化媒体测量指标。

(2) 综合电商平台运营

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。课程包含了电商运营和营销的基础知识、店铺规划、直通车引流、钻展推广、活动营销、内容营销、渠道营销、数据分析、店铺优化、移动电商和跨境电商等时下常用与流行的运营与营销知识，以帮助电商从业人员更好地管理和发展店铺，获得更多的竞争优势，成为电商市场中的常青树。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 除了对常规运营类岗位需要的沟通协调能力和组织策划	1. 掌握网店页面规划、网店促销规划；	1. 学生应能独立完成电商的运营与营

<p>能力、推广营销能力、办公操作能力、团队管理能力等有要求之外，对文字表达能力、热点跟进能力、用户洞察能力、资源整合能力、数据分析能力的要求相对更高；</p> <p>2. 学生应能独立完成电商的运营与营销。</p>	<p>2. 掌握聚划算、淘金币活动营销；</p> <p>3. 掌握直播、微博、微信营销的操作方法；</p> <p>4. 掌握淘宝 SEO 优化的方法；</p> <p>5. 掌握标题优化、宝贝主图优化、宝贝详情页优化的方法。</p>	<p>销；</p> <p>2. 掌握电商运营的核心思路和方法，及时了解运营类岗位的职责要求和能力清单，以便有针对性地学习和提高，不断提升电商运营能力。</p>
--	---	---

④主要内容：电商运营与营销基础、做好店铺规划提高转化率、直通车引流打造店铺爆款、钻展推广定位精准人群、活动营销引爆店铺流量、内容营销直击买家痛点、渠道营销提高店铺知名度、数据分析诊断运营情况、店铺优化提高转化率与销量、移动电商全方位覆盖人群、跨境电商走向国际化等。

⑤课程内单列的实训项目：淘宝店铺运营、跨境店铺运营、新媒体运营、微店运营。

(3) 国际物流

①课程定位：数字商务专业群的专业核心课程。课程旨在培养学生掌握国际物流流程知识，保质保量适时地完成国际物流任务。培养学生求德向善、求真务实、遵纪守法的素质；树立制度自信、文化自信；增强团队合作与应变、承压能力。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 培养学生求德向善、求真务实的职业道德，遵纪守法的法律意识；</p> <p>2. 培养学生制度自信，文化自信与民族自豪感，以及自尊、自立、自强的个人品格；</p> <p>3. 培养学生团队合作、认真细致的职业素养；</p> <p>4. 培养学生分析问题，解决问题以及应变，承压，创新等综合素质。</p>	<p>1. 认知国际物流系统与国际物流网络；</p> <p>2. 了解国际运输涉及到的方方面面的法律、标准、规定等知识；</p> <p>3. 掌握班轮运输和租船运输相关知识；</p> <p>4. 掌握国际空运物流相关知识；</p> <p>5. 了解国际铁路物流相关知识；</p> <p>6. 了解集装箱与国际多式联运物流相关知识。</p>	<p>1. 能够选择合理的国际物流运输方式；</p> <p>2. 能够缮制各种国际物流相关单据；</p> <p>3. 具备租船订舱、处理海运货运事故的能力；</p> <p>4. 具备计算国际航空运输运费，合理选择国际空运方式，处理国际空运物流中的货运事故的能力；</p> <p>5. 具备国际铁路货物联运费用的计算和核收的能力；</p> <p>6. 能够计算或估算集装箱海运运费。</p>

④主要内容：认知国际物流与国际贸易、国际物流系统与国际物流网络、国际货物的包装与仓储业务、国际货物运输的组织与代理、国际货物的代理报检与代理报关、国际海运物流、国际空运物流、国际铁路物流、集装箱与国际多式联运物流、国际物流服务与管理。

