

目 录

《导游讲解艺术》课程标准·····	1
《导游实务》课程标准·····	5
《旅行社经营与管理》课程标准·····	11
《旅游产品设计与开发》课程标准·····	21
《旅游市场营销》课程标准·····	27
《旅游信息化应用》课程标准·····	35

《导游讲解艺术》课程标准

一、课程性质

本门课程是旅游管理专业开设的一门专业核心课程。

本课程是构成专业基本能力——导游人员从业技能的重要组成部分，也是未来从事旅游行业必不可少的一项能力。开设在《旅游概论》、《导游实务》、《旅游文化基础》、《中国旅游地理》之后，为后续课程《旅行社经营与管理》、《旅游市场营销》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使了解导游讲解的艺术性，对导游讲解的技巧和艺术进行实践和创造，对导游带团讲解过程中的重点专题进行了深入的探讨与研究，明确导游讲解的目的和意义，导游讲解服务过程中的注意事项，如何进行导游讲解，应采用什么样的技巧、达到什么样的效果等，使学生能提高自己的导游讲解技巧，为未来从事旅游行业打下基础。

具体的有导游讲解传统工艺美术品、表演艺术、饮食文化、民间技艺、民族民俗、民族传统节日重点专题。

（二）具体目标

1、知识目标

- （1）认识到导游讲解技巧的意义；
- （2）掌握导游讲解常用方法和技巧；
- （3）掌握传统工艺美术品、表演艺术、饮食文化、民间技艺、民族民俗、民族传统节日讲解的相关技巧知识；
- （4）掌握自然风光旅游资源和人文景观旅游资源讲解技巧；
- （5）掌握接待特殊团队的讲解技巧。

2、能力目标

- （1）能对旅游景点或旅游文化元素内容进行导游词创作并讲解；
- （2）能给团队留下第一好印象，讲好景点导游词；
- （3）能应对不同团队的讲解需求，有针对性的进行景点导游讲解。

3、素质目标

- （1）传承中华优秀传统文化，坚定文化自信，具有家国情怀与责任担当，增强政治认同，促进文化的传承；
- （2）具备良好的服务意识、质量意识、法纪意识和环保意识；

- (3) 具备良好的职业道德和团队合作精神；
- (4) 具备吃苦耐劳的意志品质；
- (5) 具备创新意识。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	导游讲解基础知识	(1) 导游讲解技巧、艺术基本概念； (2) 导游讲解语言的运用； (3) 导游讲解日常交谈技巧； (4) 导游讲解应掌握的基本知识。	认知实习：通过优秀案例展示，使学生认识到导游讲解艺术的魅力。	初步了解导游讲解的概念和其魅力。
2	导游讲解常用技巧	(1) 导游讲解常用方法和技巧； (2) 导游讲解注意事项； (3) 导游讲解的技巧要求； (4) 提高导游讲解水平的对策。	1、案例分析：是否给团队留下了美好的第一印象。 2、对比分析：同一导游词的不同讲解方式。	了解导游讲解常用技巧，掌握重点方法。
3	导游讲解专题研究及创作	(1) 传统工艺美术品； (2) 表演艺术； (3) 饮食文化； (4) 民间技艺； (5) 民族民俗； (6) 民族传统节日。	视频学习； 案例讨论； 比较分析； 情景展示； 讲解词创作；	掌握六大重点专题的讲解技巧。
4	旅游资源类讲解技巧及创作	(1) 人文景观旅游资源导游讲解（杜甫江阁、火宫殿、天心阁、爱晚亭、铜官窑、火车站、坡子街等）； (2) 自然风光旅游资源导游讲	对比分析； 实际演练； 视频分析； 讲解词创作；	区分不同类型资源的讲解技巧。

		解；		
5	特殊旅游团讲解技巧	(1) 国内外游客区别对待的导游讲解技巧； (2) 特殊旅游团的导游讲解技巧。	情景模拟； 视频学习； 情景展示。	掌握重点团队、特殊团多讲解的差异性。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：平时学习过程成绩占 50%；期末考试成绩占 50%。

1、平时学习过程成绩占 50 分

课堂出勤纪律 10 分，课堂发言、展示 25 分，作业任务完成 15 分。

2、期末考核成绩占 50 分

采用小组情景模拟+自我展示考查，对本课程所学内容进行综合考核。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第三学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	导游讲解基础知识	2	2	4
2	导游讲解常用技巧	4	4	8
3	导游讲解专题研究及创作	8	8	16
4	旅游资源类讲解技巧及创作	4	4	8
5	带团操作技巧	4	2	6
6	特殊旅游团讲解技巧	2	4	6
	学时总计	24	24	48

2、教学建议

(1) **教学方法多样化**。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、实地调查等多样化形式进行教学。作到“模块化”、“亲验式”，寓教于练。

(2) **教学手段现代化**。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

运用现代教育技术，采用多媒体教学手段，开发、制作本门课程的教学课件、运用电脑、实物投影仪、VCD 光碟等多种手段进行教学，具体说来就是：

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. 播放优秀旅游文化案例，让学生感受其文化内涵，并思考如何发现、分析、解决实际问题。

3. 让学生自己制作旅游景区小课件，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、网上论坛与教学咨询。

5. 开展网上查阅资料信息。

（3）教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组共同完成老师布置的实践型任务，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

（1）教材

《导游词创作与讲解》主编：范志萍，张丽利，张焱，魏莉霞，中国旅游出版社. 2020年3月

（2）参考书

《导游讲解技巧》主编：熊友平，浙江大学出版社. 2013年12月

《导游讲解》主编：董朝霞，黄玉璟，旅游教育出版社. 2016年2月

（3）参考网络资源

<http://www.cnki.net>. 中国知网

<http://www.cotsa.com>. 旅研网

六、说明

1、本课程标准由旅游管理专业教学团队开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：曹文萍

4、审核（教研室主任或专业带头人）：熊锦

5、审定（二级学院、教学部负责人）：刘韵琴

日期：2020年7月25日

《导游实务》课程标准

一、课程性质

《导游实务》是面向旅游管理专业学生的一门专业核心课程，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。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各种实务知识和能力，具有较高的职业技能和实际工作能力，能胜任旅行社全陪、地陪、领队等导游岗位工作的高素质技术技能型专门人才。

本课程既是《旅游服务礼仪》、《旅游文化基础》、《中国旅游地理》、《旅游法律法规》等课程知识的综合运用，也为《导游讲解艺术》、《旅行社经营与管理》等后续课程学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过该课程的学习，学生应掌握导游业务的基本理论和工作必备的业务知识，培养学生从事导游工作的带团技能和处理问题的能力，为学生毕业后从事导游服务工作打下良好的基础。

（二）具体目标

1. 知识目标

- （1）认知导游相关的理论和业务知识；
- （2）掌握导游服务程序；
- （3）掌握导游服务过程中游客个别要求预防与处理方法；
- （4）掌握导游服务过程中事故的预防及处理方法。

2. 能力目标

- （1）能根据地陪服务程序做好服务接待工作；
- （2）能根据全陪服务程序做好服务接待工作；
- （3）能根据散客服务程序做好服务接待工作；
- （4）能组织旅游团开展旅游活动，并融洽与游客及协作单位的关系；
- （5）能够为游客致欢迎词、欢送词以及进行沿途讲解；
- （6）能正确处理游客个别要求和常见旅游事故。

