

南阳农业职业学院

2022 级旅游管理专业人才培养方案

(3 年制)



二〇二二年十月

目 录

一、专业名称与代码.....	3
(一) 专业名称.....	3
(二) 专业代码.....	3
二、入学要求.....	3
三、修业年限.....	3
四、职业面向.....	3
五、培养目标与规格.....	3
(二) 培养规格.....	3
六、课程设置及要求.....	6
(一) 公共基础课程.....	6
(二) 专业(技能)课程.....	8
七、人才培养模式.....	10
(一) 人才培养模式描述.....	10
(二) 人才培养模式实施流程图.....	10
八、全学程时间安排.....	14
九、教学进程安排表和课程结构.....	13
(一) 理论课程教学进程安排表.....	13
(二) 实践课程教学进程安排表.....	15
(三) 课程结构比例表.....	15
十、实施保障.....	15
(一) 师资队伍.....	17
(二) 教学资源.....	17
(三) 教学方法.....	18
(四) 学习评价.....	18
(五) 质量管理.....	18
十一、毕业要求.....	18
(一) 思想品德要求.....	18
(二) 知识及能力要求.....	18
十二、人才培养方案的特色与创新.....	19
(一) 专业建设模式特色.....	19
(二) 课程体系特色.....	19
(三) 人才培养模式特色.....	19
(四) 教学方法的特色.....	19
附件 1: 专业人才需求调研报告.....	19
附件 2: 专业建设委员会论证意见.....	23
附件 3: 专业核心课程课程标准及教学设计.....	24

2021 级旅游管理专业人才培养方案

一、专业名称与代码

(一) 专业名称：旅游管理

(二) 专业代码：640101

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历。

三、修业年限

学制三年，高职专科

四、职业面向

学生就业的行业	学生就业的主要岗位	认可度高的职业资格或“X 证书”
旅行社、景区景点、酒店住宿餐饮、各类展馆、旅游与酒店电商等服务业	1、旅游类：导游员、海外领队、研学旅行导师、旅行策划师、旅行社计调、景区运营专员、景区客服专员 2、酒店客服类：前厅服务员、客房服务员、餐厅服务员、茶艺师等	中英文导游资格证、领队证、研学旅行策划与管理职业技能等级证书、旅行策划职业技能等级证书、电子商务员（国家职业资格）、互联网营销师等

五、培养目标与规格

(一) 培养目标

本专业将课程思政融入教学中，培养德、智、体、美、劳全面发展，践行社会主义核心价值观，适应智慧旅游时代文旅融合新业态发展需要和酒店服务升级需要，掌握旅游管理、酒店管理基础理论，具备熟练的旅游职业技能和酒店服务技能、较强的外语交际能力和互联网思维、经营管理能力和开拓创新能力，面向河南旅行社、旅游咨询公司、在线商旅公司、旅游研学机构、旅游规划策划机构、主题公园、旅游景区等行业领域以及全国星级酒店，能够从事导游服务、旅行社计调、旅游营销与管理、旅游景点和各大城市酒店前台、客房、餐厅等工作的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

序号	培养规格解释	能力素质	二级分解序号	二级分解指标释义
Ea1	爱国守则，具备沟通协作、美的感受力与人文社会关怀的能力。	职业（劳动）、家庭、国家情怀与责任担当	Ea1-1	能展示对党和我国发展历史知识的理解，在从事旅游、酒店服务领域相关学习、职业实践和社会、社区活动中展示对党、国家、社会主义社会、企业与社区、家庭的热爱和责任担当。

		团队合作能力	Ea1-2	能够作为专业领域团队的一员，发挥团队合作精神，与其他成员协同有效地工作。
		沟通表达能力	Ea1-3	能够面对专业领域的专业人士、服务客户或消费者，灵活应用口头、图形和书面等方式沟通。
		审美素质	Ea1-4	在从事旅游管理专业职业实践领域和社会活动中能展示自身对美的感受力、鉴赏力和创造力。
		公民素质	Ea1-5	能在专业领域的职业工作、生活中，展示对同学、同事和其他社会公民的人文社会关怀和责任担当。
Ea2	勇于创新，具备运用现代信息技术领域进行自我学习的能力。	创新能力	Ea2-1	能积极运用旅游管理专业相关知识以及个人经验，敢于突破常规，运用创新思维在旅游管理专业职业实践中提出独到的见解。
		现代信息技术工具的使用	Ea2-2	能够运用现代信息技术工具，收集、识别、分类、评价、引用和规范管理多种信息资源，以处理旅游管理专业职业实践任务和有关问题。
		终身学习能力	Ea2-3	能够认识持续学习和终身学习的必要性，并积极开展自主学习、合作学习，不断完善自我和适应行业产业技术与社会不断发展的需要。
Ea3	身心健康，具备良好的职业道德和职业生涯规划与发展能力。	身心健康	Ea3-1	在从事旅游管理专业职业实践领域和社会活动中，能够展示自身良好的心理素质、健康的体魄、良好的健康与卫生习惯和行为习惯。
		伦理、道德、价值观判断与责任担当	Ea3-2	能描述在从事旅游管理专业领域以及家庭、社会活动中所存的伦理、道德与价值观问题，说明阐述现有的政府、行业企业的伦理与道德原则和标准、以及社会主义核心价值观如何有助于就这些问题做出决策。
		职业发展规划能力	Ea3-3	能展示对旅游管理专业领域相关职业、劳动岗位知识、规则的理解，并能撰写切实可行的个人职业生涯规划。
Ea4	能展示对旅游管理专业、专业群和广泛的知识、技术、技能、工具的理解，并识别和阐述其具体实践和应用的领	专业、专业群及广泛知识与技术	Ea4-1	能够展示对旅游管理专业知识和先进技术等知识的理解，并识别和阐述其具体实践和应用的领域。
			Ea4-2	能够描述与旅游管理专业实践业务和问题处理密切相关的专业群中其他专

	域			业的心理理论和方式方法，并识别和阐述其具体实践和应用的领域。
			Ea4-3	能够展示对思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识等通识知识的理解，并识别和阐述其具体实践和应用的领域。
Ea5	能够通过调查，识别、阐述和分析旅游管理专业职业实践中存在的突出问题，创造性设计有效解决方案，并考虑政治、经济、社会效益相统一等因素。	问题分析和解决问题的能力	Ea5-1	面对导游、领队工作中常规的和非常规的问题，创造性设计有效解决方案，并考虑政治、经济、社会效益相统一等因素。
			Ea5-2	面对研学旅行中常规的和非常规的问题，创造性设计有效解决方案，并考虑政治、经济、社会效益相统一等因素。
			Ea5-3	面对旅行社经营与管理中常规的和非常规的问题，创造性设计有效解决方案，并考虑政治、经济、社会效益相统一等因素。
			Ea5-4	面对旅游景区景点常规的和非常规的问题，创造性设计有效解决方案，并考虑政治、经济、社会效益相统一等因素。
Ea6	理解并掌握旅游管理专业职业实践问题中所涉及的项目管理原理与经济决策方法，并能在专业群的环境中应用。	项目管理能力	Ea6	展示对旅游管理专业领域项目管理原则的知识和理解，并将其应用到自己的工作中，作为团队中的一员和领导者，在跨专业的环境中管理项目。
Ea7	能根据旅游行业发展规律与要求做到知（智）、情（美）、意（德）、行（身心，劳动）合一，基本无差错地进行景点讲解、做出旅游专业适合的产品、数据、方案、展品等。	专业综合实践能力	Ea7-1	能展示德的意志与美的情感，根据不同的主题和形式，以科学与创新的原则，基本无差错地进行导游讲解。
			Ea7-2	能展示德的意志与美的情感，根据不同的主题和形式，以科学与创新的原则，基本无差错地制订旅游线路。
			Ea7-3	能展示德的意志与美的情感，根据不同的主题和形式，以科学与创新的原则，基本无差错地制订旅游线上线下营销方案。
			Ea7-4	能展示德的意志与美的情感，根据不同的主题和形式，以科学与创新的原则，基本无差错地对旅游项目进行管理、执行与评估。
Ea8	能拥有发现或创造一个新的领域，致力于理解	创新创业能力	Ea8-1	能够描述创新者和企业家的特点和思想；

	创造新事物（新产品，新市场，新生产过程或原材料，组织现有技术的新方法）的能力，能运用各种方法去利用和开发它们，然后产生各种新的结果。		Ea8-2	能够识别与创新相关的不同思维方式；
			Ea8-3	能够在用户需求调研和项目开发、实施过程中发现问题、提出产品改良和新想法、提出旅游管理专业职场实践的新方案。
			Ea8-4	对新产品进行基本而全面的可行性研究。
			Ea8-5	将上述所有因素纳入一个简单的商业计划之中

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

（一）公共基础课程

序号	课程名称	课程目标	主要内容、任务
1	思想道德修养与法律基础	1. 了解我国宪法和有关的基本精神和主要规定，增强社会主义法制观念和法律知识； 2. 认识当代大学生的使命；树立社会主义荣辱观 3. 理解爱国主义的内涵；培养爱国情操；增强国防观念； 4. 树立正确的人生观价值观世界观；	1. 立德树人； 2. 社会主义道德和法制教育； 3. 进行公民教育；道德和价值教育； 思想政治教育；国家和社会教育；品质教育；职业道德教育；
2	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系	充分认识毛泽东思想是中国共产党人在长期奋斗中坚持马克思主义基本原理同中国具体实际相结合的第一个理论成果；掌握邓小平理论和三个代表重要思想的理论概述，深刻领会邓小平理论和三个代表重要思想的意义；了解现行的法律法规基本内容，做到知法、懂法、守法，增强法律意识，树立法制观念，提高辨别是非的能力	培养学生优良的思想品质、崇高的理想和正确的人生观， 为学生走向社会、从事社会实践，做一个合格的社会主义建设者打下良好的思想基础。
3	现代通用应用文写作	理解与礼仪应用，事业单位，行政公文，产品营销，个人求职，新闻宣传灯实际情景密切相关的常用文种类 了解应用文写作的材料搜集方法和写作规律 掌握各类应用文体写作的基本格式，写作要求和技巧	应用文写作的基本理论和基础知识 “教,学,写”一体化教学模式
4	大学语文	提高阅读能力；提高表达能力；提高理解能力； 提高欣赏水平	语言文学知识 作品阅读分析 作文

5	大学英语 1	培养学生的英语综合能力，特别是听说能力，是以后工作学习中用英语有效交流 增强自主学习能力，提高综合文化素养，适应我国社会发展和国际交流的需要	英语语言知识与应用技能 跨文化交流
6	大学英语 2		
7	计算机应用基础	学习计算机的基础知识，常用操作系统的使用，文字处理、电子表格软件使用。使学生掌握计算机的基本技能，具有文字处理能力、数据处理能力、信息获取、整理、加工能力，网上交互能力及编制简单程序的能力	信息与信息社会概念认知 数据信息在计算机中的表示等基础知识定义与内涵。 计算机的发展历史，计算机的分类和典型应用 计算机使用中的道德问题
8	体育/形体	了解体育发展概况，明确学校体育的特点和任务，学习体育运动的常识，掌握科学锻炼身体的方法，培养学生良好的体育卫生习惯；掌握形体训练基本方法	培养学生对美的欣赏、表达和创造能力，养成良好的职业习惯
9	军事理论	增强国防观念，掌握国防军事知识，自觉履行国防义务	国防概述 国防法规 过昂建设 国防动员
10	职业生涯规划与指导	提升学生综合素质和就业能力 树立正确的职业理想和择业观 了解并熟悉创业所需条件，企业创办程序，从而在培养创新意识基础上树立并提高创新能力及创业实践	职业生涯规划的基本理论及意义 职业生涯规划与就业的关系 自我认知及评价内容 常用职业测评方法介绍 职业素养培养 职业生涯设计的具体步骤和实施法案 影响职业生涯设计的主要因素 职业生涯设计中的常见问题及对策
11	形势与政策	掌握形势与政策的基本理论和基础知识 掌握党的路线，方针，政策的基本内容 激发爱国热情，增强使命感，责任感	国内形势与国际政治格局的认知 爱国主义主题教育 观看专题片
12	心理健康教育	掌握自我探索技能 了解心理学的有关理论和基本概念 了解自身的心理特征和性格特点	1，心理健康的基础知识 2，了解自我，发展自我 3，提高自我心理调适能力

