



成都职业技术学院  
旅游管理专业教学标准

专业名称:	旅游管理
专业代码:	640101
制订部门:	旅游分院

2019年07月

# 目 录

一、专业名称及代码.....	- 1 -
二、入学要求及修业年限.....	- 1 -
三、所属专业群.....	- 1 -
四、职业面向及职业能力要求.....	- 1 -
五、培养目标及培养规格.....	- 3 -
六、毕业能力要求.....	1
七、课程设置及要求.....	2
八、人才培养模式.....	15
九、教学进程总体安排.....	16
十、教学实施保障.....	17
十一、毕业要求.....	20
十二、继续专业学习深造建议.....	20
十三、其他需要说明的内容.....	20
十四、附录（教学进程表）.....	20

## 一、专业名称及代码

专业名称：旅游管理

专业代码：640101

## 二、入学要求及修业年限

入学要求：普通高中毕业生、中职毕业生或同等学力人员

修业年限：3年

学 历：大学专科

## 三、所属专业群

旅游管理专业群

## 四、职业面向及职业能力要求

### （一）职业面向

就业面向的行业：旅游业

主要就业单位类型：旅行社、酒店、景区等

主要就业部门：产品研发、营销（含销售）、行政综合

可从事的岗位：

表1 旅游管理专业职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或技 术领域举例	职业资格证书和 职业技能等级证 书举例
旅游类 (6401)	旅游管理 (640101)	其他商务服 务业 (729)	旅行社及相关服 务 (7291)	主要初始就业岗 位如下： 1. 旅行社：计调、 门市、网络营销、 会议接待、产品 策划、客户关系 管理、导游岗位； 2. 酒店、景区等 旅游企业：接待、 门市、销售、办 公室、人力资源、 客户关系管理岗 位。 主要发展就业岗 位如下： 1. 旅行社专线部 经理、门市部经 理、综合业务部 经理、会展部经 理等管理岗位；	电子商务师证书、 计调师证书、营销 师证书

				2. 酒店、景区等旅游企业的市场部、营销部、综合部经理； 3. 其他相关工作岗位。	
--	--	--	--	--	--

表 2 旅游管理专业岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别		岗位描述	岗位能力及要求
		初始岗位	发展岗位		
1	计调	■	<input type="checkbox"/>	旅行社产品计划和调度	能够进行团队吃住行游购娱安排； 能够进行团队导游安排； 能够进行价格谈判和结算。
2	市场营销	■	<input type="checkbox"/>	旅游类企业产品市场营销（重点突破网络营销）	了解旅游产品特性； 了解网络营销的基本原理和方法； 能够合理运用微信、微博等网络媒体平台进行营销。
3	产品开发助理	■	<input type="checkbox"/>	旅行社产品设计	能够进行旅行社线路分析； 能够进行旅行社线路设计。
4	客户服务	■	<input type="checkbox"/>	线上线下客户接待和服务	了解客户心理； 能够进行线上客户维护； 能够进行线下客户接待和服务。
5	旅行社专线经理	<input type="checkbox"/>	■	旅行社专线开发和管理	负责线路资源的开发采集、洽谈、签约、衔接落地、维护； 负责部门的员工日常工作； 负责相应线路的房、车、餐、导等资源调配。
6	营销部经理	<input type="checkbox"/>	■	旅游类企业营销战略策划和营销活动管理	负责旅游类企业营销战略的制定； 负责部门的员工日常工作； 负责各项营销活动策划和管理。
7	产品开发中心经理	<input type="checkbox"/>	■	旅行社产品设计管理	负责旅游市场分析； 负责旅行社线路设计总管； 负责部门的员工日常工作。
8	综合业务部经理	<input type="checkbox"/>	■	综合业务管理	负责接待、合同、档案等业务的总体管理； 负责部门的员工日常工作。