3. 素质目标

- （1）具备服务意识、安全意识、环保意识、法纪意识；
- （2）具备良好的职业道德和团队协作意识；
- （3）具备吃苦耐劳的意志品质；

- (4) 具有耐心细致的品质和积极进取的精神；
- (5) 具备强烈商业信誉观。

三、课程内容与要求

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	导游服务概论	导游服务的产生与发展 导游服务类型和范围 导游服务的性质、特点、原则	(1) 要求学生谈谈对导游职业的认识，并正确引导学生认知该职业，激发对职业的兴趣和热情 (2) 列举各类导游服务的形式做出我国导游服务发展历程简表	(1) 了解导游服务的概念 (2) 了解导游服务的分类和范围 (3) 掌握导游服务的性质、特点及原则 (4) 对导游服务产生和发展的历史有初步的了解，学会辩证的看待事物的发展和变化 (4) 了解我国导游服务的发展史和未来趋势 (6) 在带团工作中遵循导游服务的原则
2	导游人员概论	导游人员及其分类 导游人员的职责 导游人员的从业素质 导游的修养和行为规范	(1) 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) 案例分析，找出导游员行为不正确的地方并加以改正	(1) 了解导游人员的概念及分类 (2) 掌握导游人员的职责和行为规范 (3) 理解导游人员的素质与修养 (4) 能灵活应用导游行为规范正确处理小费、在不可抗力因素下变更合同等问题 (5) 掌握导游员的职业道德
3	导游服务相关知识	旅行社业务入门知识 旅游饭店知识 出入境知识 旅游交通知识 货币和保险知识 其他知识	(1) 模拟对游客展开急救 (2) 模拟给游客交代机场托运注意事项	(1) 了解旅行社业务知识、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中 (3) 具备应急处理问题能力
4	导游服务规程	导游服务团队的组成及合作 地陪导游服务规程 全陪导游服务规程 景区（点）导游服务规程 散客导游服务规程	(1) 根据要求设计长沙一日游详细接待计划 (2) 编写欢迎词、欢送词 (3) 模拟导游落实各项服务 (4) 完成导游服务规程相关的案例分析	(1) 掌握地陪服务规程 (2) 理解全陪服务规程 (3) 理解散客导游服务规程

5	导游人员带团技能	带团的特点和原则 导游主导地位的确立和良好形象的塑造 导游提供的心理服务的技巧(含导游服务对象) 导游引导游客审美的技巧 导游组织和协调技巧 导游接待特殊游客的技巧 车上娱乐讲解的技巧	(1) 尝试组织长韶两日游旅游活动 (2) 在一定情景中能采用适当的方法弥补受损形象 (3) 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 (4) 能与不同类型的客人相处 (5) 在一定情景下调整游客情绪、激发游客游兴 (6) 学生分别扮演旅游服务体系的不同人员,应用协作技能处理好各方面的关系 (7) 列出接待儿童和老年人的工作要点	(1) 了解导游员树立良好导游形象的方法及弥补受损形象的方法; (2) 熟悉了解游客心理的维度及调整游客情绪、激发游客游兴的方法 (3) 掌握引导游客审美的方法 (4) 掌握导游人员的组织和协作技能 (5) 掌握接待特殊游客技巧、促销技巧
6	旅游者个别要求的处理	旅游者个别要求处理的基本原则 餐饮、住房、交通、游览、娱乐、购物方面个别要求的处理 旅游者其他个别要求的处理	分别就游客在餐饮、住宿、娱乐及自由活动等个别要求进行模拟练习	(1)理解对旅游者个别要求处理的基本原则 (2)掌握餐饮、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
7	常见旅游事故的预防与处理	旅游活动计划和日程变更的处理 漏接、空接、错接的处理与预防 误机(车、船)事故的处理和预防 旅游者丢失证件、钱物、行李的预防与处理 旅游者走失的处理和预防 旅游者患病、死亡问题的处理 重大自然灾害的避险方法 旅游者不当言行的处理 旅游投诉的处理 旅游安全事故的处理与预防	按十种不同的问题和事故等设计模拟场景进行训练;案例分析、讨论:带团过程中的常见旅游事故的预防与处理	(1)了解旅游接待中主要问题的特点 (2)掌握旅游接待中主要问题预防及处理方法 (3)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、投诉处理等常见旅游事故。

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下:

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

(1) 课堂表现 (20%)

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

(2) 实践操作 (30%)

其中：八个模块 6 个项目展示

各实践操作成绩都由学生互评 (30%) 和教师评价 (70%) 两部分组成。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

其中：导游服务理论知识占 70%，案例分析占 30%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 60 学时，建议第一学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	导游服务概述	2	0	2
2	导游概述	2	0	2
3	导游服务相关知识	2	4	6
4	导游服务规程	6	12	18
5	导游人员带团技能	2	4	6
6	旅游者个别要求的处理	2	4	6
7	常见旅游事故的预防与处理	2	6	8
	学时总计	18	30	48

2、教学建议

(1) 以行动为导向组织课程教学，突出学生的能力培养。基于工作过程，将本专业职业活动分解成若干典型的工作项目，按完成工作项目的需要和岗位操作规程，结合职业技能考证要求组织教学。以学生为主体，促使学生自主学习、协作探究，充分发挥其学习主体作用，力求实现学生在学中做、做中学，做学合一的目标，立足于加强学生实际操作能力的培养。

(2) 教学方法多样化。在教学过程中，课堂多采用媒体讲授，案例分析、模拟教学，任务驱动，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。

(3) 教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

(4) 教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组7人左右，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

(5) 教学与考证结合，满足学生综合职业能力培养的要求。根据湖南省导游证现场考试要求，以考试要求为导向，设计和组织课堂教学与实践教学，以提高学生导游证考试的通过率。

3、教材及参考资料建议

(1) 教材

《导游实务》 旅游教育出版社导游资格考试推荐教材

(2) 参考书

“十二五”职业教育国家规划教材 《导游实务》 刘晓杰主编

十二五职业教育国家规划教材《模拟导游》 窦志萍主编

(3) 参考网络资源

导游错误行为示范案例

全国导游大赛视频

湖南导游联盟

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

(1) 校内实训条件利用（或开发）建议

校内配备模拟导游实训室，实训室配备高配置的与局域网相接的计算机和先进的投影设备，可播放课件，展示动画、情景虚拟等，学生可以在实训室内开展实际操作训练，做到学与讲与练相结合，使学生获得全新的感受，获得最佳的学习效果。

(2) 校外实践教学条件利用（或开发）建议

与湖南途易国际旅行社有限公司等旅行社和旅游景区实行校企合作，建立旅游专业实训实习基地，企业提供行业内导游员操作示范，并实践工学交替，满足学生的实习实训需求，同时为学生的就业创造机会。

六、说明

1、本课程标准由旅游管理专业教学团队与合作旅行社（兼职教师参与）合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

- 3、执笔（课程负责人）：曹文萍
- 4、审核（教研室主任或专业带头人）：熊锦
- 5、审定（二级学院、教学部负责人）：刘韵琴

日期：2020年7月20日

《旅行社经营与管理》课程标准

一、课程性质

本门课程是旅游管理专业开设的一门专业核心课程。

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》、《中国旅游地理》、《旅游文化基础》、《导游实务》、《旅游法律法规》等课程后，为后续课程《旅游信息化应用》、毕业设计和顶岗实习等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的学习，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，从而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、知识目标

- （1）了解旅游业的发展现状，以及境内、境外旅行社的不同发展状况；
- （2）了解旅行社的性质、分类、经营特点和我国旅行社业的发展趋势；
- （3）了解现代旅游企业管理理论的新发展；
- （4）了解旅行社财务管理的基本内容；
- （5）了解旅行社人力资源的特点，以及招聘、培训、绩效管理、薪酬与福利等；
- （6）熟悉我国旅游政策主要内容以及对我国旅游业发展的影响；
- （7）熟悉旅行社的设立条件和流程，掌握旅行社基本组织机构类型；
- （8）熟悉旅行社各岗位的能力和素质要求；
- （9）熟悉旅行社的基本业务的内容；
- （10）熟悉咨询服务程序、签订合同的规范流程；
- （11）熟悉旅行社企业文化的特点、内容与结构；
- （12）掌握旅行社市场细分的概念和特点，掌握旅游市场需求调研的方法；
- （13）掌握旅行社产品开发的基本原则及开发程序；

- (14) 掌握旅行社产品定价的依据、因素和方法；
- (15) 掌握旅行社计调业务内容，旅游服务采购的任务、程序及管理方法；
- (16) 掌握旅行社门市销售的技巧；
- (17) 掌握旅行社接待业务流程，及特殊问题的处理。