13	河南地域文化	提高学生的传统文化修养和审美技能，增进热爱山东，热爱家乡的自觉意识和乡土情感	河南地域文化的内涵特征；人文景观的概念；民俗的概念；民间传说的概念
14	公共关系原理与实务	公关技巧能力 创新思维能力 公关策划能力 形象塑造能力	公共关系工作中的基本理论和基本操作技能的认知；
15	普通话教程	理解普通话的学习与普及对个人及国家的重要意义	现代汉民族共同语 民族共同语 国家为什么大力发展推广和普及普通话
16	演讲与口才	1，了解口才艺术对人类社会的重要性 2，掌握演讲与口才的重要性	演讲，口才，人才等概念的及相互关系 研究演讲者与听众的关系；探讨古今中外著名演讲家的演讲风格及特点
17	名著阅读	丰富精神世界，提高文化品位	中外优秀文学名著

（二）专业（技能）课程

序号	课程名称	知识目标、技能目标	主要内容、任务
1	全国导游基础知识	掌握导游人员在工作中涉及的各方面的基础知识 将理论知识灵活运用到日常导游实践工作中去。	讲授与导游工作相关的历史、地理、民族民俗、宗教、古代建筑、园林、中国烹饪主要菜系、风物特产等方面的知识。
2	旅游政策与法规	了解旅游法规的梗概，理解合同法律制度和有关旅游法律法规的基本原理、要旨，并能运用这些法律指导实践和解决实际问题。	主要讲授合同法律制度、旅行社管理、导游人员管理、旅游安全管理、旅游资源管理、旅游投诉管理等法律法规
3	客源国概况	了解世界旅游客源市场的概况和发展趋势以及世界上主要旅游客源国的基本国情、人文习俗、旅游业状况。	主要讲授世界旅游客源市场、中国国际海外客源市场、东亚及太平洋旅游区、南亚旅游区、中东旅游区、欧洲旅游区、美洲旅游区、非洲旅游区等内容。
4	旅游学概论	掌握旅游的基本概念及其性质特征。 熟悉旅游现象历史发展进程及发展前景。 掌握旅游活动的构成要素。 掌握旅游业宏观管理协调及其影响与作用	旅游的性质与特征，旅游现象的历史发展过程，旅游者，旅游资源，旅游产品，旅游业，旅游业的经济环境与社会文化效应，旅游业的宏观管理与协调，旅游业未来等内容
5	饭店管理概论	掌握饭店管理的基本理念、方法和技能，了解星级酒店的业务流程和管理程序，使学生能综合运用所学的理论知识与实践技能，通	饭店的含义与功能 饭店的特点与作用 中国旅游饭店的发展现状与趋势

		过校内外实践训练,具备从事饭店服务与管理工作的基本能力,培养良好的职业素质。	
6	市场营销	掌握有关旅游酒店市场营销的基础理论,包括市场与市场营销、旅游酒店产品、旅游需求、旅游酒店市场细分等 掌握旅游酒店市场营销的基本规律,思考经济活动中存在各种矛盾和问题的解决方法。	旅游和酒店市场营销的基础理论认知
7	社交礼仪	了解旅游服务的礼貌礼节知识,掌握对客服务中仪表仪容和言行举止要求,学会尊重他人,提高文明素质,自觉养成礼貌服务的职业习惯。	社交礼仪的起源与发展; 社交礼仪的本法则与技巧 社交礼仪的概述与特点
8	服务心理学	掌握并运用心理学方法分析问题,了解旅游者、酒店顾客购物心理 掌握旅游心理学基本理论知识和基本技能	讲授旅游和酒店服务中顾客的消费心理及行业服务人员的服务心理、旅游酒店企业中群体行为等内容。理论教学和实践教学相结合

(三) 专业核心课程

序号	课程名称	知识目标、技能目标	主要内容、任务
1	中国旅游文化	懂得旅游地理的学习内容和目的,对我国和世界主要旅游国家的旅游资源有一个较完整、系统的了解,培养学生熟练地了解我国各地区及世界主要国家的旅游状况。	中国旅游文化的发展进程 旅游文化的类型 中国饮食文化与旅游 中国建筑文化与旅游 中国园林文化与旅游 中国宗教文化与旅游 中国戏曲文化与旅游
2	导游业务	1.了解导游服务流程; 2.掌握导游地陪,全陪,出境领队的工作流程; 3.掌握导游人员的职责、职业道德和行为规范; 4.熟悉并掌握导游服务程序、导游服务技能; 5.掌握导游业务中常见和特殊问题的处理方法。	1.导游服务的定义与内涵; 2.地陪导游服务流程; 3.全陪导游服务流程; 4.出境领队服务流程; 5.突发事件的预防与处理; 6.导游员带团和讲解技巧; 7.导游模拟训练。
3	旅行社经营管理实务	1.熟悉世界旅行社和我国旅行社产生与发展情况;旅行社的定义、性质、特点; 2.掌握国内外旅行社的类别及划分方法、旅行社的设立条件和程序; 3.掌握市场细分的原则,目标市场选择的依据以及旅游线路产品设计的原则和流程; 4.能独立进行团队的行程制作、服务采购、报价等业务; 5.能具备一定的新产品营销能力。	1.旅行社的定义和内涵; 2.旅行社产品设计; 3.旅行社旅游服务采购; 4.旅行社产品定价和营销; 5.旅行社发团与接待管理; 6.旅行社客户管理与质量管理; 7.信息技术与旅行电子商务。
4	中国旅游地理	1、掌握我国各类旅游资源的分布,特征及成因,能科	中国的自然旅游资源

		学的欣赏国内知名旅游景区 2、了解旅游地图的基本知识，掌握旅游地图和景区游览图的识读 3、熟悉我国各大区域旅游交通，旅游资源分布， 4、旅游开发状况与特征，合理设计旅游线路	中国的人文旅游资源 中国的八大景区
5	前厅服务与管理	1. 掌握前厅各岗位的职责、服务程序、操作规范、服务质量、素质要求； 2. 了解前厅的设施、设备的配置和使用方法，及各种表格的填制和使用； 3、掌握门童服务、行李服务、登记服务和结账服务的步骤、方法和操作规范。 2. 能够处理前厅服务及管理事项所涉及的各种问题。	前厅业务基础、课史档案管理；总台服务技能、客房预定服务；礼宾服务技能、总台服务技能；大堂及行政楼层服务技能、商务中心服务技能；宾客关系管理技能、前厅服务质量管理技能、前厅组织管理技能等
6	餐饮服务与管理	1、了解餐饮服务的内涵和外延。 2、掌握餐饮服务与管理的一些基础理论。 3、掌握餐饮服务的一些新理念及掌握各种餐饮服务的技巧如：托盘、餐巾折花、摆台、斟酒、席间服务等。结合实例进行分析，并且能够解决在日常的服务工作中遇到的实际问题。 4、了解和掌握宴会设计和管理的基本理论和基本知识	餐饮行业发展概况、餐饮从业人员职业素养；餐厅布局与设计；餐厅组织与服务规范、餐饮服务基本技能、菜肴和酒水知识；中西餐服务流程与服务技能、宴会服务技能；菜单设计、中西餐厅督导管理技能等
7	客房服务与管理	1、了解客房产品的概念和构成 2、掌握客房部的主要任务、组织结构、工作流程和分工及主要职责 3、熟悉各类客房服务的各类操作基本方法和技能 4、掌握清洁服务与质量控制的标准与方法 6、了解“绿色客房”的内涵、原则和创建措施	客房业务基础、客房清扫服务技能；对客服务、公共区域清洁保养技能；布草房与洗衣房运转技能、客房部组织管理技能；客房部质量管理技能、客房部费用控制技能、客房部安全管理技能等

七、人才培养模式

（一）人才培养模式描述

旅行社、旅游咨询公司、在线商旅公司、旅游研学机构、旅游规划策划机构、主题公园、旅游景区、酒店服务与管理等行业领域，能够从事导游服务、旅行社计调、旅游营销与管理、旅游景点和景区服务等工作的高素质技术技能人才要求为重点，以真实工作任务为载体，形成课堂与企业、实训与生产，产学一体的工学结合人才培养模式。

（二）人才培养模式实施流程图

活动主题	活动目标	活动内容	学时	1	2	3	4	5	备注
学习引导教育	培养学生个性化的学习方法、自我解惑的能力。	高职阶段学习的目的和定位、学习主体角色转变的知识与方法。	16	4	4	4	4		任课教师学期初学期末各一次班级座谈会

活动主题	活动目标	活动内容	学时	1	2	3	4	5	备注
综合安全教育	培养学生自我安全保护的意识、方法和能力。	防自然灾害、防人身伤害、防财物受损、防火防盗、防心理失衡的知识和方法。	32	8	8	8	8		安全教育日（周）
心理健康教育	培养学生关注心理健康、优化心理品质、学会心理调适、预防和缓解心理问题的能力。	环境适应、自我管理、学习成才、人际交往、交友恋爱、求职择业、人格发展和情绪调节的知识和方法。	16	4	4	4	4		
文明公德教育	培养学生塑造自身良好形象的能力。	个人形象设计、礼貌礼仪、待人接物、遵守公德的社会规范与文明教育。	16	4	4	4	4		
入职教育	对即将入职学生进行教育，含毕业论文要求的指导。	入职须知、论文答辩要求。	6					6	
社会实践教育	培养学生融入社会，增强社会责任感的意识和能力。	社会调查、生产劳动、志愿服务、公益活动、科技发明和勤工助学等社会实践活动的知识和方法。	60		30		30		
小计			146	20	50	20	50	6	

教育活动设计

学期	活动主题	活动形式	评价方式	组织单位
1	专业介绍	讲座	学生评价	系部
2	行业介绍	讲座	学生评价	系部
3	奖学励志	会议	效果评价	全校
4	就业指导	讲座	学生评价	系部
5	职业规划	讲座	学生评价	系部
6	毕业典礼	会议	效果评价	全校

工学结合实训基地

项目分类	实训基地名称	功能
校内	茶艺实训室	实训
	模拟中西餐厅	
	模拟地面服务	
	模拟播音操作间	

校外	河南弘道产教融合产业集团有限公司	认识实习 顶岗实习 毕业实习
	南阳市归零文化村	
	华玖中小学实践教育基地	
	扬子江游船旅游公司	
	清远索菲特丽豪大酒店	

教育活动设计

学期	活动主题	活动形式	评价方式	组织单位
1	文旅文创品大赛	本专业学生参加	评选优胜者	商学院
2	景区认知实习	本专业学生参加	实训报告考查	商学院
3	研学规划设计大赛	本专业学生参加	评选优胜者	商学院
4	导游技能大赛	本专业学生参加	评选优胜者	商学院
5	毕业生招聘	全系学生参加	企业直接与优秀毕业生签订合同	商学院，用人企业
6	毕业典礼	全系学生参加	评选优胜者	商学院，用人企业

八、全学程时间安排

学 年	学 期	课堂教 学（含 课内实 践、练 习、讨 论）	综合实践		其它实践					复 习 考 试	机 动	寒 暑 假	总 计
			校内专 业/综 合实训	顶岗实 习毕业 设计	入学教 育军事 训练	校 园 管 理	毕 业 教 育	社 会 实 践	运 动 会				
一	1	16	1		2					1	1	4	25
	2	15	1					暑 假	1	1	1	8	27
二	3	18	1							1	1	4	25
	4	12	4					暑 假	1	1	1	8	27
三	5			21								4	25
	6			19			1						20
总 计		61	7	40	2		1		2	4	4	28	14 9

九、教学进程安排表和课程结构

(一) 理论课程教学进程安排表

课程类别	序号	课程名称	学分	总学时	学时数		各学期学时分配(周)						考核形式
					理论	实践	一	二	三	四	五	六	
公共基础必修课	1	军事理论	2	36	36		2						查
	2	思想道德修养与法律基础（I、II）	4	56	48	8	2	2					查
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（I、II）	4	64	56	8			2	2			查
	4	形势与政策	1	32	24	8	※	※	※	※			讲
	5	文学欣赏	2	32	24	8	2						
	6	应用文写作	2	32	16	16		2					
	7	高等数学（I、II）	4	64	60	4	4						试
	8	大学英语（I、II）	8	128	112	16	4	4					试
	9	体育（I、II、III、IV）	8	108	16	92	2	2	2	2			查
	10	计算机应用基础	4	64	32	32	4						查
	11	大学生心理健康教育	2	32	16	16		2					查
	12	大学生职业发展与就业指导	2	38	30	8				2			查
	13	创业基础	2	32	24	8			2				查
	小计		45	718	494	224	20	12	6	6			
公共限选课	15	美育课程（音乐、美术、舞蹈、影视鉴赏）	2	32	32			√				加粗选一	查
	16	中华优秀传统文化（经典诵读、中华礼仪、传统技艺、文学瑰宝等）	1	16	16			√				加粗选一	查
	17	健康教育（防艾教育、生理健康、食品与健康、健康与健康能力等）	1	16	16				※			加粗选一	讲座
	18	职业素养（职场与人生、公共关系礼仪、公关与沟通等）	1	16	16					※		加粗选一	讲座