⑤课程内单列的实训项目：国际物流多式联运运费计算、国际物流单据填报、国际物流保险理赔分析。

(4) 客户管理综合实务

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。课程包含了客户信息管理、客户分级管理、客户信用管理、客户渠道管理、客户贷款管理，以帮助客户服务主管及经理人更好地管理和发展企业客户关系，获得更多的竞争优势，创造更大的效益。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 提高学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德，坚定积极乐观的心态、良好的人际关系； 2. 健全的人格品质等优良素质，为培养一名高素质的从业者奠定基础； 3. 培养深度的业务逻辑，再结合数据智能技术，实现数据智能为业务的赋能。	1. 通过课程学习，使学生学会制定客户开发战略； 2. 制定和维护提升客户价值的策略和行动方案； 3. 手机、分析、保存和传播有关的信息； 4. 撰写建议书、促进合同谈判的顺利进行。	1. 能够最大限度地挖掘企业与客户做生意的潜力； 2. 能够逐步与客户权力层建立联系； 3. 能够协调团队之间的工作，确保在客户事务上达成一致； 4. 能够对客户的问题、投诉和快速业务作出迅速的反应。

④主要内容：客户信用管理、客户渠道管理、客户促销管理、客户贷款管理、客服团队管理、项目工程跟进管理、代理商及相关加盟店沟通、新客户开发及客户维护、客户资料数据库建设管理等方面。

⑤课程内单列的实训项目：客户信息管理必备制度与表格、客户分级管理必备制度与表格、客户开发管理必备制度与表格、客户服务管理必备制度与表格。

C-8 岗位平台课程 3

(1) 全网营销

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。通过课程的学习，使学生能够根据企业的实际情况制定出相应的网络营销解决办法，并最终帮助企业解决网络营销中的实际问题，让企业在激烈的市场竞争上求得生存和发展。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1、培养学生积极的人生观和诚实守信的生活品格； 2. 增强学生全网营销素质，解决实际问题的素质； 3. 培养学生的团队协作能力。	1. 了解有关网络营销环境、熟悉网络营销流程，掌握网络营销基本实质； 2. 掌握网络市场调研的内容与主要方法，以及商情分析等方面的知识； 3. 掌握网络营销过程的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识。	1. 具有利用网络工具开展市场调研、收集处理商务信息、撰写商情报告的能力； 2. 具有运用网络工具开展公关活动、进行公关策划的能力，如站点宣传策划、网络广告策划等； 3. 具有网络营销策略综合运用能力。

④主要内容：认知网络营销、搜索引擎营销、社会化媒体营销、网络视频营销、网络广告营销、软文营销、事件营销、病毒营销、全网营销策划、网站推广策划、品牌营销策划、产品营销策划等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：搜索引擎营销策划、社会化媒体营销策划、网络视频营销策划、网络广告营销策划、软文营销策划、事件营销策划、病毒营销策划、全网营销策划、网站推广策划、品牌营销策划、产品营销策划。

(2) 跨境电商平台运营

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。本课程开设的目的是使本专业学生在学习了跨境电商和国际贸易等基本知识的基础上，着重掌握运营第三方电子商务平台。通过本课程的学习，学生应能达到根据设定目标或载体进行跨境电子操作的基本要求。

②学分、学时：3 学分、54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生互联网思维和数字化的意识； 2. 培育协同共生的跨境电商理念。	1. 理解跨境电商的基本含义，掌握常见的跨境第三方平台的特点、店铺注册的规定和要求； 2. 掌握中国邮政小包、大包、EUB、四大国际商业快递等的特点、包装尺寸、价格、优劣势等； 3. 熟悉速卖通的选品规则，掌握产品信息化处理方法； 4. 掌握速卖通等平台规则，进行产品发布和推广；掌握产品标题	1. 能完成跨境店铺注册并获得平台认可通过； 2. 能熟悉速卖通产品的品类、描述并运用后台数据形成某类产品的行业分析报告； 3. 能够从平台选择产品，并处理图片，能够发布产品，并能利用平台进行推广； 4. 能够对产品标题、产品详情进行优化，对产品和店铺进行

	优化、图片优化、详情优化的一般方法； 5. 熟悉订单处理、发货、收款、售后及客户维护等方法。	营销和推广； 5. 能灵活处理订单业务、发货、出境报检报关，掌握收款、售后服务及争议处理。
--	---	--