2、能力目标

- (1) 能够描述目前国内外旅游业现状；
- (2) 能根据不同背景的实例，写出旅行社设立的可行性分析，并协助办理申请成立一家旅行社的各项相关事宜；
- (3) 能绘制一个旅行社的基本的组织机构图并说明相关的业务范围；
- (4) 能够根据旅游市场需求设计出主题自组团旅游线路，分析新产品的优势，提出实施方案；
- (5) 能根据未来旅游趋势，对目前常规旅游产品进行创新，创造性的引导消费，推出新颖的旅游产品；
- (6) 能独立对自组团旅游线路进行成本核算，对外报价；
- (7) 能设计计调工作中常用的单据，会填写各种团队所需预订（变更）单；
- (8) 能准确归纳旅行社自组团产品信息、特点并在门市销售中进行推介；
- (9) 能准确获取客户需求信息，根据需求推荐旅行社相关产品；
- (10) 能够指导客户填写游客报名表和旅游合同，进行款项的结算并填写现金缴费单；
- (11) 能挑选合适的导游安排其接团服务，并负责监督管理，并配合处理各种特殊问题；
- (12) 能实际按流程和要求进行团队报账；
- (13) 能够整理团队档案，进行团队交接；
- (14) 能模拟组织旅行社晨会。

3、素质目标

- (1) 具备强烈商业信誉观；
- (2) 具备良好的团队协作意识；
- (3) 具备吃苦耐劳的意志品质；
- (4) 具备较强的业务管理能力，岗位操作技巧以及实际问题的分析和处理能力；
- (5) 具备较强的语言表达、灵活应变以及公关协调等能力；
- (6) 培养旅游服务的职业技能技巧和良好的职业道德、职业习惯；
- (7) 具备长远的职业规划意识。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	旅游业发展现状认知	旅游业发展现状	课中任务：观看老师自制视频《旅游新业态》； 分组讨论目前旅游业各领域发展情况。	了解旅游业的发展现状； 掌握旅游资源的基础知识； 能够描述目前国内外旅游业现状； 能够中肯的评价当地的旅游资源。
2	旅行社业发展趋势认知	旅游业的发展前景。	课前任务：观看老师自制视频 课中任务：根据《国务院关于加快发展旅游业的意见》、《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》、《国民旅游休闲纲要（2013—2020年）》和《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》，总结旅行社发展趋势	熟悉国家旅游政策的主要内容以及对我国旅游业发展的影响； 了解我国旅游业“十三五”发展的指导思想、主要目标、规划指标、主要任务； 能够预测国际和国内旅游业的发展趋势。
3	旅行社岗位认知	导游岗位认知； 计调岗位认知； 外联岗位认知； 其他岗位认知。	课前任务：了解思维导图 课中任务：以某团队操作流程为例，引导了解学生旅行社各岗位工作的内容。 课中任务：用思维导图的形式，画出旅行社各岗位认知。	了解导游、计调、外联、操作、内勤、财务、新媒体等岗位的能力和素质要求； 以某旅行社地接团队操作流程为例，引导学生了解以上岗位工作的内容； 以某旅行社自组团团队操作流程为例，引导学生了解以上岗位工作的内容。
4	设立旅行社	设立旅行社物质、人员准备；	课前任务：掌握旅行社市场细分的概念和特点；能调研当地	能根据不同背景的实例，写出旅行社设立的可行性分析；

		场所选择； 新旅行社 设立程序； 旅行社分 支机构设 立程序； 细分旅行 社市场； 选择目标 市场。	旅游需求，并分析如何选择目 标市场。 课中任务：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。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的 程序。能根据不同背景的实例，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。 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的 程序。 掌握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。
5	旅行社 自组团 产品开 发	市场调研； 旅行社产 品设计原 则； 旅行社产 品解析； 根据旅游 者需求设 计产品。	课前任务：观看视频，掌握旅 行社产品设计原则；针对细分 市场设计问卷，进行网络调 研；在各旅行社网站中收集产 品信息 课中活动：分析旅游市场现有 自组团产品；针对不同客户比 较产品优劣；针对不同细分市 场和具体客户要求开发旅行 社自组团产品。	掌握市场调研的方法； 掌握旅行社产品设计原则； 熟悉影响旅行社产品开 发的因素； 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。； 能根据旅游市场需求调研 的结果，设计合适的自组团 旅游产品。
6	旅游产 品创新	旅游产品 主题创新； 旅游产品 内容创新； 旅游产品 形式创新。	课前任务：观看视频，未来的 旅游，网络收集创新产品。 课中任务：在自己设计的自组 团产品上进行创新的修改；设 计创新旅行社产品。	能根据未来旅游趋势，对目 前常规旅游产品进行创新； 创造性的引导消费，推出新 颖的旅游产品。
7	旅行社 产品定 价	旅行社定 价策略。	课前任务：回顾完善自己做的 地接产品。 课中活动：给自己做的旅行社	掌握各种定价策略； 能根据实际情况对旅行社 产品进行定价。

			产品进行定价	
8	旅行社门市销售	产品宣传形式； 产品促销方法； 签订销售合同。	<p>课前任务：完善自组团产品，熟悉各线路资料，熟悉签订合同的规范流程。</p> <p>课中活动：以自己做出的自组团旅游线路产品为基础，以不同的形式展示出并进行PK；进行角色扮演，部分学生扮演成游客，到旅行社门市部咨询旅游产品，对应的学生扮演旅行社门市部员工，向其推荐他认为合适的产品，达成协议以后签订合同。</p>	<p>熟悉咨询服务程序；</p> <p>能准确归纳旅游产品信息和特点并运用FAB技巧介绍旅游产品；</p> <p>能准确获取客户需求信息；</p> <p>能根据需求推荐旅游服务项目；</p> <p>能够指导客户填写游客报名表和旅游合同；</p> <p>熟悉散客和团队收款要求和流程；</p> <p>熟悉发票内容及要求；</p> <p>能够准确的进行款项的结算并填写现金缴费单；</p> <p>熟悉签订合同的规范流程；</p> <p>能规范进行合同签订；</p> <p>能够收集、整理客户信息。</p>
9	旅行社计调操作	甄选合作单位； 旅游产品预定咨询； 落实旅游产品预定与变更； 建立团队档案。	<p>课前任务：熟悉完善自己做的地接产品，熟悉资源库，下载老师提供的《酒店预订单》《酒店预定变更单》、《团队用餐预订单》、《机票预定单》、《机票预定变更单》、《用车预定单》、《用车预定变更单》、《团队接待确认书》《出团通知书》、《借支单》等范例。</p> <p>课中活动：按老师提供的要求，分别填写上述单据。角色扮演：向相应导游（同学）交代带团交接内容，填写所需单</p>	<p>能够合理选择合作单位；</p> <p>客房、团餐、景点、机票、火车票、旅游汽车、旅游娱乐场所预定电话咨询；</p> <p>《酒店预订单》、《酒店预定变更单》、《团队用餐预订单》、《机票预定单》、《机票预定变更单》、《用车预定单》、《用车预定变更单》的内容设计与书写；</p> <p>能够整理团队档案；</p> <p>熟悉团队交接的内容；</p> <p>能够正确编写《团队接待确认书》、《出团通知书》；</p> <p>能够正确书写《借支单》。</p>

			据。	
10	旅行社 导游操作	导游员的选拔和管理； 导游员的学习与提高。	观看视频，导游的学习、导游操作规范。 课中活动：列出自己导游学习计划；指出导游操作视频中错误的地方。	掌握导游员基本具备的素质能力； 能在互联网+的帮助下，进行学习和提高。
11	管理学 基础知识	管理五项职能； 管理学经典命题； 现代管理理论。	课前任务：观看视频及资料，管理五项职能。 课中活动：学习管理的计划、组织、指挥、协调和控制五项职能，小组制作PPT，并进行简要介绍，每位同学根据讲解，画出思维导图。	掌握管理的计划、组织、指挥、协调和控制五项职能； 掌握管理学经典命题； 了解现代管理理论的新发展。
12	旅行社 人力资源管理	定岗定员； 选聘和培训； 绩效评估； 报酬与激励；	课前任务：回顾实训课参观的几大旅行社。 课中活动：分析各旅行社人力资源管理，并对照自身条件，讲出自身优劣势，以及如何发展。	根据实训中参观的旅行社的见习，了解以下内容： 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。
13	旅行社 财务管理	旅行社资产管理； 旅行社成本费用管理； 旅行社收入与利润管理； 旅行社结算管理； 旅行社财务分析。	课前任务：了解旅行社财务管理。 课中活动：角色扮演，模拟导游带团完毕后，向计调和财务部门报账；查看旅行社财务信息报表并进行小组讨论。	熟悉从导游、计调、外联等岗位角度出发与财务相关的知识； 了解公司财务制度。
14	旅行社	企业文化	课前任务：回顾实训课参观的	根据实训中参观的旅行社