	19	党史国史（社会主义核心价值观教育、中国近现代史、中国革命史等）	1	16	16				※			加粗 选一	讲座
	小计		6	96	96								
公共 任 选 课	21	国家安全教育	1	16	16		√					选	查
	22	节能减排	1	16	16								查
	23	绿色环保	1	16	16			※				选	查
	24	金融知识	1	16	16								查
	25	社会责任	1	16	16				※				查
	26	人口资源	1	16	16							选	查
	27	海洋科学	1	16	16								查
	小计		3	48	48								
专业 基础 课	28	旅游学概论	4	64	64		4					顶 岗 实 习	试
	29	旅游心理学	2	72	36	36			2				试
	30	酒店管理概论	4	64	64			4					试
	31	景区服务与管理	4	72	36	36				4			试
	32	全国导游基础	4	64	64		4						试
	33	导游实务	4	72	36	36		4					试
	34	管理学原理	4	72	36	36				4			查
	小计		26	480	336	144	8	8	2	8			
专业 核 心 课	35	旅游策划与实务	4	72	36	36			4			顶 岗 实 习	查
	36	旅游市场营销	4	72	36	36		4					查
	37	普通话与口才训练	2	36		36	2						查
	38	酒店市场营销	4	72	36	36		4					查
	39	中国旅游地理	4	72		72				4			查
	40	旅行社经营与管理	4	72	36	36			4				试
	41	客房服务与管理	4	64	32	32			4				
	42	酒店会议服务与管理	4	64	32	32				4			
	43	餐饮服务与管理	4	64	32	32			4				
	44	旅游服务礼仪	2	32	18	18		2					
	45	前厅服务与管理	4	64	32	32			4				
	46	宴会设计与服务	4	64	32	32				4			
	小计		44	748	322	430	2	10	20	12			
专业	47	沟通技巧	2	36	18	18		2					查

拓展		酒水知识与调酒技术	2	36	18	18			2				
		茶艺与茶文化	2	36	18	18		2					
		小计	6	108	64	64		4	2				
合计			124	2198	1360	838	30	34	30	26			

(二) 实践课程教学进程安排表

类别	序号	课程名称	学分	学时	周数	开课学期	备注
基础技能实践	1	导游实务	0.5		2	5	
	2	管理学原理	0.5		2	5	
专业技能实践	1	茶艺与茶文化	1.5		4	5	
	2	景区服务与管理	0.5		2	5	
综合技能实践	1	顶岗实习	24	720	24		
	2	毕业综合实习	3	90	3		
	3	毕业论文(设计、调研、报告)	5			6	
	5	毕业答辩	3				
其他	1	军事训练	4	64	2	1	
	2	社会实践	2	120	4		暑假
	3	毕业教育	1	30	1	6	
	4	运动会	2	60	2	2、4	
	5	劳动实践、创新创业实践、志愿服务等	2	60	2	1、2、3、4、5、6	周六周日等课余时间
合计			49	1144			

(三) 课程结构比例表

总学时	其中：理论学时	理论学时占总学时比例	实践学时	实践学时占总学时比例 (不少于总学时的 50%)
3098	1154	37.2%	1944	62.8%
	其中：公共基础课(含必修、限选、任选课)学时		公共基础课学时占总学时比例(不少于总学时的 25%)	
	1092		35.2%	
	其中：选修课(含公共限选、公共任选、专业选修课)学时		选修课学时占总学时比例(不少于总学时的 10%)	
	862		27.8%	

十、实施保障

（一）师资队伍

本院现有专任教师 24 人，硕士及以上学位占 82%， “双师型” 教师占 45%， 高级职称占比 40%以上， 是一支经验丰富的优秀教学团队。

1. 本专业 80%以上为“双师型”教师；并持有中英文导游员、研学导师证、茶艺技师、调酒师、高级电子商务师等职业资格或双师素质证书，充分满足了基础课程及专业、技能实践课程的教学需求。

2. 常年聘请国家特级导游、金牌导游、高级导游等相关企业人员担任本专业的兼职教师，承担专业的技能实训、顶岗实习等实践教学课程的教学，专兼队伍比率达到 1:1 以上。

3. 师资梯队中专业带头人、骨干教师、一般教师比例基本达到 1:4:4。

（二）教学资源

《中国旅游文化》、《导游业务》、《中国旅游地理》、《酒店英语》、《旅行社经营与管理》、《宴会设计与管理》、《餐饮运行与管理》、《旅游市场营销》、《旅游服务礼仪》等课程，建设线上教学资源及慕课资源。

（三）教学方法

本专业主要采用教学方法有多媒体教学、案例教学、换位式教学、情境教学（校内情景教学、校外情景教学）等，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，大力推广翻转课堂、混合式教学、理实一体化教学等新型智慧教学模式，推动课堂教学革命。

（四）学习评价

1. 专业基础课、专业课程的考核标准

课程考核主要考核学生的职业能力，并注重对学生理论联系实际应用能

力的评价，根据不同课程的特点和要求，可采取笔试、口试、现场操作、成果汇报等方式对课程教学环节和实践教学环节进行考核。专业基础课、专业课程的考核由出勤和课堂表现、课内实训完成情况、期末考试三部分组成。

2.整周实训考核标准

整周实训的考核由基本素质、学习过程考核、实操考核三部分组成。

3.顶岗实习、毕业论文测试考核标准

顶岗实习成绩由实习单位和校内实习指导老师根据学生基本素质、实习期间的工作表现、实习报告完成情况综合评定。

（五）质量管理

本专业对人才培养教学过程各个环节进行监督，并根据专业人才培养模式改革特点制定了相关的教学质量监控与保障体系。

1.建立专业建设指导委员会，定期召开专业建设指导委员会工作会议，根据旅游业发展趋势对人才培养方案进行修订，对运行过程中存在的问题进行研讨。

2.在专业建设指导委员会的指导之下，校行企三方针对专业课程建立从课程开发、教学资源建设到课程实施的评价体系，从课程标准的制定，到教案的撰写，教学日历、讲稿、实训项目等教学内容的准备都严格分层次检查、认真督导执行。

3.通过对毕业生就业状况统计、毕业生跟踪调查、用人单位满意度调查等手段，观测就业率、对口就业率、薪酬水平、用人单位满意度等信息，评估学生的就业能力、职业素养，专业人才培养和行业企业需求对接程度。

4.通过麦可思等第三方专业评价机构、旅游行业协会以及学生顶岗实习企业，观测本专业毕业生就业质量优势与预警、毕业后一至三年的就业率、毕业去向、就业现状满意度、月收入、工作与专业相关度、职业吻合度、离职率等参数，评估学生的可持续发展能力，反馈和修订人才培养方案和课程教学设施。

十一、毕业要求

（一）思想品德要求

热爱祖国，拥护党的基本路线；具有良好的社会公德；现实表现良好，无未解除违纪处分。

（二）知识及能力要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，须修满的专业人才培养方案所规定的学时学分，必备的课程学分、技能学分、素质拓展学分，完成规定的教学活动，毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。毕业要求应能支撑培养目标的有效达成。

3.学分转换说明

◆鼓励学生参加各类职业技能竞赛、学科竞赛、创新设计、科技活动、艺术实践、社团活动、志愿服务等，提高学生的综合能力和职业素养，取得的成果学分转换情况详见表 1-3-1

表 1-3-1 旅游管理专业学分转换情况表

序号	项目	要求		学分	替换的课程或课程类型
1	初级茶艺师证书	通过考试并获得证书		4	茶艺与茶文化
2	导游人员资格证书	通过考试并获得证书		4	导游基础
	职业技能竞赛	国家级	一等奖		旅游策划实务
			二等奖	4	
			三等奖		
		省级	一等奖		
			二等奖		
			三等奖		

		地市或院级	一等奖		
			二等奖		
	学科竞赛				
	公开发表作品				
	发明专利				

十二、人才培养方案的特色与创新

（一）专业建设模式特色：在人才培养过程中，努力实现“四个”结合，课内教学与课外创新活动相结合，校内教学资源与校外实训资源相结合，全面提高实践教学质量和管理水平

（二）课程体系特色:进行除专业教学主渠道外的各类社会实践活动教育教学活动

（三）人才培养模式特色:与旅行社、旅游咨询公司、在线商旅公司、旅游研学机构、旅游规划策划机构、文旅文创机构等企业高度融合，以企业岗位技能要求为重点，以真实工作任务为载体，形成课堂与企业、实训与生产，产学研一体的工学结合人才培养模式。

（四）教学方法的特色:教学采用小班教育，每班编制 30 至 40 人，同时使用双咨型教学（专业+外聘）

附件 1：专业人才需求调研报告

旅游管理专业人才需求调查报告

一、十四五旅游业发展的现状及未来趋势

旅游业作为国民经济战略性支柱产业的地位更为巩固。“十三五”以来，旅游业与其他产业跨界融合、协同发展，产业规模持续扩大，新业态不断涌现，旅游业对经济平稳健康发展的综合带动作用更加凸显。

旅游成为小康社会人民美好生活的刚性需求。“十三五”期间年人均出游超过4次。人民群众通过旅游饱览祖国秀美山河、感受灿烂文化魅力，有力提升了获得感、幸福感、安全感。旅游成为传承弘扬中华文化的重要载体。文化和旅游深度融合、相互促进，红色旅游、乡村旅游、旅游演艺、文化遗产旅游等蓬勃发展，旅游在传播中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化方面发挥了更大作用。

“十四五”时期，加快旅游强国建设，努力实现旅游业更高质量、更有效率、更加公平、更可持续、更为安全的发展。

日前，国务院印发《“十四五”旅游业发展规划》（以下简称《规划》），提出“十四五”旅游业发展的目标和重点任务，为新时期旅游业绘制了清晰的发展蓝图。创新驱动、丰富产品供给、优化空间布局、拓展消费体系……这些关键词不仅明确了未来的方向，也提振了人们的信心。今天，旅游业经历了新冠肺炎疫情的冲击，克服了一个又一个困难，蓬勃发展的势头仍难以阻挡，人们出游的热情仍生生不息。《规划》指出，“十四五”时期，我国将全面进入大众旅游时代。

未来要加快旅游业增长从资本、土地、景区等初级生产要素驱动向高技术、高素质人力资本为代表的高级生产要素驱动转变，提升旅游业高质量增长的空间、速度和关联性，既要加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游，又要深化“互联网+旅游”，用新技术改造景区、旅行社、酒店等传统旅游业态，加快传统旅游业态转型升级。

同时要建设一批世界旅游景区、度假区为代表的优质旅游产品，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区，、红色旅游、乡村

旅游等新业态的产业竞争力，提升旅游市场主体国际化、科技化、产业化能力。从“以文促旅”到“以文塑旅”：让旅游发展承担传播文化的使命。

二、专业开设情况

据统计，2011—2016 年间，我国境内高校增设了旅游管理、酒店管理、会展经济与管理、会展艺术与技术、旅游管理与服务教育 5 种旅游管理类及相关专业，增加专业点共计 307 个。2017 年，全国开设旅游管理类本科专业（主要包括旅游管理、酒店管理和会展经济与管理等 3 个专业）的普通高等院校 608 所，开设旅游管理类高职专业（主要包括旅游管理、导游、旅行社经营管理、景区开发与管理、酒店管理、休闲服务与管理和会展策划与管理等 7 个专业）的普通高等院校 1086 所，开设旅游相关专业（主要包括高星级饭店运营与管理、旅游服务与管理、旅游外语、导游服务、会展服务与管理等 5 个专业）的中等职业学校 947 所。

三、人才需求情况

“十四五”背景下，旅游业是追求综合效益、作为发展新动能的产业，对旅游人才提出了更高的要求。地方高校作为旅游管理专业人才培养和服务地方经济社会发展的主要阵营，需要适应旅游人才需求及其变化趋势，加强培养观念和培养体系的调适。现代旅游业新的变化和发展要求，要有新的文化创意人才，要有智慧旅游和大数据的人才，要有旅游+场景或者场景+旅游，高质量发展的经营管理人才。

