



# 旅游管理专业培养方案

## 一、指导思想

本方案以母语为非汉语的具有高中毕业以上（含高中毕业）学历的外国来华留学生为培养对象，培养从事旅游行业工作，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，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向旅游行业的导游、营销、公共游览场所服务等职业群，能够从事旅游接待、旅游产品策划、旅游市场营销、旅游企业运营管理等工作的高素质技术技能人才。

## 二、培养目标及要求

（一）培养学生掌握旅游管理基础知识，基本技能，成为能从事旅游行业的国际人才。

（二）熟悉我国关于旅游业发展的方针、政策和法规；了解旅游业的发展动态和主要国家的风俗习惯、交往礼仪。

（三）掌握现代旅行社的基本管理理论和方法，熟练掌握现代旅行社的服务与管理技能。

（四）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、与顾客在线答疑等知识。

（五）了解旅游行业发展新理念、新趋势，熟悉旅游行业的新业态、新需求，掌握旅游企业相关岗位的接待服务知识和技能。

## 三、课程结构比例

（一）学制：三年

（二）总学分：74 学分

## 四、学期与学制

学期：每学年分秋季和春季两个学期。

学制：标准学制3年，实行学分制管理，学生达到相关要求后申请毕业。根据学生语言水平，开设不同课程，学生须修满74学分。

## 五、课程设置

学科课程设置以为学生打造扎实的研学管理与服务知识为基础，强调学生专项实用技能的培养，突出中国文化特色，开设内容丰富的介绍中国旅游的专业必修课和选修课。培养具有高水平的旅游管理能力，熟悉我国关于旅游业发展的方针、政策和法规，了解旅游业的发展动态和中国人的风俗习惯，掌握现代旅游企业的基本管理理论和方法的应用型人才。

为形成从导游及海外领队、旅行社、旅游景区、星级酒店、旅游电子商务、休闲产业等就业岗位群为核心的“大平台，小方向”专业结构体系，对应上述就业岗位所要求的能力，并依此构建了以工学结合、工学交替为主旨，以实践教学为重点，以职业岗位生产性综合实训为核心为主线的专业平台，辅以教学管理、教学计划、教学内容、教学模式、教学方法、实践环节、师资、实验室配套建设等配套教改措施，初步形成了以职业岗位（群）及技能为核心的模块课程体系。

（一）职业基础素质能力：通过接待礼仪训练、旅游服务心理学、旅游电子商务、地方导游基础知识综合运用等教学与实训，使学生具备旅游管理相关的基本技能。

（二）职业核心能力层次：通过旅行社计调实务、导游业务，旅行社运营与管理，全国导游基础知识综合运用，旅游管理基础，旅游政策法规运用，旅游景区服务与管理等教学与实训，使学生具备旅游管理综合能力。

（三）职业实践能力层次：在旅游管理专业人才培养过程中，在学校和企业之间，实行工学多次交替的学习方式。校内教学主要以专职教师为主，校外实习主要以兼职教师为主。工学交替贯穿专业培养全过程，根据学生的职业能力培养需要，在教学组织形式上将校内教学与校外实习交替进行。

## 六、专业课程介绍

### （一）模拟导游

课程目标：本课程为“校企合作共建”课程。通过本课程的学习，使学生明确导游的服务程序及服务规范，掌握导游工作必备的基础知识。通过实践训练，使学生逐步获得导游工作各项程序所需能力，初步具备独立带团能力。教师通过言传身教，营造积极向上的课堂氛围，激发学生专业学习的热情，使学生树立和强化良好的职业道德。经过知识的积累和实践的锻炼，全面提升学生的导游职业技能和综合素质。

主要内容：导游服务程序及服务规范实操、旅游者个别要求的处理、旅游事故的处理、旅途才艺展示等。

## （二）景区服务与管理

课程目标：本课程为“校企合作共建”课程。通过本课程的学习，使学生从游客的需求出发，注重景区的服务性，以技能为先，突出培养职业素质，加强学生的景区服务与管理的技术应用能力，切实保证在实际教学过程中的具体性和可操作性。