					工作。
--	--	--	--	--	-----

## （二）典型工作任务及其工作过程

本专业典型工作任务包括旅游产品研发（以线路为主）、旅游网络营销（含销售）、旅行社计调业务、旅游线上线下服务等，其工作过程分析见下表：

表 3 旅游管理专业典型工作任务及工作过程分析表

序号	典型工作任务	工作过程
1	旅游产品研发	主要进行旅游市场调查、旅游产品挖掘和组织，形成基础产品体系和定制服务产品池（以线路为主）。
2	旅游网络营销	主要进行旅游产品网络营销战略的制定，线上营销渠道的选择，营销内容的编排，营销反馈，保证旅游产品影响范围的扩大，促进销售。
3	旅行社计调业务	主要进行旅游团队的计划和调度。通过信息化办公和传统资源基础进行沟通、工作业务落实，保证旅游团队的实施。
4	旅游线上线下服务	主要进行线上线下的客户服务和维护，储备和扩大企业潜在客源和客户量，提升企业形象。

## 五、培养目标及培养规格

本专业培养理想信念坚定，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能力；适应世界旅游目的地中心城市、世界文化名城旅游产业发展需求，具有“互联网+旅游”创新创业思维，熟练掌握一门工作外语，具备较强旅游信息化应用能力，面向旅游营销和服务管理的高素质技术技能人才。

本专业学生毕业五年后能够达到的职业和专业成就即专业培养目标如表 4 所示，具体为解决实际问题的能力、团队作用的发挥、职业道德和伦理水准，终身学习能力的养成，创新意识及创新方法培养、为区域经济和社会发展做出贡献。将这六个方面作为专业人才培养目标的六个维度，按照培养目标→毕业要求→毕业要求指标点→课程矩阵图的路径落实到课程、课堂中。从而实现学生职业和专业成长，达成专业培养目标。

表 4 旅游管理专业培养目标

序号	具体内容
A	思想政治坚定、德技并修、全面发展
B	具有“互联网+旅游”创新创业思维
C	具有较强旅游信息化应用能力，具有旅游营销和服务管理的高素质技术技能
D	有集体主义观念、大局意识和团队精神，能与客户、企业上下级和同级之间进行良好的沟通、交流与合作
E	养成终身学习能力

## 1. 知识要求

大学专科层次应具备的文化基础知识：如体育、法律、职业道德、计算机应用、大学英语、国学、现代服务业概论等。

(1) 专业基础平台课程知识：当今旅游业、旅游市场营销、旅游创新创业实务、职业礼仪。

(2) 专业方向课程知识：

①旅游产品研发基础知识：旅游市场调研与分析、中国旅游地理、客源国概况、旅行社产品设计等。

②旅游产品营销基础知识：旅游网络营销、旅游电子商务、计算机辅助设计等。

③旅游产品服务基础知识：旅行社计调业务等。

(3) 专业限选课程知识：文创、技术类课程领域知识等。

## 2. 能力要求

(1) 基础能力

语言能力：普通话表达准确、流利；能在各种场合大方、准确、流利地表达观点；具有初步的英语会话交流能力，能进行日常对话，并能较熟练地处理英语商务函件；具有与从事的职业工作相适应的较好的书面表达能力。

团队能力：熟悉职业礼仪，熟悉对客服务的原则与方法，以及解决问题的技巧，具有良好的人际关系处理和应变处理能力，有集体主义观念、大局意识和团队精神，能与客户、企业上下级和同级之间进行良好的沟通、交流与合作。