。“十四五”规划明确指出：健全适合红色旅游、乡村旅游等发展特征和需要的从业人员培训机制，加大旅游业领军人才、急需紧缺人才和新技术、新业态人才培养力度，打造一支与旅游业发展相适应的高素质人才队伍。

附件 2：专业建设委员会论证意见

旅游管理专业人才培养方案专家论证意见表

专 业 建 设 指 导 委 员 会 成 员	姓 名	单 位	职务/职称	签 名
	李自海	南阳农业职业学院	商学院院长/副教授	
	张 弘	南阳农业职业学院	商学院副院长/教授	
	杜鹏举	南阳农业职业学院	商学院教研室主任/副教授	
	吴建胜	河南弘道产教融合产业集团有限公司	董事长	
	牛 军	河南弘道产教融合产业集团有限公司	办公室主任	

专家意见：

专业建设指导委员会主任签名：

年 月 日

《景区服务与管理》课程标准

课程名称：景区服务与管理

总学时数：60（理论课 40 学时，实践课 18 学时，复习机动 2 学时）

学分数：2

适用专业：旅游管理

一、课程的性质

1. 必修课
2. 专业（理论+实践）课

二、课程定位

景区是旅游活动的原动力，是旅游经济的核心载体，逐渐成为旅游产业的亮点和热点，因而景区管理在旅游业中的地位日益显现。《景区服务与管理》是旅游管理专业学生的专业核心课，是《导游实务》、《旅游概论》、《旅游市场营销》等的后续课程，与《旅游概论》、《前厅客房与管理》共同构成旅游三大主体企业基本业务课程。

通过本课程学习，学生应掌握旅游景区中基层服务与管理业务一些基本概念，了解旅游景区中基层服务与管理活动的内容，掌握其基本支持理论，以期培养出拥有正确的管理、服务理念，熟悉景区管理与服务的基本知识与技能的景区经营管理人才和专业技术人才。

三、课程设计思路

1. 按照旅游的职业工作过程，依据“项目导向”、“任务驱动”的设计理念，突出能力为本位，采用项目式教学。将理论部分分成九个项目，实践部分四个项目，通过任务驱动、情景模拟、合作探究等方式培养学生的学习能力和应用能力。

2. 强调理论教学与实践教学相结合、强调基础知识与应用能力相结合。

3. 以“解决问题”为突破口，提高学生的实际操作能力。通过“解决问题”的训练，使学生对本课程的认识和理解更加深刻，使学生能较好地掌握知识和运用知识，提高学生的解决实际问题的能力。

4. 按照“五突出”原则（即突出行业特点、突出岗位特点、突出学校特点、突出师资特点、突出学生学习特点），建立科学、丰富、可行的实践教学体系，主要包括“专业基本能力实训、专业核心能力实训、专业综合能力实训”等三段实践教学项目。

四、课程基本目标

1. 知识目标：通过本课程学习，学生应掌握旅游景区中基层服务与管理业务一些基本概念，了解旅游景区中基层服务与管理活动的内容，掌握其基本支持理论，能初步运用所学知识承担旅游景区现场服务与管理。并通过实训将旅游景区服务与管理学科中的理论知识点和原则性规定转化为可操作的实践要领，使学生在熟悉景区工作环境特点和作业流程的基础上，培养初步的适应能力，在策划、讲解、组织应变、景观调查等方面获得锻炼。

2. 职业技能目标：能够从事大中型旅游景区的基层与中层服务和管理等实际

工作；具备一定的景区讲解、策划规划能力，并能够进行安全维护、环境布置等能力。

3. 职业素质养成目标：细心、周密、热情的服务意识，团结、协作、宽容的合作意识，灵活、克制、诚信的职业意识。

五、先修课程

1. 《全国旅游学基础》主要讲述旅游历史、旅游宗教、古建筑与园林、民族民俗、客源国概况等方面的知识，提升学生的文化品味，具备导游相关的基础知识，具备为游客提供优质服务的基本能力。

2. 《导游实务》主要从理论和实践的结合入手，系统地学习导游的基础知识、服务技能及重要的业务工作和流程，并通过一定数量的案例分析，尽可能使学生对导游工作有一个比较真切的体会，使学生在学习导游业务理论的同时，获得对导游工作实际情况的一般了解。

3. 《旅游市场营销》系统学习旅游市场营销的相关知识，使学生树立正确的旅游营销理念、掌握实用的旅游营销手段与方法，具备旅游市场营销方案制订能力，为旅游类相关行业的产品开发与调整、旅游市场调研以及促销、沟通工作打下坚实的基础。

六、教学内容及学时安排

1. 课程主要内容说明

景区服务与管理主要内容包括旅游景区概述、旅游景区服务管理概述、旅游景区游客服务与管理、旅游景区解说服务、旅游景区的营销策划业务、旅游景区安全管理业务、旅游景区环境管理业务、旅游景区人力资源管理业务等几个部分，是一门综合性很强的学科，为学生就业奠定坚实的理论基础。

2. 课程组织安排说明

课程组织采用项目教学，分成八个理论教学项目，同时注重实践，组织安排四个实践项目，培养学生将理论知识应用到实践中的能力，同时拓展学生思维，深化其学习能力。

3. 课程教学内容

(一) 理论教学内容与要求	
---------------	--

序号	单元(工作任务模块或实训项目)	教学内容及要求	活动设计	课内学时安排
1	项目一: 旅游景区概述	教学内容: 旅游景区的基本概念。 教学要求: 熟悉旅游景区概念; 理解旅游景区的条件、类型、特征。	自主学习	1
		教学内容: 旅游景区的构成要素。 教学要求: 了解旅游景区的构成要素。	自主学习	1
2	项目二: 旅游景区服务	教学内容: 旅游景区服务与管理概述。 教学要求: 了解并掌握旅游景区服务与管理的基本概念。	探究学习	1
		教学内容: 旅游景区服务与管理的主要内容。 教学要求: 理解旅游景区服务与管理的主要内容。	情景模拟	2
		教学内容: 旅游景区服务与管理的基本模式。 教学要求: 理解旅游景区服务与管理的基本模式。	情景模拟	1
3	项目三: 旅游景区游客行为管理	教学内容: 游客行为分析。 教学要求: 了解游客行为产生的背景;	案例研讨、合作探究	1
		教学内容: 游客的服务与管理方法。 教学要求: 理解游客的服务与管理方法	角色扮演	1
		教学内容: 正确引导游客行为。 教学要求: 掌握正确引导游客行为的方式	案例研讨、角色扮演	1
		教学内容: 游客与旅游服务提供者的关系。 教学要求: 熟悉游客与旅游服务提供者的关系;	案例研讨、角色扮演	1
4	项目四: 旅游景区导游服务	教学内容: 旅游景区解说服务的基本原理。 教学要求: 掌握旅游景区解说服务的基本原理。	角色扮演	2
		教学内容: 旅游景区解说服务的技巧与方法。 教学要求: 掌握解说服务的技巧与方法。	情景模拟、合作探究	4

5	项目五: 旅游景区的营销管理	教学内容: 旅游景区营销概述。 教学要求: 了解旅游景区营销基本理论。	自主探究	2
		教学内容: 旅游景区市场调查。 教学要求: 理解旅游景区市场调查的方法并能实际应用。	实地考察	1
		教学内容: 旅游者消费行为分析。 教学要求: 了解旅游者消费行为分类与影响因素。	案例研讨	1
		教学内容: 旅游景区市场定位与细分。 教学要求: 熟悉旅游景区市场定位与细分。	案例研讨	1
		教学内容: 旅游景区营销策略。 教学要求: 掌握旅游景区营销策略。	具体操作	1
6	项目六: 旅游景区安全管理	教学内容: 旅游景区安全管理体系。 教学要求: 理解旅游景区安全管理体系。	自主探究	2
		教学内容: 旅游景区安全事故的处理。 教学要求: 熟悉旅游景区旅游安全事故处理的方法。	情景游戏	2
7	项目七: 旅游景区环境管理业务	教学内容: 旅游景区环境管理基本理论。 教学要求: 熟悉旅游景区环境管理基本理论。	合作探究	2
		教学内容: 旅游景区环境质量认证。 教学要求: 了解旅游景区环境质量认证的方式。	合作探究	2
		教学内容: 旅游景区环境保护。 教学要求: 理解旅游景区环境保护的措施。	实地考察	1
		教学内容: 旅游景区卫生管理。 教学要求: 熟悉旅游景区卫生管理。	自主探究	1
8	项目八: 旅游景区产品管理	教学内容: 旅游景区形象设计基本理论。 教学要求: 了解旅游景区 CIS 系统, 理解具体旅游景区形象设计与传播方式。	课堂演讲	2

		教学内容： 旅游景区形象传播。 教学要求： 具体旅游景区形象设计要素与传播过程控制。	情景模拟	2
9	项目九：旅游景区设施设备管理	教学内容： 旅游景区设施设备管理要求。 教学要求： 能对景区的设备进行管理。	课堂演讲	2
		教学内容： 旅游景区人力资源管理主要业务。 教学要求： 理解旅游景区员工招聘、培训、考评的方法。	角色扮演、情景模拟	2

(二)实践教学类型和教学内容				
序号	单元（工作任务模块或实训项目）	教学内容及要求	活动设计	课内学时安排
10	项目十：景区导游解说	以导游证资格口试要求为标准,培养学生掌握基本的导游语言表达方法与技巧	参照导游口试模式进行现场模拟考核,分为学生小组观摩自评、任课教师考评、实训指导教师考评等,从讲解的正确性、清楚性、生动性、灵活性等方面进行量化分析评价。	4
11	项目十一：“武侯祠一日游项目”设计与策划	培养学生对旅游资源类产品的创意能力、市场推广能力、广告文案撰写能力、纪念门票设计能力等	以小组合作形式先考察旅游景区的景观特色,再将其进行品牌设计塑造,文案创作,融入文字与艺术包装,最后在校园媒体发布,投放学生市场,并检验其成果。	6
12	项目十二：安全维护与管理	强化学生安全应变能力与安全维护常识训练	以旅游团队在景区中突发意外事件为情境,模拟事件发生经过,学生自导自演,通过室内小组合作,模拟景区管委会各职能部门负责人开会,成立“应急小组”和“现场指挥部”,进行救援,事后提出防范措施和保障制度。	4

13	项目十三：南阳市观 资源调查	培养学生进行社 会调查的能力	组织学生在该旅游区走访住 户，对该地自然、人文环境信 息进行综合采集	4
复习、考试				2
合计学时				60

七、教学方法

（一）教学方法使用的目的

1. 目的

以市场对人才需求为导向，使学生掌握景区中基层服务管理实务知识和对客服务能力，成为合格景区从业人员。具体要求为四个方面：掌握景区服务与管理的业务流程、熟悉景区策划与项目设计、掌握景区导游服务技能技巧、熟悉景区安全维护方法、了解景区中基层业务管理策略，通过教学，使学生思维更灵活、技能更到位、素养更优秀。

2. 实施过程

采用多媒体课件、案例研讨、情境游戏、课堂演讲、实操测试、模拟角色演练、实地调查、志愿服务等多样化形式进行教学。作到“模块化”、“亲验式”，寓教于练。在引进国内外先进的景区服务与管理理念、思辨模式、技能技巧的时候，利用多种互动手段，有效地达到启发、趣味、参与“三位一体”的教学功能板块的最佳组合。

（二）现代教育技术的运用

采用多媒体教学手段，开发、制作本门课程的教学课件（如Powerpoint），运用电脑、实物投影仪、VCD光碟等多种手段进行教学，主要用于：

1. 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；
2. 播放景区服务与管理作业的实际案例，让学生感受实际工作特点，并思考如何发现、分析、解决实际问题；
3. 让学生自己制作景区小课件，培养收集信息、处理信息的能力，并提高电脑使用能力。
4. 进行网上布置作业、网上批改作业及论文、网上论坛与教学咨询
5. 开展网上查阅资料信息。

6. 通过使用现代教育技术手段,使学生对专业知识更感兴趣、对行业体验更向往、对岗位技能掌握准备更充分、对从事职业更热情。

八、教学评价建议

1. 期末考核评价及方式

本课程是考试课,采用闭卷考试和实践考核相结合的办法考核学生的成绩,总成绩由期考卷面成绩和平时实训成绩所组成。

考核方式:闭卷、实操、文案报告相结合;各项实训成绩占本门课程总成绩的 40%;期考成绩占本门课程总成绩的 60%。

2. 教学过程评价

包括学习态度 10%、训练任务完成情况 20%、课外练习 10%、知识考核 10%。

3. 集中实训评价(可参照以下表格进行评价)