④主要内容：内容包括跨境电商概述、跨境电商第三方平台、选品与商品定价、商品发布与优化、跨境电商营销、跨境电商支付、跨境电商物流、跨境电商客户服务和进口跨境电商。

⑤课程内单列的实训项目：跨境店铺注册；跨境物流与海外仓操作；海外市场调研；跨境选品操作；产品信息化操作；产品定价；产品发布；跨境店铺优化及推广操作；订单处理；发货操作；出境报检报关操作；收款、售后服务及客户维护；纠纷处理。

（3）物流案例分析与实践

①课程定位：本课程为专业核心课程，通过本课程使学生能运用专业知识分析供应物流、生产物流、销售物流等典型企业物流案例，提高学生实践能力和综合分析能力，培养学生团队协作、精益求精等职业素养，具有创新意识、战略意识。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具有诚信、服务、拼搏、进取等优良品质； 2. 培养学生精益求精、严谨、专业工匠精神； 3. 培养学生追求服务质量意识； 4. 培养学生团队协作能力； 5. 增强学生创新意识、竞争意识、战略意识。	1. 掌握物流活动的全貌 2. 掌握物流战略与物流规划基本方法； 3. 掌握现代采购与生产物流基本理论； 4. 掌握供应链角度下销售、配送模式； 5. 掌握现代物流技术、物流信息系统在企业中的运用。	1. 能初步分析企业物流战略、规划能力； 2. 能分析现代采购和生产物流能力； 3. 能分析供应链下配送运营能力； 4. 能分析物联网、大数据、云计算背景下物流技术、信息系统在企业中的应用及效益能力。

④主要内容：物流战略与规划；采购与生产物流；销售物流；配送与供应链管理；物流信息化；客户服务与服务质量。

⑤课程内单列的实训项目：海尔、宝钢企业的物流战略与物流规划案例分析；一汽大众、丰田生产物流案例分析；国美电器、7-11 销售物流案例分析；雅芳、中储配送与供应链案例分析；宝供、松下现代物流信息化案例分析；京东、亚马逊智能无人仓案例分析。

(4) 客户服务部精细化管理

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。本课程着重掌握为客户服务人员提供各种可以借鉴的执行流程、制度范例、工具表单和文书模板等。通过本课程的学习，学生应能达到高效开展客户调研、科学管理客户信息，帮助企业提高客服人员职业素养，优化完善客服管理流程。

②学分、学时：3 学分，54 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养以客户为中心的理念； 2. 养成以客户为中心的思维习惯。	1. 客户服务部职能管理分析与设计； 2. 客户调研管理； 3. 客户信息管理； 4. 客户信用管理； 5. 客户抱怨与投诉管理； 6. 售后服务管理。	1. 以部门和岗位为基础，提供分层化、工具化、实务化、精细化的解决方案； 2. 列出客服管理的主要流程图，对流程图中的关键节点进行细化说明； 3. 制作出细化、可执行的范本，实现“拿来即用”； 4. 制作出规范化的各类文书、方案，客服人员可以直接套用或稍改即用。

④主要内容：客户信息管理、客户信用管理、客户抱怨与投诉管理、售后服务管理、大客户服务管理、电商客服管理等。

⑤课程内单列的实训项目：制定绩效考核量表、客户服务部工作业务管理工具设计、客户信息调研流程与客户调研管理表单、客户信用岗位考核量表、客户管理岗位考核量表、大客户服务岗位考核量表、电商客服岗位考核量表。

(3) 专业拓展课程。

专业拓展课程包括世界旅游地理、旅游文化、食品与营养、跨文化交际、主题客房设计、面试技巧、客源国概况、塑身瑜伽、品牌企业经典案例赏析、主题宴会设计、PS 图像处理、消费心理学、新媒体营销、休闲产业管理、商务英语翻译。

专业拓展课至少选 7 门，每门课程是 1 学分、20 学时，总学分不少于 7 学分，其中第 3 学期不少于 3 门，第 4 学期不少于 2 门，第 5 学期不少于 2 门。