	企业文化建设	构成要素： 旅行社企业文化特点。	几大旅行社。 课中活动：从表面层的物质文化、中间层次的制度文化、核心层的精神文化来分析几个旅行社，并写出参观心得。	的见习，了解本地各大旅行社企业文化； 了解构成企业文化的三个层次。
--	--------	---------------------	--	--------------------------------------

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

(1) 课堂表现 (20%)

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

(2) 实践操作 (30%)

其中：旅行社设立可行性方案 (20%)，组团线路设计 (30%)，地接线路设计 (20%)，定价及门市销售 (20%)，单项产品操作 (10%)。

各实践操作成绩都由学生互评 (30%) 和教师评价 (70%) 两部分组成。

2、期末考试成绩

采用理论考核方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为笔试。

其中：旅行社管理知识、原理、方法占 60%，分析、评价、创造题占 40%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 60 学时，另配套一周课程实训，建议第四学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	旅游业发展现状认知	1	1	2
2	旅行社业发展趋势认知	1	1	2
3	旅行社岗位认知	2	2	4
4	设立旅行社	2	2	4
5	旅行社自组团产品开发	2	8	10
6	旅游产品创新	2	4	6
7	旅行社产品定价	2	2	4
8	旅行社门市销售	2	6	8
9	旅行社计调操作	2	4	6
10	旅行社导游操作	0	4	4
11	管理学基础知识	2	2	4
12	旅行社人力资源管理	1	1	2
13	旅行社财务管理	1	1	2
14	旅行社企业文化建设	0	2	2
	学时总计	20	40	60

2、教学建议

(1) 翻转课堂教学法。旅游行业是一个动手能力比较强的行业，很多知识不光是要达到记忆和理解层次，而是要更进一步的应用、分析、评价、创造，非常适合翻转教学。近几年信息技术发展迅猛，移动终端（智能手机）普遍使用，使得人们随时可以调取自己需要的知识，对于高职教育来说，储存知识已经不是学习的主要目的。现在也正是旅游转型升级之时，旅游业变化迅猛，新的景点、新的模式层出不穷，想要学生在课堂上就掌握所有以后工作中要用到的知识和技能，显然是不可能的，在这种背景下，创新教学模式，让学生掌握获取知识的方法，具有发现问题、积极探究、寻求解决问题途径的创新精神和创新能力，才是最重要的教学目标。

(2) 联合项目或案例贯穿。例如，设立旅行社的时候要考虑到市场定位，针对定位的市场进行产品开发；学生做出的产品作品，用于销售实践和产品操作；课程实训周起到承上启下的作用，通过参观、见习旅行社，亲自目睹旅行社真实

团队资料，回顾总结之前所学旅行社经营部分，与旅行社各部门负责人进行深入访问和交谈，可以提前感受各旅行社的行政管理以及企业文化。

(3) 教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

(4) 教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

3、教材及参考资料建议

(1) 教材

旅行社经营与管理（第二版） 新编高职高专旅游管理类专业规划教材
刘晓杰，常永翔，谢彦君 编 旅游教育出版社

(2) 参考书

旅行社经营与管理/高职高专旅游与酒店管理专业“十二五”规划教材
高职高专旅游与酒店管理专业教材编写组 编 河南大学出版社
旅行社经营管理（第三版）（21 世纪高职高专规划教材·旅游与酒店管理系列）
赵利民 主编 中国人民大学出版社

(3) 参考网络资源

<http://www.zgdaoyou.com> 国家旅游局 导游云课堂

<http://www.cnki.net> 中国知网

<http://www.lyxk.com.cn> 旅游学刊

<https://www.mct.gov.cn/>文化和旅游部官网

www.ctha.com.cn 中国旅游网

4、校内外实践教学条件利用（或开发）建议

(1) 校内实践教学条件利用建议

教室配备高配置的与局域网相接的计算机和先进的投影设备，可直接在计算机上教学。能播放课件、展示动画、情景虚拟等，每节课能完成足够的信息量，学生以全新的感受，获得最佳的学习效果。

学生配备能上网的计算机，教室 WIFI 全覆盖。

(2) 校外实践教学条件利用建议

湖南海外旅游有限公司、湖南华天国际旅行社、长沙明珠国际旅行社、湖南新康辉国际旅行社、同程亲和力国际旅行社、湖南宝中旅游有限公司等校企合作校外实践教学基地,提供认知实习场地与真实案例资料,共同设计仿真教学情境。

六、说明

1、本课程标准由旅游管理专业旅行社经营与管理专业教学团队、湖南海外旅游有限公司、湖南华天国际旅行社、长沙明珠国际旅行社、湖南新康辉国际旅行社、同程亲和力国际旅行社、湖南宝中旅游有限公司等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中,要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔(课程负责人):伍欣

4、审核(教研室主任或专业带头人):熊锦

5、审定(二级学院、教学部负责人):刘韵琴

日期:2020年 7月 30日

《旅游产品设计与开发》课程标准

一、课程性质

本门课程是旅游管理专业开设的一门专业核心课程。

《旅游产品开发与设计》开设在《管理学基础》、《旅游经济学》、《旅游心理学》、《旅行社经营管理》等课程之后。旅游产品的开发与设计是旅行社业务营运的起点。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的教学，使学生掌握旅游产品开发的理念、观点、方法以及措施等，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，为将来的旅行社工作奠定基础。

（二）具体目标

1、知识目标

- （1）了解旅游产品的市场格局，以及我国旅游产品的开发现状；
- （2）了解旅游产品的市场基础和发展演化的一般规律；
- （3）了解旅行社产品内涵与形态，以及旅游者对旅游线路的选择；
- （4）熟悉旅游线路设计类型；
- （5）熟悉旅游产品意向调查问卷的设计原则、程序、结构内容和注意事项；
- （6）掌握旅游线路设计概念、旅游线路产品的特点；
- （7）掌握旅游产品的构成要素，以及旅游线路设计的理论基础；
- （8）掌握旅游产品开发与设计的原则、路径和方法等方面的理论知识。

2、能力目标

- （1）能够准确地对旅游产品进行市场细分和市场定位；
- （2）掌握旅游产品的分类设计方案；
- （3）能应用旅游线路设计原则分析已有旅游线路；能应用旅游线路设计原则和游客需求对比已有旅游线路；
- （4）能按要求设计旅游意向调查问卷，并进行网络调研；
- （5）能够按客户特点和要求设计地接旅游产品；
- （6）能从资源库中快速查找湖南各类旅游资源及相关信息，并计算产品成本及报价；
- （7）能根据游客特定需要，设计定制旅游线路产品；

- (8) 能够进行旅行社定制产品的成本核算, 并熟练地对其定价;
- (9) 能和协作单位进行良好的沟通和谈判;
- (10) 能以多种形式表现定制旅游产品;
- (11) 能把握旅游线路产品重点和亮点, 进行推荐; 能理解设计线路的理由并表述。