序号	任务模块	评价目标	评价方式	评价分值
1	景区导游解说	以导游证资格口试要求为标准,培养学生掌握基本的导游语言表达方法与技巧	参照导游口试模式进行现场模拟考核,分为学生小组观摩自评、任课教师考评、实训指导师考评等,从讲解的正确性、清楚性、生动性、灵活性等方面进行量化分析评价。	10
2	“南阳武侯祠一日游项目”设计与策划	培养学生对旅游资源类产品的创新能力、市场推广能力、广告文案撰写能力、纪念门票设计能力等	以小组合作形式先考察旅游景区的景观特色,再将其进行品牌设计塑造,文案创作,融入文字与艺术包装,最后在校园媒体发布,投放学生市场,并检验其成果。	10
3	安全维护与管理	强化学生安全应变能力与安全维护常识训练	以旅游团队在景区中突发意外事件为情境,模拟事件发生经过,学生自导自演,通过室内小组合作,模拟景区管委会各职能部门负责人开会,成立“应急小组”和“现场指挥部”,进行救援,事后提出防范措施和保障制度。	10
4	南阳市景观资源调查	培养学生进行社会调查的能力	组织学生在该旅游区走访住户,对该地自然、人文环境信息进行综合采集	10

4. 课程成绩形成方式

主要有情境口试、课堂演讲考评、实操测试、模拟角色演练考评、实地调查报告、实训报告等等，根据需要灵活采用上述方式来进行考核，实训成绩在本门课程总成绩中所占比例为 40%。

九、课程主讲教师 and 教学团队要求说明

主讲教师：张浩美

要求：热爱教育事业，工作尽心尽责，注重师德修养，爱护学生，治学严谨，能够坚持学习，及时更新知识。同时具有高等院校教学资格证书，本科以上学历，得到学校督导组的认可。

十、课程教学环境和条件要求

1. 课堂教学采用多媒体设备，将有关内容全部制作成课件。
2. 运用相关影音资料作为辅助教材。
3. 从旅游报刊杂志、网站上搜集资料，尽量做到资料的新、齐、准。
4. 在资金和时间条件允许的前提下，带学生外出到实地开展对旅游景区的经营管理模式等方面的调研。

十一、课程建设等级说明

先建设院级精品课

十二、教学资源的利用

1. 使用教材：张芳蕊、索红主编，《景区服务与管理》，清华大学出版社，2019 年版。

2. 参考书：

模拟导游. 窦志萍等主编. 高等教育出版社. 2008 年。

旅游景区营销策划. 禹贡等编著. 旅游教育出版社. 2008 年。

旅游危机管理. 邹统轩编著. 北京大学出版社. 2005 年。

旅游景点景区管理. 张凌云编著. 旅游教育出版社. 2005 年。

3. 多媒体资源：

多媒体教室、PPT 课件

5. 校外旅游景点利用:

南阳汉画馆、南阳武侯祠、南阳白河湿地公园

《旅行社经营与管理》课程标准

课程名称: 旅行社经营与管理

总学时数: 72 (理论课 36 学时, 实践课 34 学时, 复习机动 2 学时)

学分数: 4

适用专业: 旅游管理

一、课程的性质

1. 必修课

2. 专业 (理论+实践) 课

二、课程理念与定位

《旅行社经营管理》是旅游管理专业的专业必修课，是一门基础性、综合性地介绍旅行社企业概况及其经营管理业务的重要课程，也是学生进行工学结合实习所必修的核心课程。通过本课程的学习，使学生对旅行社行业及其经营管理的特点有一个基本的认识，对旅行社常见的部门设置、部门职能及各职能部门之间的关系有一个总体的了解，进而掌握旅行社产品设计、产品销售、计调等主要业务类型以及这些业务的基本流程、操作规则和业务成果，为深入开展工学结合实习奠定坚实的基础。本课程是实时、动态反映旅行社实际岗位群经营业务的窗口，也是本专业接轨行业、工学结合的重要平台。因此，根据目前高职教育的特点，本课程设计的基本理念是：以工学结合为纲，企业岗位群为目；以结对企业实际业务为任务，通过任务驱动教学；以经营知识为主，管理原理为辅；以行业动态与能力培养为主，岗位导入为辅，铺垫其他专业技能课程为用。

三、课程设计思路

以基于工作过程项目教学为主，设计“旅行社的设立”、“旅行社产品设计与开发”、“旅行社产品价格的制订与报价”、“旅行社计调业务”、“旅行社组团业务”、“旅行社财务管理”、“旅行社的客户管理和质量管理”、“旅游交易会参展方案的设计”等8个项目。

导入工学结合、任务驱动教学模式，突出职业能力培养，注重课堂讲授与行业专家讲解结合，见习与实训结合，理论分析与案例分析结合，通过项目形式的任务驱动教学模式，推动工学紧密结合。

本课程设计充分体现职业性、实践性和开放性的要求。将每一个教学目标设计成真实具体的任务；每一项任务的教学以真实案例导入，使学生进入相应的情境之中，激发学习兴趣，引导学生学习相关知识和技能；运用调查访谈、专题讲座、案例分析、课题讨论等方式和手段实现每一项教学

目标：为了激发学生自主学习、协作学习，在每一项任务学习过程中设计了实践性很强的课外活动项目，使课堂教学得到延伸。

四、课程目标

1、通过本课程的学习，使学生对旅行社企业产生宏观概念，了解其内部流程、部门职能与关系、运行规则等系列基础性知识，并培养观察、把握不同类型旅行社企业整

体情况的能力。

2、对旅行社企业有总体认知，解其内部流程、部门职能与关系、运行规则等系列基础性知识。具体而言，即掌握有关旅行社运营中关于旅行社设立、组织管理、经营计划、市场细分和定位、产品开发设计、采购、产品定价促销和销售、接待、客户管理和质量管理等方面的基础理论知识

3、具有观察、把握不同类型旅行社企业整体情况的能力。旅行社企业千店千面，都拥有不同的内部流程、部门设置、内部运行规则。通过本课程的学习，学生应该具备观察、归纳旅行社特点，去伪存真、迅速把握旅行社特性和整体运营情况。

4、4、总体而言，人才培养规格中着力突出以下三种职业能力的培养:基本素质、旅行社管理能力、旅行社电子商务运营能力。

五、先修课程

1.《导游基础》主要讲述旅游历史、旅游宗教、古建筑与园林、民族民俗、客源国概况等方面的知识，提升学生的文化品味，具备导游相关的基础知识，具备为游客提供优质服务的基本能力。

2.《导游实务》主要从理论和实践的结合入手，系统地学习导游的基础知识、服务技能及重要的业务工作和流程，并通过一定数量的案例分析，尽可能使学生对导游工作有一个比较真切的体会，使学生在学导游业务理论的同时，获得对导游工作实际情况的一般了解。

3.《旅游市场营销》系统学习旅游市场营销的相关知识，使学生树立正确的旅游营销理念、掌握实用的旅游营销手段与方法，具备旅游市场营销方案制订能力，为旅游类相关行业的产品开发与调整、旅游市场调研以及促销、沟通工作打下坚实的基础。

六、教学内容及学时安排

1. 课程主要内容说明

对旅行社行业及其经营管理的特点有一个基本的认识，对旅行社常见的部门设置、部门职能及各职能部门之间的关系有一个总体的了解，进而掌握旅行社产品设计、产品销售、计调等主要业务类型以及这些业务的基本流程、操作规则和业务成果。

2. 课程组织安排说明

课程组织采用项目教学，分成八个教学模块，29个项目。

3. 课程教学内容

项目1 旅行社的设立

- (1) 教师结合《旅行社条例》为学生讲授旅行社设立的法律规定；
- (2) 通过设立模拟公司，重点学习旅行社设立的基本程序；
- (3) 组建模拟旅行社，学习旅行社的组织结构设计
- (4) 教师介绍旅行社行业组织。

项目2 旅行社产品设计与开发

- (1) 教师借助多媒体课件，举例介绍旅行社产品的内涵、特征、类别；
- (2) 教师利用多媒体课件，讲授旅行社产品的设计原则；
- (3) 教师通过具体实例，讲授旅行社产品线路设计；
- (4) 教师通过具体实例，介绍旅行社产品开发过程。

项目3 旅行社产品价格的制订与报价

- (1) 教师借助多媒体课件，举例介绍旅行社产品价格的构成；
- (2) 教师借助多媒体课件，举例介绍旅行社产品价格制订的主要影响因素；
- (3) 教师通过具体实例，讲授旅行社经营目标和价格制订目标；
- (4) 让学生熟悉旅行社产品的定价策略及其选择；
- (5) 教师通过具体实例旅游线路报价的计算与说明。

项目4 旅行社计调业务

- (1) 教师借助多媒体课件，举例介绍计调业务中的旅游采购服务、变更后的采购、计调的信息业务、线路设计与报价；
- (2) 通过模拟的实训项目，学习计调业务中接待工作的具体落实。

项目5 旅行社组团业务

- (1) 教师借助多媒体课件，重点讲授组团社与地接社的关系及作业程序；
- (2) 熟悉地接社的选择与调整；
- (3) 了解组团社怎样利用旅游交易网开展日常业务。

项目6 旅行社财务管理

- (1)通过教师讲授，学生熟悉组团社“先收后付”，地接社“先垫后收”的惯例；
- (2)通过教师举例介绍，学生重点掌握借条的书写格式和要求；
- (3)通过教师示范，学会要掌握点钞技巧、钞票真假辨识技巧；
- (4)通过教师举例介绍，学生重点掌握收据的书写格式和要求；
- (5)教师借助多媒体课件，结合具体实例介绍报账的具体程序和注意事项。

项目7 旅行社的客户管理和质量管理

- (1)要让学生明白服务质量的重点在于消费者对于公司累积的态度，它是消费者从许多成功的或不成功的服务经历中积累起来的；
- (2)通过教师举例介绍，使学生熟悉旅行社的危机及危机形式；
- (3)通过教师举例说明，让学生了解旅行社的危机教育与预防；
- (4)建立危机预警系统，即灵敏、准确的信息监测系统；
- (5)掌握旅行社处理危机的原则与措施。

项目8 旅游交易会参展方案的设计

- (1)教师借助多媒体课件，结合具体实例介绍旅游交易会参展方案的设计要求
- (2)通过学习，学生能够根据具体要求自行设计旅游交易会参展方案。

七、教学方法

（一）教学方法使用的目的

1. 目的

以市场对人才需求为导向，使学生掌握旅游社经营与管理的知识和对客服务能力，成为合格旅游从业人员。重点掌握旅行社产品设计、产品销售、计调等主要业务类型以及这些业务的基本流程、操作规则和业务成果。以项目教学法为主，理论与实践融合，做到“教、学、做”一体化。

2. 实施过程

采用多媒体课件、案例研讨、情境游戏、课堂演讲、实操测试、模拟角色演练、实地调查、志愿服务等多样化形式进行教学。作到“模块化”、“亲验式”，寓教于练。利用多种互动手段，有效地达到启发、趣味、参与“三位一体”的教学功能板块的最佳组合。

（二）现代教育技术的运用

采用多媒体教学手段，开发、制作本门课程的教学课件（如 Powerpoint），运用电脑、实物投影仪、VCD 光碟等多种手段进行教学，主要用于：

1. 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；
2. 播放旅游策划的实际案例，让学生感受实际工作特点，并思考如何发现、分析、解决实际问题；
3. 让学生自己制作小课件，培养收集信息、处理信息的能力，并提高电脑使用能力。
4. 进行网上布置作业、网上批改作业及论文、网上论坛与教学咨询。
5. 开展网上查阅资料信息。
6. 通过使用现代教育技术手段，使学生对专业知识更感兴趣、对行业体验更向往、对岗位技能掌握准备更充分、对从事职业更热情。

八、教学评价建议

1. 期末考核评价及方式

本课程是考查课，采用平时实训和实践考核相结合的办法考核学生的成绩，总成绩由考核成绩和平时实训成绩所组成。

考核方式：实操、文案报告相结合；各项实训成绩占本门课程总成绩的 40%；期末考核成绩占本门课程总成绩的 60%。

2. 教学过程评价

包括学习态度 10%、训练任务完成情况 20%、课外练习 10%、知识考核 10%。

3. 课程成绩形成方式

主要有情境口试、课堂演讲考评、实操测试、模拟角色演练考评、实地调查报告、实训报告等等，根据需要灵活采用上述方式来进行考核，实训成绩在本门课程总成绩中所占比例为 40%。