应变能力：心理素质良好，具有较强的心理承受能力和处理突发事件时的应变能力，具备良好的社会、自然适应能力。

信息处理能力：能正确使用办公软件进行文件编辑排版；掌握文献检索、资料查询的基本方法。

学习能力：具有较强的自我学习能力，能根据工作需要及时更新知识，改进工作方法，提高工作效率和效益。

(2) 专业能力

专业能力是指从事旅游营销和服务管理工作应具备的职业能力。具体要求见下表：

表5 旅游管理专业职业能力体系分析表

岗位级次	就业岗位	主要工作任务	专业能力	社会能力	方法能力
初始岗位	旅游企业接待人员	接待与管理；旅游市场开发维护；旅游售后服务。	(1) 信息化办公能力； (2) 人际沟通能力； (3) 投诉处理能力； (4) 旅游产品促销能力； (5) 招徕旅游者、为旅游者提供咨询服务、与旅游者签订旅游合同等能力。	遵守法律规章 诚实守信品质 勤奋敬业精神 沟通协调能力和能力 灵活应变能力 商务公关能力 团队合作能力 务实创新能力 阳光健康性格 社会责任意识 拼搏进取精神 严谨认真作风	知识转化能力 知识迁移能力 逻辑思维能力 写作表达能力 制订计划能力 控制过程能力 分析评价能力 学习提高能力 创新创业能力
	旅游企业产品专员	供应商采购；旅游产品设计与开发；行程安排；成本控制；行程中问题处理；扩展：证照等资料办理。	(1) 旅游资源开发能力，旅游线路设计能力； (2) 客源开发能力，组团能力； (3) 公关协调能力，业务核算结算能力； (4) 旅游团队所用酒店、车辆、导游、饭店、景点等相关旅游要素协调调度能力和采购能力。		
	旅游企业营销专员	考察、选择国内外客户，进行业务洽谈，签订业务合同；产品成本核算与定价；旅游产品促销；维护好与客户合作关系。	(1) 旅游产品组合与渠道改进能力； (2) 旅游产品成本核算、产品定价、促销策划技巧与能力； (3) 人际沟通能力； (4) 知晓相关法律法规，具备个人旅游项目策划、旅游合同签署能力。 (5) 运用信息化手段进行营销推广的能力。		
发展岗位	旅游企业综合业务部经理	组织接待各旅游团体、零星散客，组织本地区各旅游团体、零星散客外出观光旅游；组织为来往旅游团体或个人提供旅游线路、住宿等咨询，代购机、车、船票；广泛收集信息，努力开发旅游资源；完成旅行社下达的各项经济指标和工作任务。	(1) 良好的职业道德，工作态度端正，思想觉悟高，责任心强； (2) 良好的执行力、团队合作意识及能力； (3) 踏实稳定、勤勉上进，极具吃苦耐劳的敬业精神，良好的主人翁精神； (4) 散客成团和大型团队操作经验； (5) 优秀的组织协调能力及团队管理能力。		
	旅游企业	负责公司旅游资源的研发采	(1) 熟悉境内外主要行程线路，了解不断变化的旅游市		

	<b>产品经理</b>	<p>购，开发设计旅游线路；维护与旅游景点、旅游饭店、旅游交通部门及合作旅行社的关系；协助公司对导游、前台及业务人员进行旅游专业知识培训；收集、听取其他部门的反馈信息，努力提高旅游产品质量，降低成本，对旅游产品定价提出合理化建议。</p>	<p>场信息及同行相关动态；</p> <p>(2) 开拓创新能力，能根据公司经营目标、季节变换及社会实时活动等，开发新型旅游产品；</p> <p>(3) 良好的团队协调能力以及突发事件处理能力；</p> <p>(4) 良好的执行力，优秀的语言组织、表达和沟通能力；</p> <p>(5) 富有进取心和激情，具有较强钻研精神和领导组织能力。</p>		
	<b>旅游企业营销经理</b>	<p>做好市场开发，组织客源，进行产品销售；在确定销售价格的基础上，通过各种渠道确定销售对象，预测销售及所需费用、销售收入和销售利润；规定计划期间的经营目标，把握所需耗费的资金，确定具体销售策略，为旅行社的接待安排提供可靠的依据。</p>	<p>(1) 熟悉旅游市场的运行规律和操作系统，善于处理外部的各种关系；</p> <p>(2) 具有良好的组织领导、创新和协调能力，有较强的文字功底，逻辑严密；</p> <p>(3) 工作细致、有责任心、有耐心，能承受较大的工作压力；</p> <p>(4) 能够用英语与旅游产品各关系方熟练沟通。</p>		