3、素质目标

- (1) 具备良好的团队协作意识;
- (2) 具有较强的收集、分析信息能力;
- (3) 有责任心, 具备耐心、细致的工作态度;
- (4) 有计划性, 养成及时完成工作的习惯;
- (5) 有市场意识和成本意识;
- (6) 有风险意识和法律意识。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	旅游产品及其开发认知	1、了解旅游产品的含义; 2、理解旅游产品的分类; 3、理解旅游产品的构成; 4、掌握旅游产品的开发与设计的原则与路径方法。	学生以小组为单位, 就旅行社典型旅游线路的市场化程度, 准备 PPT 并进行成果汇报与评价	使学生熟悉我国旅游产品的开发现状, 了解旅游产品的市场格局, 熟悉旅游产品的业务操作。 使学生具备调查与评价能力, 计算机写作能力, ppt 制作能力。
2	旅游线路设计相关理论介绍	1、旅游线路产品的特点; 2、旅游线路设计的理论基础;	学生以小组为单位, 画出旅游线路设计的理论基础思维导图	掌握旅游线路设计概念; 掌握旅游线路产品的特点; 掌握旅游线路设计的理论基础; 熟悉旅游线路设计类型; 了解旅游者对旅游线路的选择。

3	进行市场需求调研分析	1、掌握调查问卷的设计原则、程序、结构内容和注意事项； 2、调研报告的写作程序和内容	课前任务：观看视频，掌握如何设计调查问卷；注册问卷网，熟悉网络调研方式；课中活动：根据预制作的旅游线路，设计调查问卷并传到网上进行网络调研；根据调查问卷，分析数据，生成调研报告；	熟悉调查问卷的设计原则、程序、结构内容和注意事项；能按要求设计旅游意向调查问卷，并进行网络调研；
4	分析、对比旅游线路	旅游线路设计原则；	课前任务：学习微课、投票并收集线路； 课中活动：描绘地图并制作旅游线路产品分析报告； 产品对比练习、角色扮演；	掌握旅游线路设计原则；能应用旅游线路设计原则分析已有旅游线路；能应用旅游线路设计原则和游客需求对比已有旅游线路；
5	收集建立湖南省旅游资源库	熟悉湖南各类旅游资源	课前任务：熟悉各旅游网站；课中活动：收集酒店、餐厅、旅游景点、购物与娱乐、交通等方面的信息，建立湖南旅游资源库；	熟悉湖南各类旅游资源；能从资源库中快速查找各类信息
6	地接旅游产品设计与开发	1、按旅游线路设计原则合理设计地接旅游线路产品； 2、按资源库计算地接旅游线路产品成本并报价	课前任务：网络查询湖南省当地地接旅游线路产品；课中活动：设计地接旅游线路产品，填写行程单、核算成本	熟悉湖南省旅游资源；能按旅游线路设计原则合理设计地接旅游线路产品；能按资源库计算地接旅游线路产品成本并报价；
7	定制旅游产品	1、掌握定制旅游产品的特征；	学生以小组为单位，以某类游客需求为依	要求学生进行分工，掌握定制旅游产品

	设计与开发	2、掌握定制旅游产品的设计要点。	据，设计一个定制旅游产品。	设计原则；熟悉旅游目的地旅游资源；能根据游客特定需要，设计定制旅游线路产品。
8	旅游产品包装和介绍	1、能用多种形式如海报、H5等，包装旅游产品； 2、能把握旅游线路产品重点和亮点，进行产品介绍	课前任务：掌握旅游产品各种表现形式； 课中活动：用PPT、H5、海报等形式表现产品，并进行产品宣讲；	掌握旅游产品的多种表现形式；能把握旅游线路产品重点和亮点，进行推荐；能理解为什么要如此设计线路并表述

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

通过学习通平台，数据统计分析综合课堂活动参与情况、出勤、教学资源、讨论答疑和课堂表现。

2、期末考核成绩

采用项目制作+面试考核方法，考试时间每组 10 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为项目制作+面试。

其中：完成项目占 60%，面试宣讲占 40%。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 48 学时，建议第五学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	旅游产品及其开发认知	2	2	4
2	旅游线路设计相关理论介绍	4	0	4
3	进行市场需求调研分析	2	2	4
4	分析、对比旅游线路	2	2	4
5	收集建立湖南省旅游资源库	2	4	6
6	地接旅游产品设计与开发	2	8	10
7	定制旅游产品设计与开发	2	8	10
8	旅游产品包装和介绍	2	4	6
	学时总计	18	30	48

2、教学建议

(1) 教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

(2) 教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

(3) 教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

(4) 部分课程借鉴翻转课堂教学法，学生课前通过发放到超星课程中的资料进行自主学习、通过老师推荐的各种链接收集相关信息，而在课上则进行高层次的综合运用和创新。

3、教材及参考资料建议

(1) 教材

《旅游产品设计与操作(第 2 版)》，作者:张素娟等著, 出版社:化学工业出版社, 2018 年

(2) 参考书

胡华. 旅游线路规划与设计[M]. 北京:旅游教育出版社, 2015 年;

江波. 模拟导游[M]. 湖南: 湖南大学出版社, 2009 年;

陈启跃. 旅游线路设计[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2011 年;;

熊晓敏. 旅行社 15P 计调手册[M]. 北京:中国旅游出版社, 2007 年;

吴清国. 旅游线路设计[M]. 北京:旅游教育出版社, 2010 年;

(3) 参考网络资源

<http://www.cnki.net>. 中国知网

<http://www.cotsa.com>. 旅研网

六、说明

- 1、本课程标准由旅游管理专业教学团队开发。
- 2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。
- 3、执笔（课程负责人）：伍欣
- 4、审核（教研室主任或专业带头人）：熊锦
- 5、审定（二级学院、教学部负责人）：刘韵琴

日期： 2020年7月30日

《旅游市场营销》课程标准

一、课程性质

旅游市场营销学是 20 世纪 60 年代以后新发展起来的一门学科，是市场营销学在旅游经济领域中的应用。旅游市场营销是旅游管理专业的一门核心专业课程，强调对学生的市场观念、竞争意识、创新意识、实践意识的培养，提高他们运用市场营销的基本理论、基本原理、基本方法去发现问题、提出问题、分析问题和解决问题的能力。

本课程的先修课程是《旅游概论》、《管理学》、《旅游经济学》等，后继课程是《旅游线路设计》、《旅行社经营与管理》等。

二、课程目标

（一）总体目标

本课程的目标主要有三个方面：一是学生能将旅游市场营销学的一般规律、原理与旅游市场营销运作相结合，能够较系统地对旅游市场进行分析；二是在理论学习的基础上掌握旅游市场营销的实战方法和操作技能，能够独立制作文案进行旅游线路和景区的营销推介；三是逐步形成团队合作的默契，能对旅游营销活动进行实施和控制。

（二）具体目标

1、知识目标

- （1）掌握旅游市场营销的一般原理和方法。
- （2）熟悉旅游市场营销的环境分析，掌握旅游市场营销环信息系统的内涵。
- （3）掌握市场营销的战略。
- （4）掌握旅游市场营销策略中的产品、渠道、价格、促销要素。
- （5）掌握旅游市场营销的营销组织类型、旅游市场营销的计划、执行、控制。形成对相关旅游企业营销管理的思路、组织设计和过程控制。

2、能力目标

- （1）能正确分析旅游购买行为。
- （2）能独立设置调查问卷并进行调查和调查报告的撰写。
- （3）能对不同的旅游市场进行细分、目标市场选择和进行定位。
- （4）能制定旅游企业的市场营销策略。
- （5）能组织设计旅游企业营销管理的思路，制作 PPT 和 H5 进行旅游线路和旅

游景区的营销推介。

- (6) 具备一定的分析与说服能力，具备一定的组织能力。
- (7) 学习、思考和动手并重，强调培养学生的发现问题、提出问题、分析问题和解决问题的能力。
- (8) 独立思考和集体讨论相结合，强调培养学生的逻辑思维能力和不同意见的整合能力。