九、课程主讲教师和教学团队要求说明

主讲教师：张罗丹

要求：热爱教育事业，工作尽心尽责，注重师德修养，爱护学生，治学严谨，能够坚持学习，及时更新知识。同时具有高等院校教学资格证书，本科以上学历，得到学校督导组的认可。

十、课程教学环境和条件要求

1. 课堂教学采用多媒体设备，将有关内容全部制作成课件。
2. 运用相关影音资料作为辅助教材。
3. 从旅游报刊杂志、网站上搜集资料，尽量做到资料的新、齐、准。
4. 在资金和时间条件允许的前提下，带学生外出到实地开展对旅游策划等方面的调研。

十一、课程建设等级说明

先建设院级精品课

十二、教学资源的利用

1. 使用教材：朱智、杨红霞主编，《旅行社经营与管理》，清华大学出版社，2019年版。

2. 参考书：

倪慧丽旅行社经营管理实务[M]北京：人民邮电出版社，2008

杜江，戴斌旅行社管理比较研究[M]. 北京：旅游教育出版社，2006

王坚. 旅行社企业管理[M]. 北京：北京大学出版社，200610

蔡家成. 中国旅行社业研究[M]. 北京：中国旅游出版社，2005

3. 多媒体资源：

多媒体教室、PPT 课件

《旅游策划实务》课程标准

课程名称：旅游策划实务

总学时数：72（理论课 36 学时，实践课 36 学时）

学分数：4

适用专业：旅游管理

一、课程的性质

1. 必修课
2. 专业（理论+实践）课

二、课程定位

旅游策划活动是一种具有创意性的专业实践，策划旅游在本质上是一种经营思考的方法与程序。《旅游策划实务》是一门以营销学、策划学等学科为基础，旅游策划作为市场营销学领域中新崛起的细分学科，具有鲜明的创新特点和可操作性，开设《旅游策划》课程总的教学目的是培养和训练学生市场营销的实际操作能力，在市场调查和分析的基础之上，创造新的生活方式和消费观念，唤起消费者的购买愿望，并通过企业的生产经营活动，向消费者提供能使其满意的产品或服务，引导他们进行消费，把潜在的消费者转化为现实的消费者。

三、课程设计思路

1. 根据《旅游管理专业》2021 年人才培养方案制定，通过《旅游策划实务》课程的学习，使学生掌握策划旅游程序，了解策划旅游的思维方法，学会分析市场营销环境，能比较正确地运用所学的专业知识，来进行产品、价格、销售渠道、促销组合等方面的策划旅游，并能够独立地撰写策划旅游书。

2. 以能力培养为目标，根据项目化课程设计方法，以工作任务分析为参照点，注重理论联系实际提高学生的实践能力、动手能力和创新能力。因此，本课程的教学改革着重于以下几个方面：

- 一是在课程目标制定上，重如何做，如何用，轻为什么这么做，为什么这么用；
- 二是在教学方法、学习方法上，重项目的策划训练，轻记忆、背诵概念性的内容；
- 三是在考核方式上，重日常学习、项目策划考核，轻期末考试、作业对错考核。

通过这些改革，使《旅游策划》真正成为培养学生组织策划能力、分析处理问题能力的课程，而不仅仅是通过考试，取得学分的一门课程。

3. 本课程是根据旅游管理专业 2021 年人才培养方案的要求，结合“工学交替”、“顶岗实习”的实际教学经验，以及旅游管理专业课程体系构建要求而设置的。

四、课程基本目标

1. 知识目标：

- (1) 能说明旅游策划的基本知识；
- (2) 能说出旅游策划的基本理论、基本原则和基本方法；
- (3) 能描述旅游开发项目策划的内容与方法；

- (4) 能识别旅游地形象系统;
- (5) 能说出旅游地形象发生发展中的几个效应;
- (6) 能说出旅游地形象定位和口号设计;
- (7) 能描述旅游地理念识别系统、视觉识别系统、行为识别系统;
- (8) 能描述旅游地 logo 设计及吉祥物的设计;
- (9) 能描述旅游产品策划的内容与方法;
- (10) 能准确陈述品牌的由来、构成、功能;
- (11) 能说出旅游品牌创建的步奏;
- (12) 能准确说出节庆的类型功能
- (13) 能准确描述中西方节庆的差异;
- (14) 能准确说明节庆策划的程序
- (15) 能记住旅游商品的类型、特征;
- (16) 能描述旅游企业策划程序;
- (17) 能知道旅游营销的 5p 策略
- (18) 能准确描述广告的要害及类型、功能、表现;
- (19) 能说明广告策划的创意。

2. 职业技能目标:

(1) 能说出旅游策划的规律, 提高运用现代旅游策划理论和方法解决旅游企业实际问题的能力

- (2) 能说出你所了解的知名旅游项目;
- (3) 能运用画图、色彩填充工具对旅游地的 logo 及吉祥物进行设计;
- (4) 会总结、提炼旅游地宣传口号;
- (5) 会组织策划适合不同目标群体的旅游产品;
- (6) 会运用旅游品牌忠诚度设计策划旅游品牌
- (7) 会运用命名技巧对旅游产品品牌命名;
- (8) 会区别分析中西方文化差别, 并得出中西方节庆特征差异;
- (9) 会按照会展节庆策划思路撰写旅游节庆策划书;

- (10) 会辨别旅游商品、旅游纪念品的真伪;
- (11) 能通过旅游商品的特征及游客需求策划你所熟悉的旅游商品;
- (12) 能运用创意法策划旅游广告;

3. 职业素质养成目标:

- (1) 学会分析问题时思维方式的转变;
- (2) 学会利用和把握已知因素, 解决未知问题的能力;
- (3) 学会积极思考, 勤于动脑动手;
- (4) 学会按时保质完成工作任务;
- (5) 学会尊重他人;
- (6) 学会遵纪守法;
- (7) 学会事事、时时、处处留心, 向他人学习;
- (8) 学会互相帮助、互相扶持、共同提高;
- (9) 学会善于表达;
- (10) 学会自己对自己负责。

五、先修课程

1. 《导游基础》主要讲述旅游历史、旅游宗教、古建筑与园林、民族民俗、客源国概况等方面的知识, 提升学生的文化品味, 具备导游相关的基础知识, 具备为游客提供优质服务的基本能力。

2. 《导游实务》主要从理论和实践的结合入手, 系统地学习导游的基础知识、服务技能及重要的业务工作和流程, 并通过一定数量的案例分析, 尽可能使学生对导游工作有一个比较真切的体会, 使学生在学导游业务理论的同时, 获得对导游工作实际情况的一般了解。

3. 《旅游市场营销》系统学习旅游市场营销的相关知识, 使学生树立正确的旅游营销理念、掌握实用的旅游营销手段与方法, 具备旅游市场营销方案制订能力, 为旅游类相关行业的产品开发与调整、旅游市场调研以及促销、沟通工作打下坚实的基础。

六、教学内容及学时安排

1. 课程主要内容说明

旅游策划实务主要内容包括策划旅游程序，策划旅游的思维方法，分析市场营销环境，产品策划、价格策划、销售渠道策划、促销组合等方面的策划旅游，旅游策划书的撰写等几个部分，是一门综合性很强的学科，为学生就业奠定坚实的理论基础。

2. 课程组织安排说明

课程组织采用项目教学，分成八个教学模块，29 个项目。

3. 课程教学内容

(一) 教学内容与要求				
序号	单元(工作任务模块或实训项目)	教学内容及要求	活动设计	课内学时安排
1	项目一：旅游策划概论	教学内容： 1. 能熟记旅游策划的概念、类型； 2.能准确陈述旅游策划的基本原理； 3.能准确陈述旅游策划的主要原则； 4.能准确描述旅游策划的程序及构成要素。 教学要求： 1. 会运用旅游策划的原则分析策划案例中存在问题。 2. 会区分旅游策划与旅游规划、旅游计划等概念的不同。	自主学习	8
2	项目二：旅游策划的原理、原则、方法和程序	教学内容： 1. 能说明旅游项目的定义； 2.能准确陈述旅游开发项目可行性研究的分类； 3.能准确陈述详细可行性研究的内容； 4.能准确描述旅游开发项目策划的内容与方法。 教学要求： 1. 会运用详细可行性研究的内容分析一个大型的旅游项目。 2. 会运用旅游项目策划的方法分析项目策划中存在的问题。	探究学习 情景模拟	8

3	项目三：旅游形象策划	教学内容： 1. 能说明旅游形象策划概述 2. 能准确描述旅游形象策划技巧 3. 能准确描述旅游企业形象策划 4. 能说明旅游形象策划的导向和程序 5. 能记住旅游地区形象定位策划 6. 能准确描述旅游地形象策划	案例研讨 合作探究	12
		教学要求： 1. 能对旅游地形象正确认识； 2. 会运用画图、色彩填充工具对旅游地的 logo 及吉祥物进行设计； 3. 会总结、提炼旅游地宣传口号； 4. 会撰写旅游地形象策划书。	案例研讨、角色扮演	
4	项目四：旅游产品策划	教学内容： 1. 能记住旅游产品的概念、特点与类型 2. 能准确描述旅游产品策划的内容与方法 3. 能区分主要类别的旅游产品	合作探究	8
		教学要求： 1. 会分析旅游产品的概念、特点与类型 2. 会运用旅游产品策划的内容与方法为不同目标群体组织策划旅游商品；		
5	项目五：旅游商品策划	教学内容： 1. 能记住旅游商品的定义、特征及分类； 2. 能准备描述影响旅游商品需求的主要因素； 3. 能分析我国旅游商品开发存在的问题； 4. 能分析判断旅游商品开发策划的类型； 5. 能策划你说熟悉的旅游商品。	自主探究 具体操作	12

		教学要求： 1. 会区别判断自己熟悉的商品属于的商品类别； 2. 能说出旅游商品需求的主要因素 3. 能分析总结目前旅游商品开发策划存在的问题； 4. 能以自己熟悉的旅游地策划适合当地的旅游商品。		
6	项目六：旅游节庆策划	教学内容： 1. 能准确描述旅游节庆策划的程序 2. 能撰写旅游节庆策划方案 教学要求： 1. 会通过生活中的案例介绍商贸行节庆活动的意义； 2. 会区分中西方节庆的差异； 3. 会运用旅游节庆策划的模式与程序分共完成旅游节庆策划方案；	自主探究 情景游戏	8
7	项目七：旅游广告策划	教学内容： 1. 能准确描述旅游广告策划的程序 2. 能提供具体的旅游广告创意 3. 能撰写旅游广告策划方案 教学要求： 1. 会通过广告案例分析广告策划包括的要素； 2. 会运用旅游广告策划的程序撰写广告策划书。 3. 搜集相关素材，能策划出富有新意的广告策划。	合作探究 自主探究	8
8	项目八：旅游景区产品管理	教学内容： 1. 能熟记旅游公共关系概述 2. 能准确描述旅游公共关系活动的模式 3. 能记住旅游公关策划的程序 4. 能知道旅游公共活动策划内容 5. 能撰写旅游企业公关活动策划方案	课堂演讲 情景模拟	8

		教学要求： 1. 会区分旅游公共关系策划的概念及特征 2. 会运用旅游公共关系活动的模式分析公关活动案例； 3. 会运用旅游公共关系活动的程序策划公关活动； 4. 会撰写旅游企业公关活动策划方案书。		
--	--	---	--	--

七、教学方法

（一）教学方法使用的目的

1. 目的

以市场对人才需求为导向，使学生掌握旅游策划实务知识和对客服务能力，成为合格旅游从业人员。重点掌握旅游策划程序和旅游策划书的内容、旅游地形象策划、旅游商品策划、旅游节庆策划、旅游广告策划。以项目教学法为主，理论与实践融合，做到“教、学、做”一体化。

2. 实施过程

采用多媒体课件、案例研讨、情境游戏、课堂演讲、实操测试、模拟角色演练、实地调查、志愿服务等多样化形式进行教学。作到“模块化”、“亲验式”，寓教于练。利用多种互动手段，有效地达到启发、趣味、参与“三位一体”的教学功能板块的最佳组合。

（二）现代教育技术的运用

采用多媒体教学手段，开发、制作本门课程的教学课件（如 Powerpoint），运用电脑、实物投影仪、VCD 光碟等多种手段进行教学，主要用于：

1. 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；
2. 播放旅游策划的实际案例，让学生感受实际工作特点，并思考如何发现、分析、解决实际问题；
3. 让学生自己制作小课件，培养收集信息、处理信息的能力，并提高电脑使用能力。
4. 进行网上布置作业、网上批改作业及论文、网上论坛与教学咨询。