3. 综合实训

综合实训是本专业必修的综合性训练课程。通过综合实训，使学生了解旅游管理行业现状及发展趋势、企业文化、岗位设置及运作流程，掌握导游业务、旅

游线路策划与设计、旅行社经营与管理、旅游销售、创业创新等基础理论知识和专门知识，提高导游员、旅行社计调、旅游策划、景区服务与管理等实际工作的基本能力，增强爱岗敬业、吃苦耐劳、团队合作、精益求精、诚实守信等素质，获得导游员资格证书、助理旅游计调师资格证书、定制旅行管家服务 1+X 证书(初级)职业技能等级证书。

4. 顶岗实习

顶岗实习是专业重要的实践性教学环节。通过顶岗实习，使学生更好地将理论和实践结合，全面巩固和锻炼学生的职业技能和实际岗位工作能力，为就业奠定坚实基础。本专业顶岗实习主要使学生了解旅游行业现状及发展趋势、企业文化、岗位设置及运作流程，掌握旅行社经营与管理、景区运营与管理等基础理论知识和专门知识，应用导游业务、旅游策划、客户关系管理等知识，增强学生爱岗敬业、吃苦耐劳、团队合作、精益求精、诚实守信等素质，提高从事旅游管理等实际工作的能力。

顶岗实习安排，应认真落实教育部、财政部《高等职业学校学生实习管理办法》有关规定，并参照教育部《职业学校专业（类）顶岗实习标准》的有关要求，保证学生顶岗实习岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致，内容符合标准要求。

十一、教学时间安排及课时建议

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（含复习考试），累计假期 12 周。总学时数不低于 2500 学时，课程开设顺序和周学时安排，学校可根据实际情况调整。

1. 教学时间安排建议表

学年	周数	内容	复习考试	机动	假期	全年周数
		教学（含理实一体教学及专门化集中实训）				

一	36	2	2	12	52
二	36	2	2	12	52
三	38（其中，顶岗实习 19 周）	1	1	5	45

2. 授课计划安排建议表

遵循职业教育规律，按照公共基础课程模块、专业课程模块和集中实践性模块依次开展，编制本专业人才培养教学计划。

根据培养目标，本专业共开设按照**公共基础课程模块**，**公共必修** 13 门，学分为 23 分，占总学分 16.43%；学时为 377 学时，其中理论教学 191 时，实践教学 186 学时；公共限定选修学分 19 分，占总学分 13.57%；学时为 322 学时，其中理论教学 274 时，实践教学 48 学时；公共任意选修学分 2 分，占总学分 1.43%；学时为 40 学时，其中理论教学 40 时，实践教学 0 学时。

专业基础课程 8 门，学分为 22 分，占总学分 15.71%；学时为 399 学时，其中理论教学 168 时，实践教学 231 学时。

专业核心课程 8 门，学分为 24 分，占总学分 17.15%；学时为 444 学时，其中理论教学 168 时，实践教学 276 学时。

专业拓展课程，选修学分 7 分，占总学分 5%；学时为 140 学时，其中理论教学 140 时，实践教学 0 学时。

集中性实践课程模块 15 门，学分为 43 分，占总学分 30.71%；学时为 1032 学时。

三年内共计完成 140 学分，2754 学时，其中实践教学 1773 学时，占总学时的 64%。

学时、学分数分配表见 4，教学进程安排见表 5-表 9。

表 4 旅游管理专业课程体系学时、学分数分配表

课程体系	课程类别	学分	学分占(%)	总学时	理论学时	实践学时
公共基础课程	公共必修课程	23	16.43	377	191	186

模块	公共限定选修课程	19	13.57	322	274	48
	公共任意选修课程	2	1.43	40	40	0
	小计	44	31.43	739	505	234
专业课程 模块	专业基础课程	22	15.71	399	168	231
	专业核心课程	24	17.15	444	168	276
	专业拓展课程	7	5	140	140	0
	小计	53	37.86	983	476	507
集中性实践课 程模块	国防教育(军事技能训练与专业教育)	2	1.43	48	0	48
	劳动教育	1	0.71	24	0	24
	综合实训	24	17.14	576	0	576
	顶岗实习	16	11.43	384	0	384
	小计	43	30.71	1032	0	1032
合计		140	100	2754	981	1773
总学时/最低修读学分			2754/140			