### 3. 素质要求

(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) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力；

(4) 热爱旅游事业，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 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

(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。

### 4. 创新创业能力要求

创新能力：具有较强的开拓发展和创新能力，与时俱进，能结合实际不断改进工作方式方法甚至工作模式或工作机制，打开工作局面并提高工作水平。

创业能力：具有创业意识，创业激情，能结合实际情况开展创业实践，做好创业准备，形成创业积累。

## 六、毕业能力要求

根据人才培养目标细分毕业能力要求和毕业要求指标点，如表 6、表 7 所示。

表 6 旅游管理专业毕业要求

序号	毕业能力要求	对应的培养目标
1	完成旅游分院综合素质道德养成 CRP 积分要求；在校期间无违法、重大违纪行为。	思想政治坚定、德技并修、全面发展
2	参加并通过学校“旅游创新创业实务”课程；积极参加或了解创业团队任务。	具有“旅游+互联网”创新创业思维
3	能够进行旅游产品研发；能够基于互联网进行旅游产品营销；能够进行线上线下潜在客源和客户服务。	具有较强旅游信息化应用能力，具有旅游产品研发(以线路为主)、旅游营销和服务管理的高素质技术技能
4	在校期间，在各团队活动中，能够有效参与并形成良好的效果；具有与客户、上下级和同级之间进行良好沟通、交流与合作的能力。	有集体主义观念、大局意识和团队精神，能与客户、企业上下级和同级之间进行良好的沟通、交流与合作
5	具有持续学习的意识和能力。	终身学习能力的养成
6	积极择业、就业，为区域经济和社会发展做贡献。	为区域经济和社会发展做出贡献

对应毕业要求，形成毕业要求指标点 11 项，具体内容如下：

表 7 旅游管理专业毕业要求指标点

序号	毕业能力要求	能力要求指标点序号	对应的毕业要求指标点
1	完成旅游分院综合素质道德养成 CRP 积分要求； 在校期间无违法、重大违纪行为。	1	每学期按照旅游分院要求，完成综合素质道德养成 CRP 相应积分要求；
		2	在校期间无违法行为，无重大违纪行为；
2	参加并通过学校“旅游创新创业实务”课程； 积极参加或了解创业团队任务。	3	通过“旅游创新创业实务”课程考核；
		4	积极参与或了解创业团队任务；
3	能够进行旅游产品研发； 能够基于互联网进行旅游产品营销； 能够进行线上线下潜在客源和客户服务。	5	能够进行旅游产品研发（以线路为主）；
		6	能够基于互联网运用微信公众号及其他媒体平台进行旅游产品营销；
		7	能够基于旅游企业 APP 平台和门店等进行线上线下潜在客源和客户服务；
4	在校期间，在各团队活动中，能够有效参与并形成良好的效果； 具有与客户、上下级和同级之间进行良好沟通、交流与合作的能力。	8	在校期间，在各团队活动中，能够有效参与并形成良好的效果；
		9	具有与客户、上下级和同级之间进行良好沟通、交流与合作的能力；
5	具有持续学习的意识和能力。	10	具有持续学习的意识和能力；
6	积极择业、就业，为区域经济和社会发展做贡献。	11	积极择业、就业，为区域经济和社会发展做贡献。

## 七、课程设置及要求

### （一）专业群课程构建

本专业属于旅游管理专业群，专业群课程体系按照群内专业底层共享、中层分立，高层互选的原则进行构建（见图 1）。底层为公共课程、专业基础课程，本专业群公共基础课程平台包括思想道德修养与法律基础等 13 门课程，公共选修课程包括 4 门课程，专业群基础课程平台包括当今旅游业、旅游市场营销、旅游创新创业实务、职业礼仪与形象塑造等 4 门课程；中层为专业方向课程，共有旅行社产品设计、旅游项目策划等 11 门课程；高层为专业限选课程，扩展和提升职业能力，拓宽学生职业能力范围，本专业设置专业限选课程 2 门。