5. 开展网上查阅资料信息。

6. 通过使用现代教育技术手段,使学生对专业知识更感兴趣、对行业体验更向往、对岗位技能掌握准备更充分、对从事职业更热情。

八、教学评价建议

1. 期末考核评价及方式

本课程是考查课,采用平时实训和实践考核相结合的办法考核学生的成绩,总成绩由考核成绩和平时实训成绩所组成。

考核方式:实操、文案报告相结合;各项实训成绩占本门课程总成绩的40%;期末考核成绩占本门课程总成绩的60%。

2. 教学过程评价

包括学习态度10%、训练任务完成情况20%、课外练习10%、知识考核10%。

3. 课程成绩形成方式

主要有情境口试、课堂演讲考评、实操测试、模拟角色演练考评、实地调查报告、实训报告等等,根据需要灵活采用上述方式来进行考核,实训成绩在本门课程总成绩中所占比例为40%。

九、课程主讲教师和教学团队要求说明

主讲教师:张罗丹

要求:热爱教育事业,工作尽心尽责,注重师德修养,爱护学生,治学严谨,能够坚持学习,及时更新知识。同时具有高等院校教学资格证书,本科以上学历,得到学校督导组的认可。

十、课程教学环境和条件要求

1. 课堂教学采用多媒体设备,将有关内容全部制作成课件。

2. 运用相关影音资料作为辅助教材。

3. 从旅游报刊杂志、网站上搜集资料,尽量做到资料的新、齐、准。

4. 在资金和时间条件允许的前提下,带学生外出到实地开展对旅游策划等方面的调研。

十一、课程建设等级说明

先建设院级精品课

十二、教学资源的利用

1. 使用教材：杨振之、周坤主编，《旅游策划理论与实务》，华中科技大学出版社，2019 年版。

2. 参考书：

模拟导游. 窦志萍等主编. 高等教育出版社. 2008 年。

旅游景区营销策划. 禹贡等编著. 旅游教育出版社. 2008 年。

旅游危机管理. 邹统轩编著. 北京大学出版社. 2005 年。

3. 多媒体资源：

多媒体教室、PPT 课件

《旅游市场营销》课程标准

课程名称：旅游市场营销

总学时数：72（理论课 36 学时，实践课 36 学时）

学分数：4

适用专业：旅游管理

一、课程的性质

1. 必修课
2. 专业主干（理论+实践）课

二、课程定位

本课程是为旅游管理类专业岗位能力模块课程,是旅游管理专业主干课。

三、课程设计思路

1. 按照旅游的职业工作过程,依据“项目导向”、“任务驱动”的设计理念,突出能力为本位,采用项目式教学。将理论部分分成九个项目,实践部分四个项目,通过任务驱动、情景模拟、合作探究等方式培养学生的学习能力和应用能力。

2. 强调理论教学与实践教学相结合、强调基础知识与应用能力相结合。

3. 以“解决问题”为突破口,提高学生的实际操作能力。通过“解决问题”的训练,使学生对本课程的认识和理解更加深刻,使学生能较好地掌握知识和运用知识,提高学生的解决实际问题的能力。

4. 按照“五突出”原则（即突出行业特点、突出岗位特点、突出学校特点、突出师资特点、突出学生学习特点），建立科学、丰富、可行的实践教学体系，主要包括“专业基本能力实训、专业核心能力实训、专业综合能力实训”等三段实践教学项目。

四、课程基本目标

通过教与学,使学生正确理解旅游市场营销学的概念,掌握旅游市场营销学的普遍规律、基本原理和一般方法,并能综合运用于对实际问题的分析,具备一定的旅游市场营销方案制订能力,为旅游类相关行业的产品服务开发与调整、旅游市场调研以及促销、沟通工作打下坚实的任职基础。

五、先修课程

1. 《管理学》主要讲述管理与管理学、管理思想的发展、管理的基本原理和方法、组织文化、管理决策、计划与计划工作、战略性计划、组织设计、人员配备、组织力量的整合、领导与领导者、激励、沟通、控制的原理、控制的方法、管理的创新。运用所学管理知识进行具体的案例分析,并能够在学完课程后对管理实践进行考查。同时能真正学会并能够用自己的头脑来思考管理学理论与实践问题。

2. 《旅游学概论》主要讲述旅游学旅行的产生历史和发展现状,旅游学旅行的理论基础、运行体系,分别论述了旅游学旅行实施主体、服务机构、基地营地、专业人员等

各部分的组成与职责。初步培养学生旅游学旅行课程设计能力与解决实际问题的能力。

六、教学内容及学时安排

1. 课程主要内容说明

旅游市场营销主要内容包括旅游市场营销导论、营销调研与市场预测、旅游市场营销环境、旅游者购买行为分析、旅游市场细分与目标旅游市场选择、旅游市场营销战略、旅游产品战略、旅游产品价格策略、旅游产品促销策略、旅游产品营销渠道策略、旅游市场营销管理等部分，是一门综合性很强的学科，为学生就业奠定坚实的理论基础。

2. 课程组织安排说明

课程组织采用项目教学，分成八个理论教学项目，同时注重实践，组织安排四个实践项目，培养学生将理论知识应用到实践中的能力，同时拓展学生思维，深化其学习能力。

3. 课程教学内容

(一) 理论教学内容与要求				
序号	单元(工作任务模块或实训项目)	教学内容及要求	活动设计	课内学时安排
1	项目一：导论	教学内容： 了解市场营销与市场营销学、掌握企业营销观念、了解旅游市场营销学 教学要求： 熟悉市场与市场营销；了解市场营销学；掌握企业市场营销观念的主要内容；了解旅游市场营销；掌握旅游市场营销学的产生与发展；了解旅游市场营销学的研究内容和研究方法。	自主学习	2
2	项目二：旅游营销调研与市场预测	教学内容： 旅行社产品的类型、掌握旅游市场预测	探究学习、情景模拟	2

		教学要求: 了解旅游营销调研的内容及类型;掌握旅游营销调研的程序与方法;熟悉旅游营销调研问卷的设计与调研报告的撰写;掌握旅游市场预测的概念及内容;了解旅游市场预测的分类及步骤;掌握旅游市场预测的方法。		
3	项目三: 旅游市场营销环境	教学内容: 熟悉旅游市场营销环境的相关知识、掌握旅游市场营销宏观环境、掌握旅游市场营销微观环境 教学要求: 了解并熟悉旅游市场营销环境的含义、特点及分析方法;掌握旅游市场营销宏观和微观环境的主要内容。	案例研讨、合作探究、角色扮演	2
4	项目四: 旅游者购买行为分析	教学内容: 了解旅游者购买行为相关知识、熟悉影响旅游者购买行为的因素、掌握旅游者的购买过程 教学要求: 了解旅游消费者行为和旅游者购买行为理论和行为模式;熟悉旅游购买行为含义;熟悉影响旅游者行为的决定因素;掌握旅游者的购买过程。	角色扮演、情景模拟、合作探究	2
5	项目五: 旅游市场细分与目标旅游市场选择	教学内容: 掌握旅游市场细分、掌握旅游目标市场的选择 教学要求: 了解旅游市场细分的作用、原则、依据及步骤;掌握旅游市场细分的方法;掌握旅游目标市场的选择过程和营销战略。	自主探究、实地考察	4
6	项目六: 旅游市场营销战略	教学内容: 了解旅游市场营销战略相关知识、熟悉旅游市场营销战略的类型 教学要求: 熟悉旅游市场营销战略及其制定与实施;熟悉旅游市场营销战略的类型。	自主探究、情景游戏	4

7	项目七: 旅游产品战略	教学内容: 旅游了解旅游产品相关知识、掌握旅游产品生命周期、了解旅游新产品的开发设计	合作探究	4
		教学要求: 了解旅游产品的概念与构成、特点与类型; 熟悉旅游产品组合; 掌握旅游产品生命周期的主要内容; 熟悉旅游新产品的概念与类型; 了解旅游新产品的开发过程和开发设计趋势。		
8	项目八: 旅游产品价格策略	教学内容: 了解旅游产品价格的因素、掌握旅游产品定价方法、熟悉旅游产品定价策略	课堂演讲、情景模拟	4
		教学要求: 了解旅游产品价格的概念、一般表现形式及其种类; 熟悉影响旅游产品定价的因素、目标及步骤; 掌握旅游产品定价方法。		
9	项目九: 旅游产品促销策略	教学内容: 熟悉旅游促销相关知识、熟悉旅游广告、熟悉旅游营业推广、熟悉旅游人员推销、熟悉旅游公共关系、熟悉旅游交互式媒介。	角色扮演、情景模拟	4
		教学要求: 掌握旅游促销的概念与作用; 熟悉旅游促销组合策略的制订步骤; 了解影响旅游促销组合策略的主要因素; 熟悉旅游广告的主要内容; 熟悉营业推广的含义、作用及活动的策划; 熟悉旅游推销人员推销步骤; 熟悉公共关系方法及基本原则; 熟悉旅游交互式媒介的含义及功能。		
10	项目: 旅游产品营销渠道策略	教学内容: 熟悉旅游产品营销渠道相关知识、熟悉旅游中间商、熟悉旅游产品营销渠道策略、了解旅游产品营销渠道的新发展	课堂演讲、情景模拟	4

		教学要求： 了解旅游产品营销渠道的含义、作用；熟悉旅游产品营销渠道的类型及特征；熟悉旅游中间商的作用及原则；熟悉旅游产品营销渠道的三种策略；了解旅游产品营销渠道的新发展及应用情况。		
11	项目：旅游产	教学内容： 了解旅游市场营销管理相关知识、掌握旅游市场营销计划、熟悉旅游市场营销组织、掌握旅游市场营销控制 教学要求： 熟悉旅游市场营销管理的任务；熟悉旅游市场营销的概念；掌握旅游市场营销计划的内容及执行；熟悉旅游市场营销组织的演变过程及影响设置组织的因素；掌握旅游市场营销控制。	课堂演讲、情景模拟	4

(二) 实践教学类型和教学内容				
序号	单元（工作任务模块或实训项目）	教学内容及要求	活动设计	课内学时安排
12	项目十：设计旅游者意向调查问卷	通过实践,使学生具备撰写市场调查问卷的能力、人际沟通能力以及收集、整理信息的能力。	学生分组设计涟水县居民旅游意向调查表,并至校外进行调查,并整理分析调查结果。	6
13	项目十一：旅游产品定价	培养学生能够根据旅游产品特点及旅游市场需求进行定价,具备一定的市场洞察能力。	学生在进行一定的市场调查的基础上,就老师限定的旅游产品进行定价。	8
14	项目十二：旅游产品促销实训	使学生具备一定的产品促销能力。	旅情景模拟或至校外实训单位,进行旅游产品促销。	10

15	项目十三：综合实训	培养学生具备一定的旅游市场营销方案制订能力以及营销问题处理能力。	组织学生在老师限定的情境中制定旅游市场营销方案。	12
复习、考试				2
合计学时				72

七、教学方法

（一）教学方法使用的目的

1. 目的

以市场对人才需求为导向，使学生掌握完整的旅游市场学系统知识结构。具体来说，要求学生了解市场、市场营销、旅游市场营销的基本概念、尤其是对市场营销观念和旅游市场营销特点的分析。同时要掌握，对旅游市场的分析，主要是旅游市场环境分析、旅游市场购买行为分析、旅游市场调查、旅游市场竞争分析、旅游市场需求测量和预测、旅游市场细分、目标市场选择与定位等内容。通过教学，使学生思维更灵活、技能更到位、素养更优秀。

2. 实施过程

采用多媒体课件、案例研讨、情境游戏、课堂演讲、实操测试、模拟角色演练、实地调查、志愿服务等多样化形式进行教学。作到“模块化”、“亲验式”，寓教于练。在引进国内外先进的旅游市场营销理念、思辨模式、技能技巧的时候，利用多种互动手段，有效地达到启发、趣味、参与“三位一体”的教学功能板块的最佳组合。