表5 旅游管理专业教学进程表(公共基础课程模块)

课程 编号	课程 名称	课程 类别	总 学 分	总 学 时	学时安排		学年/周数/学时						
							第一学年		第二学年		第三学年		
					理 论	课内 实验	1 15周	2 15周	3 12周	4 12周	5 9周	6 0周	
A-1	思想道德修养与法律基础	理+实	3	48	32	16	3						
A-2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	理+实	4	64	48	16		4					
A-3	形势与政策	理论	1	40	40	0							
A-4	体育与健康 I	理+实	2	30	2	28	2						
A-5	体育与健康 II	理+实	2	30	2	28		2					
A-6	体育与健康 III	理+实	1	12	2	10			1				
A-7	体育与健康 IV	理+实	1	12	2	10				1			
A-8	大学生心理健康教育	理+实	2	36	20	16	2						
A-9	军事理论	理论	2	36	20	16		2					
A-10	职业规划与就业指导 I	理+实	1	15	10	5	1						
A-11	职业规划与就业指导 II	理+实	1	9	0	9						1	
A-12	大学生创新创业训练教程	理+实	2	30	12	18		2					
A-13	创新创业实践实战课	理+实	1	15	1	14		1					
公 选 修	A-14	高等数学 I	理论	2	30	30	0	2					
	A-15	高等数学 II	理论	2	30	30	0		2				

共 选 修 课	课	A-16	大学英语 I	理论	3	60	60	0	4				
		A-17	大学英语 II	理论	3	60	60	0		4			
		A-18	大学语文 I	理论	2	30	30	0	2				
		A-19	大学语文 II	理论	2	30	30	0		2			
		A-20	信息技术与人工智能	理+实	2	30	10	20			2		
		A-21	安全教育	理+实	1	16	8	8					
		A-22	大学美育 I	理+实	1	18	8	10	1				
		A-23	大学美育 II	理+实	1	18	8	10			1		
	任 意 选 修 课	D-1 至 D-50	学院统一公选课	理论	1	20	20	0					
		D-51 至 D-100	平台课程	理论	1	20	20	0					
合计					44	739	505	234	17	22	1	1	1

表 6 旅游管理专业教学进程表（专业基础课程和专业核心课程）

课程 性质	课程 编号	课程 名称	课程 类别	总 学分	总 学时	学时安排		学年/周数/学时					
								第一学年		第二学年		第三学年	
						理论	课内 实验	1	2	3	4	5	6
								15 周	15 周	12 周	12 周	9 周	0 周
专 业 技 术 基 础 课 程	B-1	商学基础	理+实	3.5	60	30	30	4					
	B-2	互联网应用技术	理+实	2.5	45	20	25	3					
	B-3	旅游基础知识	理+实	3.5	60	30	30		4				
	B-4	法律实务	理+实	2.5	48	20	28			4			
	B-5	公共关系与商务礼仪	理+实	2	36	10	26			3			
	B-6	市场营销	理+实	2.5	48	20	28				4		
	B-7	会计基础	理+实	2.5	48	24	24				4		
	B-8	分岗平台课程 1	理+实	3	54	14	40					6	
	小计				22	399	168	231	7	4	7	8	6
专 业 核 心 课 程	C-1	导游实务	理+实	2.5	48	20	28			4			
	C-2	定制旅行策划	理+实	2.5	48	20	28			4			
	C-3	茶旅研学实务	理+实	2.5	48	20	28			4			
	C-4	景区数字化运营与管理	理+实	2.5	48	20	28			4			
	C-5	旅游产品设计与策划	理+实	4	72	30	42				6		
	C-6	旅游融媒体运营	理+实	4	72	30	42				6		
	C-7	分岗平台课程 2	理+实	3	54	14	40					6	