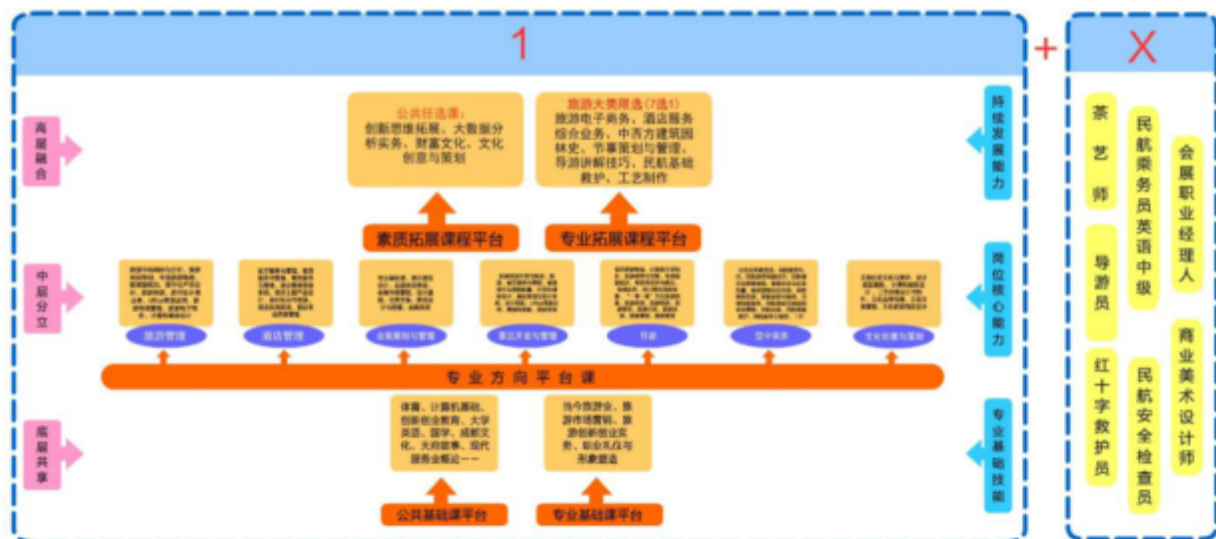


图 1 专业群课程体系图

## (二) 专业课程与典型工作任务的对应关系

本专业设置课程 34 门，其中专业课程 17 门，公共基础平台课程 13 门，公共限选课和任选课 4 门，其与典型工作任务对应关系见下表：

表 8 专业课程与典型工作任务对应关系

序号	课程名称（学习领域）	对应的典型工作任务
1	当今旅游业	专业基本素养养成
2	旅游市场营销	专业基本素养养成
3	旅游创新创业实务	专业基本素养养成
4	职业礼仪与形象塑造	专业基本素养养成
5	旅游市场调研与分析	旅游产品研发（以线路为主）
6	客源国概况	旅游产品研发（以线路为主）
7	中国旅游地理	旅游产品研发（以线路为主）
8	旅行社产品设计	旅游产品研发（以线路为主）
9	旅游项目策划	旅游产品研发（以线路为主）
10	旅游网络营销	旅游网络营销（含销售）
11	旅游电子商务	旅游网络营销（含销售）
12	计算机辅助设计（PS、AI）	旅游电商美工
13	office 高级应用	旅游服务（行政办公）
14	旅游英语	旅游服务（接待、沟通）
15	旅行社计调业务	旅游服务（操作、应急处理）