（二）现代教育技术的运用

采用多媒体教学手段，开发、制作本门课程的教学课件（如Powerpoint），运用电脑、实物投影仪、VCD光碟等多种手段进行教学，主要用于：

1. 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；

2. 播放景区服务与管理作业的实际案例，让学生感受实际工作特点，并思考如何发现、分析、解决实际问题；

3. 让学生自己制作景区小课件，培养收集信息、处理信息的能力，并提高电脑使用能力。

4. 进行网上布置作业、网上批改作业及论文、网上论坛与教学咨询

5. 开展网上查阅资料信息。

6. 通过使用现代教育技术手段，使学生对专业知识更感兴趣、对行业体验更向往、对岗位技能掌握准备更充分、对从事职业更热情。

八、教学评价建议

1. 期末考核评价及方式

本课程是考试课，采用闭卷考试和实践考核相结合的办法考核学生的成绩，总成绩由期考卷面成绩和平时实训成绩所组成。

考核方式：闭卷、实操、文案报告相结合；各项实训成绩占本门课程总成绩的 40%；期考成绩占本门课程总成绩的 60%。

2. 教学过程评价

包括学习态度 10%、训练任务完成情况 20%、课外练习 10%、知识考核 10%。

3. 课程成绩形成方式

主要有情境口试、课堂演讲考评、实操测试、模拟角色演练考评、实地调查报告、实训报告等等，根据需要灵活采用上述方式来进行考核，实训成绩在本门课程总成绩中所占比例为 40%。

九、课程主讲教师 and 教学团队要求说明

主讲教师：张罗丹

要求：热爱教育事业，工作尽心尽责，注重师德修养，爱护学生，治学严谨，能够坚持学习，及时更新知识。同时具有高等院校教学资格证书，本科以上学历，得到学校督导组的认可。

十、课程教学环境和条件要求

1. 课堂教学采用多媒体设备，将有关内容全部制作成课件。

2. 运用相关影音资料作为辅助教材。

3. 从旅游报刊杂志、网站上搜集资料，尽量做到资料的新、齐、准。

4. 在资金和时间条件允许的前提下，带学生外出到实地开展对旅游景区的经营管理模式等方面的调研。

十一、课程建设等级说明

先建设院级精品课

十二、教学资源的利用

1. 使用教材：菲利普·科特勒、约翰·T·鲍文主编，《旅游市场营销（第6版）》，清华大学出版社，2017年版。

2. 参考书：

旅游市场营销学（第2版），赵西萍等主编，高等教育出版社，2011年。

旅游景区营销策划，禹贡等编著，旅游教育出版社，2008年。

旅游市场营销学，安贺新等编著，清华大学出版社，2016年。

旅游市场学，林南枝编著，南开大学出版社，2010年。

3. 多媒体资源：

多媒体教室、PPT课件

《普通话与口才训练》课程标准

课程名称：普通话与口才训练

总学时数：36（理论课 0 学时，实践课 36 学时）

学分数：2

适用专业：旅游管理

一、课程的性质

1. 必修课
2. 专业（实践）课

二、课程定位

本课程面向旅游管理专业学生开设，属于专业必修课程。通过学习，使学生热爱祖国语言，掌握普通话语音基本理论和普通话声、韵、调、音变的发音要领，能用标准或比较标准的普通话进行朗读、说话及其它口语交际，能顺利地通过测试并达到理想的等级标准；掌握通用的普通话口语表达和行业普通话口语表达的基本技能，具备一定的交际和职业口语素养。

本课程以国家普通话水平测试大纲为标准，从交流、交际以及就业成才的需求出发，以学生训练为主，教师精讲为辅，借助多媒体教学资源，采取听说读练一体化教学模式，课堂课外训练相结合，提高学生普通话口语水平。

三、课程设计思路

根据《中华人民共和国国家通用语言文字法》第十九条规定：“凡以普通话作为工作语言的岗位，其工作人员应当具备说普通话的能力。”《普通话与口才训练》课程教学的基本要求是：1. 理解普通话的内涵，我国推广普通话的工作方针和工作重点；掌握普通话语音的概念。2. 掌握普通话各个声母的发音部位和发音方法；掌握分清平翘舌各个声母及分清边鼻音声母的辨正方法。3. 掌握普通话韵母的分类及结构，以及它们的发音；掌握分清有关单韵母与复韵母、前鼻音韵母与后鼻音韵母的辨正方法。4. 掌握普通话的调值与调类，念准普通话各调类的调值，注意声调辨正，较流利地读出诗词、句子，咬准声调。5. 掌握普通话的各种音变的规则，包括上声、“一”和“不”的变调规则；轻声的读法；儿化韵的发音；“啊”的变读规则等等。6. 理解河南方言与普通话词汇上的差异表现，遵守普通话在词汇与语法方面的规范。7. 掌握语调各基本要素，包括语法停顿、感情停顿、语法重音、逻辑重音等表现的一般规则；掌握并会运用朗读诗文

的要领。做到能够使用比较标准或标准的普通话朗读诗、文、故事等。8. 了解普通话水平测试方式、测试重点、测试标准。9. 了解命题说话的含义、要求；说话过程中需要注意的问题；准确、恰当地表达自己的思想，锻炼学生的心理素质。

四、课程基本目标

1. 知识目标：

- （1）掌握普通话的标准定义，认识普通话推广的重要意义，增强语言规范意识。
- （2）了解普通话水平测试的等级标准，测试对象及要求 and 普通话水平测试试卷
- （3）掌握科学的呼吸方法、训练共鸣控制和吐字归音
- （4）系统掌握普通话语音基本知识和普通话声韵调、音变的发音要领；具备较强的方音辨正能力和自我训练能力
- （5）掌握普通话朗读、说话的技巧。

2. 职业技能目标：

- （1）能用规范标准或比较规范标准的普通话进行朗读、说话及其他口语交际
- （2）能把握普通话水平测试的应试要领，能顺利通过普通话水平测试并达到理想的等级标准
- （3）掌握通用的普通话口语表达和行业普通话口语表达的基本技能

3. 职业素质养成目标：

- （1）树立以就业为导向，学好普通话的职业思想观念
- （2）一口标准流利的普通话是现代职业人员必备的基本素质，使学生树立加强普通话口语学习的意识
- （3）形成科学用气发声观念。

五、先修课程

1. 《全国旅游学基础》主要讲述旅游历史、旅游宗教、古建筑与园林、民族民俗、客源国概况等方面的知识，提升学生的文化品味，具备导游相关的基础知识，具备为游客提供优质服务的基本能力。

2. 《导游实务》主要从理论和实践的结合入手，系统地学习导游的基础知识、服务技能及重要的业务工作和流程，并通过一定数量的案例分析，尽可能使学生对导游工作

有一个比较真切的体会，使学生在学导游业务理论的同时，获得对导游工作实际情况的一般了解。

3. 《旅游市场营销》系统学习旅游市场营销的相关知识，使学生树立正确的旅游营销理念、掌握实用的旅游营销手段与方法，具备旅游市场营销方案制订能力，为旅游类相关行业的产品开发与调整、旅游市场调研以及促销、沟通工作打下坚实的基础。

六、教学内容及学时安排

1. 课程主要内容说明

通过系统的学习使学生较好地理解和掌握导游应具备的普通话表达能力，包括：使学生在口语交际中目的明确，言语得体，表达流畅，籍以培养学生的导游专业素质，提高他们将来从事该职业的能力，以适应现代社会及导游职业的需要。以普通话水平测试和导游职业能力为理念，按照导游职业岗位(群)的实际要求和“实际、实用、实践、实效”的原则设计教学评价体系来检测学生运用普通话的能力。

2. 课程组织安排说明

基于普通话训练的进程，按照课程目标要求，本课程设计了5个主要学习情境，各学习情境在总体上呈递进关系；在教学实施中，将其进一步分解成13个学习型工作任务。

3. 课程教学内容

学习情境 名称	学 习 型 工作任务	教学内容与要求	教学效果 评价标准	教学方法 与手段	学 时
学习情境 1： 认识普通话 和普通话水平测试	任务一： 了解普通话的规范定义以及推广普通话的重要意义 任务二： 了解普通话水平测试	1、普通话的定义 2、普通话水平测试及要求 3、推广普通话的意义 4、学习普通话的方法介绍 5、学生普通话水平摸底 6、学生生源地、语音面貌建档	1、理解普通话定义的内涵 2、了解普通话水平等级标准和测试的内容及评分标准 3、掌握普通话学习的方法	讲授法 录音示范	2

学习情境 2: 科学用气发声训练	任务三: 掌握科学用气发声的方法	1、气息控制训练 2、共鸣控制训练 3、吐字归音训练	掌握科学的用气发声方法,帮助学生克服错误的发音习惯	讲授法 示范法	2
学习情境 3: 普通话语音分析	任务四: 声母的发音	1、声母的分类 2、普通话声母的发音部位和发音方法 3、声母难点训练(边鼻、平翘等声母辩证)	掌握普通话 21 个辅音声母的发音部位和发音方法;能读准每个音节、字、词语。	讲授法 录音示范	4
	任务五: 韵母的发音	1、韵母的分类和结构 2、韵母的发音方法和发音部位 3、韵母难点训练	掌握普通话韵母的发音部位和发音方法;能读准每个音节、字、词语。掌握单韵母、复韵母、前鼻韵母与后鼻韵母的辩证方法		4
	任务六: 声调的发音	1、声调调值与调类 2、声调的正确发音方法 3、声调难点训练	准确把握各调类的调值,能读准每个音节的声调。		2
	任务七: 音变训练	1、变调、轻声、儿化、啊的辩读 2、音变难点训练(上声的变调、轻声词、儿化词朗读、一和丕的变调、啊的朗读训练)	掌握各种音变规则,能用标准的普通话朗读短文。		2
学习情境 4: 朗读训练	任务八:用标准普通话朗读短文	1、朗读的基本技巧(句调、重音、停顿、语速) 2、朗读能力综合训练	掌握朗读的基本技巧,能用标准的普通话朗读短文,做到声、韵、调、音变均准确。		4
	任务九: 口才训练—演讲	演讲的技巧 态势语言 即兴演讲	演讲的技巧 态势语言 即兴演讲		
学习情境 5: 说话训练	任务十: 说话训练	1、说话的要求 2、语音训练 3、词汇、语法转化 4、流畅度	学生能用标准流利的普通话围绕一主题说话	情景模拟 教学法	4
	任务十一: 通用口语交际	社交口语	能用标准流利的普通话进行谈话,与人交际,并掌握一定技巧	多媒体教学	4

	任务十二： 行业口语	1. 营销口语 2. 导游口语	掌握营销、导游行业的通用口语，掌握两个行业的口语交际技巧	案例教学法	4
	任务十三： 求职口才	1、求职前准备 2、面试的注意事项 3、求职口语的技巧	掌握面试时的技巧，做到事前准备充足，面试时能用标准流利的普通话应试，为自己个人形象加分，展示自己特长		4

七、教学方法

本课程的主要教学方法是理论教授、学生练习、情景演示、录音录像示范、课外辅导、经验分享等。

八、教学评价建议

1. 期末考核评价及方式

本课程是考查课，采用课内实践和综合考核相结合的办法考核学生的成绩，总成绩由期末综合考核成绩和平时实践成绩所组成。

考核方式：（1）平时上课提问，课内实践的方式进行考核

（2）期末课程结束时集中进行综合考核，采用开卷口试方式

2. 考核方法

（1）平时成绩占 40%

（2）期末考试成绩占 60%

（3）平时成绩与期末成绩加权后最终总评成绩。

九、课程主讲教师 and 教学团队要求说明

主讲教师：马可夫

要求：热爱教育事业，工作尽心尽责，注重师德修养，爱护学生，治学严谨，能够坚持学习，及时更新知识。同时具有高等院校教学资格证书，本科以上学历，得到学校督导组的认可。

十、课程教学环境和条件要求

1. 课堂教学采用多媒体设备，将有关内容全部制作成课件。

2. 运用相关影音资料作为辅助教材。
3. 从报刊杂志、网站上搜集资料，尽量做到资料的新、齐、准。
4. 在资金和时间条件允许的前提下，带学生外出到实地开展对旅游景区等方面的调研。

十一、课程建设等级说明

先建设院级精品课

十二、教学资源的利用

1. 使用教材：河南省普通话水平测试研究组 编，《河南省普通话水平测试专用教材》，中国和平音像电子出版社，2017 年版。

2. 参考资料：

（1）全国高等教育自学考试中文本科教材《现代汉语》，张斌主编，语文出版社出版，2008 版

（2）《普通话水平测试实施纲要》，国家语言文字工作委员会普通话培训测试中心编制，商务印书馆。2008 版

（3）《普通话水平测试训练教程》 马显彬主编 暨南大学出版社 2002. 9

（4）《口才训练》李元授主编，华中科技大学出版社 1999. 11

（5）《口语和说话》 刘雪春主编 中国劳动社会保障出版社 2000. 1

3. 多媒体资源：

多媒体教室、PPT 课件