3、素质目标

- (1) 具备思辨与沟通意识。
- (2) 具备合作意识与组织协调意识。
- (3) 具备良好的职业道德，爱岗敬业。

三、课程内容与要求

表 1 课程内容与要求

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	旅游市场营销导论	①市场学发展历程与市场将相应理念； ②旅游市场营销与旅游市场营销管理； ③旅游市场营销的研究内容与方法。	小组案例讨论记录；	知识： ①了解市场学发展历程； ②理解市场营销等概念的含义。 技能： ①掌握旅游市场营销理论的框架结构与研究方法； ②树立正确的经营理念并指导运用经营理念分析经营实际的能力。
2	旅游市场营销环境与运筹	①旅游市场营销环境的含义与特点； ②旅游市场营销宏观环境及其影响； ③旅游市场营销微观环境及其影响； ④旅游市场营销环境评价与运筹。	①小组案例讨论记录； ②调查分析报告	知识： ①认识旅游市场营销环境的特点； ②掌握政治法律制度等宏观环境对旅游市场营销的影响； ③掌握旅游供应商等微观环境参与者对旅游市场的影响； 技能： ①掌握评价旅游市场营销环境因素的方法； ②培养运筹机会环境的能力； ③培养应对环境威胁的能力。
3	旅游购买行为分析	①旅游购买行为概述与分类； ②旅游购买行为影响因素； ③旅游购买决策过	小组案例讨论记录；	知识： ①认识旅游购买行为的黑箱模式； ②掌握政治、经济等七大因素对旅游购买行为的影响。 ③掌握旅游购买者的结构模式；

		程； ④组织机构和旅游中间商的购买行为。		④掌握旅游购买决策过程。
				技能： ①培养分析旅游者购买行为、购买心理的能力； ②初步具备引导不同对象进行购买决策的能力。
4	旅游市场调研与预测	①旅游市场营销信息系统； ②旅游市场营销调研； ③旅游市场营销预测。	①调查问卷制作 ②调查报告初步撰写	知识： ①认识旅游营销信息系统在旅游市场营销中所发挥的作用； ②掌握旅游市场调研与预测的步骤、方法。 技能： ①具备进行简单的旅游市场调研的技能； ②初步具备市场预测的能力。
5	目标旅游市场的选择与定位	①旅游市场细分； ②目标旅游市场选择； ③目标旅游市场的定位。	小组案例讨论记录；	知识： ①了解旅游市场细分、目标市场策略、旅游市场定位的概念； ②学会旅游市场细分的方法； ③掌握3种目标市场策略、5种产品-市场覆盖模式。 技能：①培养对旅游企业、旅游产品进行正确定位的能力； ②具备选择合适的产品-市场覆盖模式的能力。
6	旅游营销战略与策略	①旅游市场营销战略； ②旅游市场营销组合策略。	② 小组案例讨论记录； ②调研报告。	知识： ①了解旅游营销战略与策略的关系； ②了解旅游市场营销战略的类型、熟悉旅游市场营销组合的构成。 技能： ①培养运用各种营销战略的能力； ②具备根据不同市场地位为不同旅游企业制定战略。 ③初步具备从总体上综合运用营销策略的能力。
7	旅游产品策略	①旅游者需求与整体旅游产品概念； ②旅游产品组合技巧； ③旅游产品经济生命	①小组案例讨论记录； ②旅游企业产品策略报告部分撰写	知识： ①了解整体旅游产品概念； ②认识旅游者需求与设计旅游产品的辩证关系； ③掌握旅游产品生命周期理论；

		周期及其策略； ④旅游新产品策略； ⑤旅游产品质量及环境质量保证体系；⑥旅游产品品牌策略。		④掌握旅游新产品开发理论。 技能： ①学会分析运用旅游产品经济生命周期理论； ②掌握旅游产品组合技巧； ③学会运用旅游产品品牌策略。
8	旅游价格策略	①旅游价格、游客成本与游客价值； ②旅游产品价格影响因素 ③旅游产品价格决定的程序； ④旅游产品定价策略； ⑤旅游产品价格调整； ⑥旅游产品价格决策的误区及矫正。	①小组案例讨论记录； ②旅游企业价格策略报告部分撰写	知识： ①了解游客成本与游客价值； ②了解旅游产品价格决定的因素 ③了解旅游产品价格决定程序； ④掌握旅游产品定价策略； ⑤掌握旅游定价目标 技能： ①熟悉掌握旅游价格的制定方法； ②培养利用价格策略加强旅游产品市场竞争力的基本能力； ③培养适时调整旅游产品价格的能力； ④学会运用非价格策略开展价值竞争。
9	旅游营销渠道策略	①旅游营销渠道的含义、功能与模式； ②旅游营销渠道模式； ③旅游营销渠道演变、冲突、竞争与合作； ④旅游旅游中间商； ⑤旅游营销渠道的选择与调整策略； ⑥新型旅游营销渠道的构建。	①小组案例讨论记录； ②旅游企业渠道策略报告部分撰写	知识： ①了解旅游购买便捷性、旅游营销渠道的基本概念； ②初步掌握网络营销等新型营销渠道的有关知识 ③掌握旅游营销渠道策略； 技能： ①掌握与旅游中间商打交道的基本技巧； ②掌握运用营销渠道的基本技巧； ③培养构建和调整旅游营销渠道的能力
10	旅游沟通与促销组合策略	①旅游营销沟通与促销； ②旅游广告； ③旅游营业推广； ④旅游人员推销； ⑤旅游公共关系； ⑥网络沟通与促销。	①小组案例讨论记录； ②旅游企业促销策略报告部分撰写	知识： ①了解旅游促销与沟通的概念及两者之间的辩证关系； ②掌握旅游广告、营业推广、人员推销、公共关系策略的基本内容； 技能： 学会综合使用旅游广告、人员推销、营业推广、旅游公共关系、网络等促销与沟通的手段
11	旅游营销管理	①旅游企业营销组织； ②旅游市场营销的计	①小组案例讨论记录； ②旅游企业营销组织	知识： ①认识几种营销组织结构，实现组织创新；

	划、执行与控制； ③旅游线路和旅游景区的营销推介； ④旅游企业内部营销管理。	分析报告； ③学会分析营销实施中的问题，掌握营销实施的步骤； ④线路推荐； ⑤景区推介	②了解营销计划的主要内容，掌握营销计划的制定过程； ③学会分析营销实施中的问题，掌握营销实施的步骤； ④学会运用旅游企业营销控制的4种方法。
			技能： ①掌握旅游企业内部营销管理的途径和方法，培养旅游企业管理能力； ②初步形成旅游企业营销控制能力； ③独立制作PPT和H5进行旅游线路和旅游景区的营销推介的能力。

四、课程考核

（一）评价方式与权重

对教学的评价在考试环节，将改变传统的期末考试方式。在进行项目驱动教学的基础上，进行分项目的考试，并充分注重个体考核和团队考核的比重，注重对学生各方面能力如单独处理问题能力和协助解决问题能力的考核，过程考核和结果考核项相结合，考核的方式、主体、对象均呈现多元化，从而营造出一个积极、公正、客观、互动的测评教学氛围，使学生由学习的被动者转变为主动者，更加看重平时的努力。

从权重系数设计，期末考试（试卷考试）占40%，主要考察学生对基础知识的掌握程度、理解程度，以及对营销现象的思辨能力，对营销案例的分析能力；课堂中的小组案例讨论、相关报告撰写、演讲与质询占40%，各小组间进行小组互评，再在小组内进行互评，最后得出成绩；课后作业、参与程度和学生个人贡献、到课率占20%，由教师主管掌握。

（二）学生互评部分

小组互评

每小组先对照下列考核要求对十一个项目进行互评（每小组不对自己进行评价），互评分值采用百分制，将分值相加后再进行数学平均即为小组得分。结果为A/B/C/D...