C-8	分岗平台课程 3	理+实	3	54	14	40					6	
	小 计		24	444	168	276	0	0	16	12	12	

表 7 旅游管理专业教学进程表（专业拓展课程）

课程性质	课程编号	课程名称	课程类别	总学分	总学时	教学内容学时分配		学年/学期/学时					
						理论	课内实验	第一学年		第二学年		第三学年	
								1	2	3	4	5	6
专业选修课	D-101	世界旅游地理	理论	1	20	20	0			2			
	D-102	旅游文化	实践	1	20	0	20			2			
	D-103	食品与营养	理论	1	20	20	0			2			
	D-104	跨文化交际	理论	1	20	20	0			2			
	D-105	主题客房设计	理论	1	20	20	0			2			
	D-106	面试技巧	理论	1	20	20	0			2			
	D-107	客源国概况	理论	1	20	20	0				2		
	D-108	塑身瑜伽	理论	1	20	20	0				2		
	D-109	品牌企业经典案例赏析	理论	1	20	20	0				2		
	D-110	主题宴会设计	理论	1	20	20	0				2		
	D-111	PS 图像处理	理论	1	20	20	0				2		
	D-112	消费心理学	理论	1	20	20	0					2	
	D-113	新媒体营销	理论	1	20	20	0					2	
	D-114	休闲产业管理	理论	1	20	20	0					2	
	D-115	商务英语翻译	理论	1	20	20	0					2	
合 计				7						周 6	周 4	周 4	

表 8 学院公共任意选修课一览表

编码	课程性质	课程名称	开课系部	课程性质
D-1	文化类课程	水文化	水利工程系	公共任意选修课
D-2		中国水利史	水利工程系	公共任意选修课
D-3		传统文化与吟诵	基础教学部	公共任意选修课
D-4		数学文化	基础教学部	公共任意选修课
D-5		体育文化与欣赏	基础教学部	公共任意选修课
D-6	艺术类课程	美术鉴赏	建筑工程系	公共任意选修课

D-7		影视鉴赏	信息工程系	公共任意选修课
D-8		书法教程	信息工程系	公共任意选修课
D-9		摄影技术	信息工程系	公共任意选修课
D-10		文学鉴赏	基础教学部	公共任意选修课
D-11		音乐欣赏	学生工作处	公共任意选修课
D-12		中外音乐史	学生工作处	公共任意选修课
D-13	人文素养课程	环境学概论	资源与环境系	公共任意选修课
D-14		无人机操控技术	机电工程系	公共任意选修课
D-15		计算机组装与维护	信息工程系	公共任意选修课
D-16		网页制作	信息工程系	公共任意选修课
D-17		大数据	信息工程系	公共任意选修课
D-18		公共关系学	经济管理系	公共任意选修课
D-19		投资与理财	经济管理系	公共任意选修课
D-20		管理学	商务管理系	公共任意选修课
D-21		市场营销	商务管理系	公共任意选修课
D-22		演讲与口才	基础教学部	公共任意选修课
D-23		应用文写作	基础教学部	公共任意选修课
D-24		合同法规	基础教学部	公共任意选修课
D-25		科学健身	基础教学部	公共任意选修课
D-26		普通话基础	基础教学部	公共任意选修课
D-27		数学建模	基础教学部	公共任意选修课
D-28		工程数学	基础教学部	公共任意选修课
D-29		心理学与生活	学生工作处	公共任意选修课
D-30		网络平台课程	教务与科研处	公共任意选修课

表 9 旅游管理专业教学进程表（集中性实践课程模块）

单位：周

编号	类别	实践教学内容	学分	实践教学时间安排		
				第一学年	第二学年	第三学年

			1	2	3	4	5	6	
E-1	国防教育、劳动教育	国防教育(军事技能训练及入学教育)	2	2					
E-2	教育	劳动教育	1		1				
	小 计		3	2	1				
E-3	综合实训	企业认知	1	1					
E-4		导游技能训练	1		1				
E-5		乘务实训	1		1				
E-6		定制旅行策划	1			1			
E-7		景区数字运营实训	1			1			
E-8		职业技能训练 1	4			4			
E-9		专业实训	1				1		
E-10		旅游大数据分析实训	1				1		
E-11		职业技能训练 2	1				1		
E-12		分岗平台课程实训 1	3					3	
E-13		分岗平台课程实训 1	3					3	
E-14		分岗平台课程实训 1	3					3	
		小 计		24	1	2	6	6	9
E-15		顶岗实习		16					19
总 计(周)			43	3	3	6	3	9	