主要内容：旅游景区服务、旅游景区游客行为管理、旅游景区导游服务、旅游景区的营销管理、旅游景区安全管理等。

## （三）旅行社计调实务

课程目标：本课程为“校企合作共建”课程。通过本课程的学习，使学生获得研学旅行服务商的服务范围、产品特点。服务商的遴选与质量控制；服务规范和接待标准。日程制定流程、采购业务流程、计调报价流程及线上业务合作。研学旅行主题线路设计与策划等。掌握研学旅行服务产品、服务规范等业务知识，具备成本核算、策划设计、

主要内容：旅行社产品开发、旅行社计调服务与管理、旅行社计调营销管理、旅行社发展趋势等。

## （四）旅游市场营销

课程目标：通过本课程的学习，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服务开发与调整、旅游市场调研以及促销、沟通工作打下必要的任职基础。

主要内容：旅游市场营销环境分析、旅游者购买行为分析、旅游市场的细分与分析、旅游产品的选择和运用、制定旅游产品促销方案、旅游目的地营销、餐饮营销、住宿营销、旅行社营销等。

#### （五）餐饮服务与管理

课程目标：通过本课程学习，使学生能掌握餐饮服务与管理的基础理论、了解餐饮服务的基本概念和分类，掌握餐饮服务的功能管理理论及方法，逐步培养学生树立现代服务意识，并具有分析餐饮服务与管理中存在的问题和解决问题的能力。

主要内容：餐饮业运营的特点、餐饮部的组织机构、现代的经营理念、餐饮服务操作技能。

#### （六）前厅服务与管理

课程目标：通过对前厅服务工作流程的了解认知，对服务案例的分析讨论，对真实前厅服务工作的体验，对前厅服务技能的训练，对前厅运营与管理案例的分析讨论，对前厅运营与管理技术的训练，达到培养能从事各项前厅服务项目策划、服务质量督导与控制等工作的高素质技能型人才的目标。

主要内容：前厅人员职业素质要求、预订基础知识、前厅服务质量管理、前厅服务操作技能。

### 七、三年制旅游管理专业教学计划表

课程性质	课程序号	课程编码	课程名称	学分	课堂教学	实训实践	计划学时	开课学期及教学周学时数						考试	考查	
								一 16 周	二 18 周	三 18 周	四 18 周	五 18 周	六 18 周			
职业素质课程	1	00000001	体育 1	2	6	26	32	2							1	
	2	00000002	体育 2	2		36	36		2						2	
	3	00000003	初级汉语综合	6	54	54	108		2	2	2				2、3、4	
	4	00000004	初级汉语读写	4	36	36	72			2	2				3、4	
	5	00000005	初级汉语听说	4	36	36	72			2	2				3、4	
	6	00000006	中国传统文化	3	48		48	3							1	
	小计				21	180	188	368	5	4	6	6				
岗位学习领域课程	1	54010101	旅游学概论	4	32	32	64	4						1		
	2	54010102	旅游服务礼仪	3	42	12	54		3					2		
	3	54010103	酒店职业汉语	2	18	18	36			2					3	
	小计				9	92	62	154	4	3	2	0	0	0		
	1	54010104	模拟导游	4	30	42	72			4				3		
	2	54010105	前厅服务与管理	4	36	36	72				4				4	
	3	54010106	餐饮服务与管理	4	36	36	72					4			5	
	4	54010107	景区服务与管理	4	36	36	72					4		5		
5	54010108	旅行社计调实务	4	36	36	72					4		5			

	6	54010109	旅游市场营销	4	36	36	72					4		5	
	小计			24	210	222	432	0	0	4	4	16			
	1	54010110	中华茶艺	4	52	20	72			4					3
	2	54010111	酒水调制与酒吧管理	4	36	36	72				4			4	
	小计			8	88	56	144	0	0	4	4	0	0		
实践课程	1	校外（定岗）实习		8			162					9			
	2	毕业设计（论文）		6			108						6		
	小计			12			270								
合计				74	570	528	1098	9	7	16	14	25	6		