项目	得分：				
考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			
		优（90~100）	良（80~89）	中（70~79）	及格（60~69）
项目成果（60%）	小组互评	项目成果非常准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整，有鲜明特色	项目成果较准确地符合任务要求，格式符合标准、内容完整	项目成果符合任务要求，成果格式稍有瑕疵、内容欠完整	项目成果基本符合任务要求，内容欠完整、格式不太规范
交流及表达能力（20%）	小组互评	语言流畅、用语专业、思路清晰、声音洪亮、反应敏捷	能用专业语言正确较为流利地开展培训，声音洪亮	能用专业语言正确地开展培训	能用专业语言基本正确开展培训，无重大失误
学习态度（10%）	小组互评	小组能积极、及时完成教师布置的任务，成员参与度高，任务完成质量高，并协助教师的教学	积极、及时完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务，成员能积极参与	能积极完成教师布置的任务
团队合作精神（10%）	小组互评	具有良好的团队合作精神，热心帮助小组其他成员	具有较好的团队合作精神，成员全部参与	具有团队合作精神，能与小组其他成员合作完成任务	能配合小组完成项目任务

1、组内互评

组内成员再参照上表要求进行互评,方法同上，其每人的得分相加总和为每组得分*小组人数。即假设A组得分为80，该组共有10人，则该组总得分为800分，再按照贡献率大小将此800分分给10人，最高分为100分，最低分为60分。

2、小组成员该项目最后分值确定为分数*40%。

（三）期末考试部分：卷面成绩*40%

（四）教师评分

课后作业、参与程度和学生个人贡献、到课率占每个项目5分，有教师掌握分配，该项执行一票否决。如果学生在该项达不到最低分12分，则自动进入重修体系。

（五）把（二）、（三）、（四）项分值相加则为学生最后考核分数。

五、实施建议

（一）学时建议

本课程建议学时 48 学时，另配套一周课程实训，建议第三学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	旅游市场营销导论	1	1	2
2	旅游市场营销环境分析与运筹	2	2	4
3	旅游购买行为分析	3	3	6
4	旅游市场营销调研与预测	1	3	4
5	目标旅游市场的选择与定位	2	2	4
6	旅游市场营销战略与组合策略	1	1	2
7	旅游产品策略	3	3	6
8	旅游价格策略	2	6	8
9	旅游营销渠道策略	2	2	4
10	旅游营销沟通与促销组合策略	2	4	6
11	旅游市场营销管理	1	1	2
合计		20	28	48

（二）教学建议

1、教师的基本要求

(1) 大学本科以上学历，讲师以上职称，具有先进的教学方法，有较强的课堂驾驭能力。

(2) 具备设计基于项目训导的教学法的设计应用能力。

(3) 具有一定的旅游企业工作经验。

(4) 具有良好的职业道德和责任心。

2、教材和教学参考资料建议

（1）教学资料选取原则

由于目前的《旅游市场学》教材中专、高职以及本科教育中的区分并不明显，均重在理论的介绍，内容多而全。而按高职旅游专业学生职业岗位要求来编写且

适合高职学生的水平的教材很少，尤其是用于实训的材料几乎是空白。所以对于教材建设的具体思路是：结合专业的实际情况，先行指定一本教材作为参考教材（在条件成熟且许可的情况下可考虑指定参考书书目，由学生选择购买），然后由系部与有实践经验的专家编写一本理论与实践结合的实训指导教材；为了充分体现教学大纲的指导思想完善教学程序，达到预期的教学效果，我们计划建立内容丰富的资料库并实现资源共享；教在条件成熟的情况下，建立实用的网络平台，在平台上匹配详尽的教学资源，并将学生的作品上传以供交流。同时，提供尽可能多的营销资源库的链接，以开阔学生视野。

（2）推荐教材

《旅游市场营销》（第三版），吴金林主编，普通高等教育“十一五”国家规划教材，高等教育出版社

六、说明

- 1、本课程标准由旅游市场营销专业教学团队开发。
- 2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。
- 3、执笔（课程负责人）：祖鹏
- 4、审核（教研室主任或专业带头人）：熊锦
- 5、审定（二级学院、教学部负责人）：刘韵琴

日期：2020年 7月 30日

《旅游信息化应用》课程标准

一、课程性质

本门课程是旅游管理专业开设的一门专业能力核心课程。

本课程是构成专业核心能力——信息化应用的重要组成部分。开设在《旅游概论》、《导游实务》、《旅游市场营销》课程后，为后续课程《旅行社经营与管理》、《旅行产品设计与开发》等学习奠定基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的学习，使学生了解旅游信息化现状和发展趋势，熟悉旅游信息化技术和旅游信息化管理，掌握旅游信息化服务和旅游信息化传播，能帮助旅游企业进行各种信息化应用，能深度参与旅游新媒体运营工作，从而具备在各旅游企业从事信息化应用岗位的职业能力。

（二）具体目标

1、知识目标

- （1）掌握旅游信息化的概念
- （2）掌握旅游信息化应用的作用
- （3）掌握旅游信息化的研究意义
- （4）掌握旅游信息化发展状况
- （5）掌握旅游信息化的发展趋势
- （6）掌握物联网在旅游业中的应用
- （7）掌握大数据技术在旅游业中的应用
- （8）掌握人工智能在旅游业中的应用
- （9）掌握北斗卫星导航系统在旅游业中的应用
- （10）掌握电子支付在旅游业中的应用
- （11）掌握计算机仿真技术（AR/VR）在旅游业中的应用
- （12）掌握呼叫中心与网络客服
- （13）掌握旅游手机软件应用
- （14）掌握电子门票和电子导游应用
- （15）掌握虚拟旅游与数字景区应用
- （16）掌握共享交通和共享住宿应用

- (17) 了解新媒体概念、特征、类别、特点
- (18) 掌握新媒体运营思维
- (19) 掌握微信公众号、微博的搭建及运营技巧
- (20) 掌握新媒体文案的内容框架、写作及排版技能
- (21) 掌握微视频、H5 的制作思路和方法
- (22) 掌握旅游资源信息化采编的原则、技术
- (23) 掌握旅游数据收集的意义，统计分析的内容、流程
- (24) 掌握旅游企业内部信息化办公目的、作用
- (25) 掌握旅游电子政务的概念、业务
- (26) 掌握网络安全的概念、特征、影响因素
- (27) 掌握景区信息化建设的内容、思路
- (28) 掌握酒店信息化建设的优势、方法
- (29) 掌握旅行社信息化建设的概念、体系
- (30) 熟悉目前旅游企业信息化建设的现状和问题
- (31) 掌握智慧旅游概念、特点
- (32) 掌握智慧旅游表现、功能
- (33) 掌握智慧城市和智慧地球概念、现状和趋势

2、能力目标

- (1) 能够在旅游工作中合理使用物联网
- (2) 能够在旅游工作中合理使用大数据
- (3) 能够在旅游工作中合理使用人工智能
- (4) 能够在旅游工作中合理使用北斗卫星导航
- (5) 能够在旅游工作中合理使用电子支付
- (6) 能够在旅游工作中合理使用计算机仿真技术（AR/VR）
- (7) 能够担任网络客服时，具有良好的服务意识、沟通能力、表达能力
- (8) 能够在工作中使用旅游 APP
- (9) 能够在工作中使用电子门票和电子导游
- (10) 能够在工作中使用虚拟旅游与数字景区
- (11) 能够在工作中使用共享交通和共享住宿
- (12) 能够为今后从事旅游新媒体工作制定职业规划

- (13) 能辨析不同新媒体平台类型并选择合适的平台进行推广
- (14) 能根据新媒体平台运营计划定制运营活动
- (15) 能为旅游企业制定微信、微博运营计划
- (16) 能有效的开展新媒体文案相关活动
- (17) 能操作旅游资源信息化采编的软硬件
- (18) 能进行旅游数据收集与统计分析
- (19) 能应用旅游企业内部信息化办公软件进行工作
- (20) 能在旅游电子政务平台上进行有效操作
- (21) 能有效使用网络安全的保护技术
- (22) 能为小型景区的信息化建设进行有效建议
- (23) 能为小型酒店的信息化建设进行有效建议
- (24) 能为小型旅行社的信息化建设进行有效建议
- (25) 能在工作中引入智慧旅游理论和实践
- (26) 能在生活中引入智慧城市、智慧地球理论和实践
- (27) 创新能力，结合新知识和企业的情况去创新
- (28) 终身学习的能力，让学生学会学习，获得终身学习的能力。