十二、教学实施建议

1. 教学要求

公共基础课教学应结合旅游专业人才培养模式及课程定位确定教学目标、教学模式，注重和专业课程的衔接，有针对性的采取任务驱动、项目导向等教学方法引导学生积极思考、乐于实践，调动学生学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。

专业课坚持“校企合作、工学结合”，利用旅游资源与规划模拟实训室、OTA运营实训室、旅游实景互动实训室、旅行社运营与管理沙盘模拟实训室、职

业技能培训等校外实训基地，按照旅游产品策划、景区数字化运营与管理、定制旅行策划、旅游融媒体运营等岗位群的能力要求，以“教学外置、分段轮换、交替穿插、半工半读”等形式，结合项目教学、案例教学、情境教学等教学方法，强化理论与实践一体化，突出“做中学、做中教”的职业教育教学特色。运用山东省精品资源课平台、国家职业教育资源库、蓝墨云班课、旅行平台等信息化手段，开展第二课程，将学生自学同教师课上引导有机结合，发挥学生主体作用，提升教学效率。

2. 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、图书及数字化资源等。

（1）教材选用要求

所选教材的内容以市场需求为导向，能够反映新知识、新技术，选用了近三年出版的高职高专教材，优先选用了国家级、省部级获奖高职教材和能够反映先进技术发展水平的国家级、省部级“十三五”规划教材，与行业企业合作开发的专业课程教材，与1+X 职业技术职业资格证书考核相结合教材。

（2）图书资料配备要求

图书馆建筑面积 2.317 万平方米，流通藏书 75 万余册，服务设施完善，服务手段先进，服务水平高，能够满足旅游管理专业群人才培养、专业建设、教科研等工作需要，方便师生查询、借阅，且定期更新。主要包括：《旅游产品的营销与推销》、《导游服务规范》、《旅行社出境旅游服务规范》、《行业标准管理办法》、《导游服务管理规定》、《中国度假休闲旅游发展示范案例精编》等技术类和案例类图书，以及《旅游学刊》、《中国旅游研究》、《旅游科学》、《地理与地理信息科学》、《旅游纵览》等专业学术期刊。

（3）数字资源配备要求

本专业已建成《前厅客房服务与管理》省级精品资源共享课，建成《指尖上

的山东旅游》、《商务礼仪与职场处世》在线开放课程，建有数字文旅虚拟仿真实训中心，实现资源共享。

引进空中乘务、旅行定制、数字文旅数字化教学平台，该平台由专业资源库、专业素材库、课程资源库、文献资源库组成，引进先进课程资源，增加示范课视频等。

3. 学习评价

根据本专业培养目标和以人为本的发展理念，建立科学的评价标准。学习评价体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，邀请家长、合作旅行社及线上旅行平台参与。注重校内评价与校外评价相结合，职业技能鉴定与学业考核相结合，教师评价、学生互评与自我评价相结合，过程性评价与结果性评价结合。

学习评价采用学习过程评价、作业完成情况评价、实际操作评价、期末综合考核评价等多种方式。根据不同课程性质和教学要求，可以通过笔试、口试、实操、项目作业等方法，考核学生的专业知识、专业技能和工作规范等方面的学习水平。

学习评价不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更要关注在实践中运用知识与解决实际问题的能力水平，重视节能环保、绿色发展、规范操作、安全生产等职业素质的形成。

4. 质量管理

实行系部、教研室两级督导和学校、教研室、学生三级监控制度。将教学督导、同行评教、企业评教、学生评教、教师评学等手段联合使用，建立教学常规检查、专项检查、随机抽查制度，定期公布检查结果，定期开展公开课、示范课等教研活动。

依托学校专业建设和教学质量诊断与改进制度，健全旅游管理专业教学质量监控和评价机制。寒暑假开展专业调研工作，结合新技术、新工艺、新方法，更新人才培养方案以及教学资源库，建立旅游管理课堂教学、实习实训、毕业设计质量评价标准，提升教学质量。

结合社会、行业、学校、学生，依托麦克斯第三方评价机构，对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业质量等情况进行评价，搭建质量反馈平台，分析反

馈数据，定期评价人才培养质量和培养目标。

十三、毕业要求

1. 学业考核要求

学生通过规定年限的学习，须修满专业人才培养方案所规定的学时学分，还必须取得第二课堂学分不低于 5 个学分(具体量化考核按《山东水利职业学院第二课堂学分实施办法（试行）》执行)和平台项目学分不低于 2 个学分（(具体量化考核按《山东水利职业学院商务管理系平台项目学分实施办法（试行）》执行)）方能毕业。第二课堂学分和平台项目学分为附加学分，不计入正常教学活动学分。

学生需在校期间完成公共基础课程、专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程以及集中性实践课程，由专任教师和企业导师共同评价，成绩合格；完成规定的顶岗实习任务；在校在企业期间无重大违纪违法记录；并符合学院学籍规定的其他要求，方可毕业。

毕业规定学分

序号	内容	要求	备注
1	公共基础课程模块	44 学分	
2	专业基础课程模块	22 学分	
3	专业核心课程模块	24 学分	
4	专业拓展课程模块	7 学分	
5	集中性实践课程模块	43 学分	

6	第二课堂	≥5 学分	不计入正常教学活 动学分
7	平台项目	≥2 学分	不计入正常教学活 动学分
合计		140 学分	

2. 证书考取要求

依据《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》要求，旅游管理专业学生可考取导游员资格证书（初级），该证书是旅游管理专业毕业生从业资格认证证书的凭证，反应职业活动和个人职业生涯发展所需的综合能力。证书有关内容是专业课程未涵盖内容或则需要特别强化的内容的实训，反应典型岗位所需的职业素养、专业知识和职业技能，可通过专门补充培训、课上知识融入等方法同专业知识进行融合。根据政策规定，对接职业岗位需求和学生职业发展需要，学生在校期间，应考取必要的基本能力证书及职业资格证书，鼓励学生多考取多项职业资格证书。

证书的培训内容与专业人才培养方案的课程内容相互融合。X 证书的职业技能培训不是要独立于专业教学之外再设计一套培养培训体系和课程体系，而是要将其培训内容有机融入学历教育专业人才培养方案。专业课程能涵盖 X 证书职业技能培训内容的，就不再单独另设 X 证书培训；专业课程未涵盖的培训内容，则通过职业技能培训模块加以补充、强化和拓展。

十四、继续专业学习深造建议

本专业毕业生可通过专升本、开放教育、成人高考、自学考试、海外进修、专项学习等途径继续专业学习。

本科：旅游管理、工商管理、市场营销、电子商务

也可在以后的工作中通过技术培训、项目研究、产品开发等生产实践，提高自身专业素养和技术水平。

附表：

专业人才培养方案开发团队名单

序号	姓名	工作单位	职务/职责	职称
1	秦承敏	山东水利职业学院	系主任	教授
2	马斌	山东水利职业学院	系副主任	副教授
3	张艳萍	山东水利职业学院	骨干教师	讲师
4	高伟	山东水利职业学院	骨干教师	讲师
5	郑小龙	山东水利职业学院	教研室副主任	讲师
6	凌晨静	山东水利职业学院	骨干教师	讲师
7	孟文燕	山东水利职业学院	骨干教师	讲师
8	李丛峻	上海携程有限公司	高级经理	
9	秦强	港中旅国际（山东）旅行社 有限公司	高级经理	
10	李娜	上海国际主题乐园有限公司	高级经理	
11	陈锋	慧航教育科技有限公司	高级经理	