3、素质目标

(1) 提升学生信息意识，包括对于信息敏锐的感受力、持久的注意力和对信息价值的判断力、洞察力。

(2) 培养学生信息能力，包括确定信息需求的时机；选择信息源高效获取信息、处理评估信息、有效利用信息的能力。

(3) 培养学生信息道德，包括在信息活动中应遵循的道德规范，如保护知识产权、尊重个人隐私、抵制不良信息等。

(4) 打造学生信息思维，包括关注旅游信息化技术发展的敏锐度。

(5) 提升学生的综合运用能力，包括在工作中创新结合信息技术。

三、课程内容与要求

表1 课程内容与要求一览表

序号	工作任务模块	课程内容	活动设计	要求
1	认识信息化	1、什么是旅游信息化； 2、旅游信息化的研究意义； 3、旅游业信息化的必然性； 4、旅游信息化发展状况； 5、旅游信息化应用的作用； 6、旅游信息化的发展趋势；	案例分析、观看微课、 绘制思维导图、讨论。	了解旅游信息化的研究意义和必然性；理解旅游信息化应用的作用、旅游信息化的发展趋势；掌握什么是旅游信息化、旅游信息化发展状况。
2	旅游信息化技术	1、物联网； 2、大数据； 3、人工智能； 4、北斗卫星导航系统； 5、电子支付； 6、计算机仿真技术；	案例分析、观看微课、 讨论。	掌握物联网、大数据技术、人工智能、北斗卫星导航系统、电子支付、计算机仿真技术（AR/VR）在旅游业中的应用
3	旅游信息化服务	1、呼叫中心与网络客服； 2、旅游手机软件应用； 3、电子门票和电子导游应用； 4、虚拟旅游与数字景区应用； 5、共享交通和共享住宿应用；	案例分析、观看微课、 讨论、实践训练：模拟网络客服；手机软件产品报告；电子导游体验；虚拟旅游体验；共享住宿体验。	掌握呼叫中心与网络客服；掌握旅游手机软件应用；掌握电子门票和电子导游应用；掌握虚拟旅游与数字景区应用；掌握共享交通和共享住宿应用
4	旅游信息化传播	1、认知新媒体； 2 旅游新媒体类型及特点； 3、掌握旅游新媒体运营思	案例分析、观看微课、 讨论、实践训练：关注旅游微信公众号，	了解新媒体概念、特征、类别、特点；掌握新媒体运营思维；

		<p>维；</p> <p>4、旅游微信平台；</p> <p>5、旅游企业微博；</p> <p>6、旅游信息化内容创编（文案、H5制作、微视频制作）</p>	<p>分析该公众号运营模式；创建微信公众号，写出运营方案；分析阅读量10万+的文案；创作文案；创作H5；创作微视频；旅游直播（结合实训周）</p>	<p>掌握微信公众号、微博的搭建及运营技巧；掌握新媒体文案的内容框架、写作及排版技能；掌握微视频、H5的制作思路和方法</p>
5	旅游信息化管理	<p>1、旅游资源信息化采编；</p> <p>2、旅游数据收集与统计分析；</p> <p>3、旅游企业内部信息化办公；</p> <p>4、旅游电子政务；</p> <p>5、网络安全</p>	<p>案例分析、观看微课、讨论、实践训练：二维码转换；大数据统计报告分析；防火墙的设置。（结合实训周）</p>	<p>掌握旅游资源信息化采编的原则、技术；掌握旅游数据收集的意义，统计分析的内容、流程；掌握旅游企业内部信息化办公目的、作用；掌握旅游电子政务的概念、业务；掌握网络安全的概念、特征、影响因素。</p>
6	旅游企业信息化建设	<p>1、景区信息化建设；</p> <p>2、酒店信息化建设；</p> <p>3、旅行社信息化建设</p>	<p>案例分析、观看微课、讨论。</p>	<p>掌握景区信息化建设的内容、思路；掌握酒店信息化建设的优势、方法；掌握旅行社信息化建设的概念、体系；熟悉目前旅游企业信息化建设的现状和问题。</p>
7	未来信息化	<p>1、智慧旅游；</p> <p>2、智慧城市和智慧地球</p>	<p>案例分析、观看微课、讨论。</p>	<p>掌握智慧旅游概念、特点；掌握智慧旅游</p>

				表现、功能；掌握智慧城市和智慧地球概念、现状和趋势
--	--	--	--	---------------------------

四、课程考核

课程考核包括平时过程考核、期末理论考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：

课程考核成绩组成：学习过程成绩占 50%；期末考核成绩占 50%。

1、平时过程成绩

(1) 课堂表现 (20%)

其中：课堂出勤 30%，课堂纪律占 30%，课堂发言占 40%。

(2) 实践操作 (30%)

其中：项目三实践训练(30%)，项目四实践训练(40%)，项目五实践训练(30%)。

各实践操作成绩都由学生互评 (50%) 和教师评价 (50%) 两部分组成。

2、期末考核成绩

采用项目操作考查方法，考试时间 90 分钟，对本课程所学内容进行综合考核，考核方法为综合文案创作。

五、实施建议

1、学时建议

本课程建议学时 56 学时，建议第四学期开设。教学学时分配建议如下表 2 所示。

表 2 教学学时分配建议表

序号	工作任务模块	理论学时	实践学时	合计
1	任务一 认识旅游信息化	2	4	6
2	任务二 旅游信息化技术	4	4	8
3	任务三 旅游信息化服务	4	10	14
4	任务四 旅游信息化传播	4	10	14
5	任务五 旅游信息化管理	2	2	4
6	任务六 旅游企业信息化建设	2	2	4
7	任务七 未来信息化趋势	2	2	4
8	复习和考察	0	2	2
	学时总计	20	36	56

2、教学建议

(1) 教学方法多样化。采用案例教学法，激发学生思维；采用任务驱动教学法，提高学生学习的目的性，提高学生解决实际问题能力等。

(2) 教学手段现代化。利用多媒体、视频等教学手段，增加课堂信息量，提高课堂教学效率。

(3) 教学组织团队化。将全班同学分成工作小组，每小组 5 人左右，小组工作按企业化规律，实行组长负责制。并在班级内开展小组竞赛活动，培养学生的团队意识和协作能力，提高学生自我管理能力。

(4) 任务三合任务四中借鉴翻转课堂教学法，学生课前通过发放到蓝墨云班课中的资料进行自主学习、通过老师推荐的各种链接收集相关信息，而在课上则进行高层次的综合运用和创新，同学们利用收集的各种信息，结合课上理论指导，共同研究创建并运营一个微信公众号，从而获得更深层次的理解。

3、教材及参考资料建议

(1) 教材

《旅游信息化应用》 华中科技大学出版社 伍欣 主编

(2) 参考书

[1] 陈志辉, 陈小春. 旅游信息学[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2003.

[2] 李云鹏, 晁夕, 沈华玉. 智慧旅游——从旅游信息化到旅游智慧化[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2013.

[3] 黎巉 等. 旅游信息化导论[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2016.

[4] 姚国章, 丁世红, 周晓平, 韩玲华, 刘忠祥 等. 智慧旅游新探索[M]. 东北师范大学出版社, 2016.

[5] 陆均良, 杨铭魁, 李云鹏, 宋夫华. 旅游信息化管理 (第二版) [M]. 中国人民大学出版社, 2015.

[6] 巫宁. 旅游信息化与电子商务经典案例[M]. 旅游教育出版社, 2006.

[7] 齐琳, 刘蔚, 曹培培. 旅游企业信息化管理[M]. 清华大学出版社, 2016.

(3) 参考网络资源

蓝墨云班课进行教学过程管理

4、校内外实践教学条件利用 (或开发) 建议

(1) 校内实训条件利用 (或开发) 建议

配套安排实训周, 购置 360 全景照相设备, VR 眼镜每组一副 (共 10 副) 等……

(2) 校外实践教学条件利用 (或开发) 建议

懒猫国际旅游有限公司、长沙市博物馆等校企合作校外实践教学基地, 提供认知实习场地与真实案例资料, 共同设计仿真教学情境。

•

六、说明

1、本课程标准由旅游管理 旅游信息化应用专业教学团队、懒猫国际旅游有限公司、长沙市博物馆（兼职教师参与）等合作开发。

2、本课程标准在使用过程中，要根据教学情况进行不断完善与修订。

3、执笔（课程负责人）：伍欣

4、审核（教研室主任或专业带头人）：熊锦

5、审定（二级学院、教学部负责人）：刘韵琴

日期：2020年7月30日