16	旅游分院限选（7选1）	双赋能课程
17	旅游分院限选（7选1）	双赋能课程
18	思想道德修养与法律基础	（公共课程平台）大学生综合素养养成
19	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	（公共课程平台）大学生综合素养养成
20	形势与政策	（公共课程平台）大学生综合素养养成
21	创新创业教育	（公共课程平台）大学生综合素养养成
22	就业指导	（公共课程平台）大学生综合素养养成
23	计算机基础	（公共课程平台）大学生综合素养养成
24	大学英语	（公共课程平台）大学生综合素养养成
25	体育	（公共课程平台）大学生综合素养养成
26	国学	（公共课程平台）大学生综合素养养成
27	天府文化	（公共课程平台）大学生综合素养养成
28	大学生心理健康教育	（公共课程平台）大学生综合素养养成
29	天府文化	（公共课程平台）大学生综合素养养成
30	现代服务业概论	（公共课程平台）大学生综合素养养成
31	公共限选课 1	（公共课程平台）大学生综合素养养成
32	公共限选课 2	（公共课程平台）大学生综合素养养成
33	公共任选课 1	（公共课程平台）大学生综合素养养成
34	公共任选课 2	（公共课程平台）大学生综合素养养成

### （三）专业课程设置

专业课程设置按照成果导向（OBE）理念，将人才培养目标贯穿到每门课程中，确保课程开设的有效性，不断优化课程设置，通过课程目标的实现反向促进人才培养目标的实现。

表9 旅游管理专业课程矩阵图

毕业要求	毕业要求指标点	当今旅游业	旅游市场营销	职业礼仪与形象塑造	旅游创新创业实务	旅游市场调研与分析	旅游项目策划	中国旅游地理	客源国概况	旅行社产品设计	旅游英语	旅行社计调业务	o f f i c e 高级应用	旅游网络营销	旅游电子商务	计算机辅助设计	旅游分院限选（7选1）	旅游分院限选（7选1）

完成旅游分院综合素质道德养成 CRP 积分要求； 在校期间无违法、重大违纪行为。	每学期按照旅游分院要求，完成综合素质道德养成 CRP 相应积分要求；	√		√				√	√									
	在校期间无违法行为，无重大违纪行为；	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
参加并通过学校“旅游创新创业实务”课程； 积极参加或了解创业团队任务。	通过“旅游创新创业实务”课程考核；				√													
	积极参与或了解创业团队任务；				√	√								√				
能够基于互联网进行旅游产品营销；	能够进行旅游产品研发（以线路为主）；					√	√	√	√	√								√
能够进行线上线下潜在客源和客户服务。	能够基于互联网运用微信公众号及其他新媒体平台进行旅游产品营销；		√											√	√	√		
	能够基于旅游企业 APP 平台和门店等进行线上线下潜在客源和客户服务；	√	√								√			√	√	√	√	
在校期间，在各团队活动中，能够有效参与并形成良好的效果；	在校期间，在各团队活动中，能够有效参与并形成良好的效果；	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
具有与客	具有与客			√	√						√						√	
户、上下级	户、上下级																	

户、上下级和同级之间进行良好沟通、交流与合作的能力。	和同级之间进行良好沟通、交流与合作的能力；																	
具有持续学习的意识和能力。	具有持续学习的意识和能力；	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
积极择业、就业，为区域经济发展做贡献。	积极择业、就业，为区域经济和社会发展做贡献。				√													

#### (四) 课程内容及要求

##### 1. 素质教育活动课程

素质教育活动共包含四个模块，注重人文素质教育与职业道德教育的培养，坚持课内外教学活动和校外教育活动相结合，正确处理好德育与智育、理论与实践的关系，正确处理好传授基础知识、培养职业能力、提高综合素质三者之间的关系。

综合素质测评由学生综合素质培养管理中心认定，在学生综合素质培养管理平台上获得相应学分，共 20 学时，6 学期内完成，每学年 1 个学分，共 3 个学分。

表 10 素质教育活动课程

模块	培养目标	培养内容
职业道德规范	爱国明礼	主题教育活动、党团培养
	遵纪守法	遵规国家法律法规、校纪校规
	诚实守信	诚实守信，无考试作弊、虚假申报、欺诈行为
	爱岗敬业	课堂与集会全勤
	奉献社会	志愿者活动，义工活动，义务劳动，见义勇为，好人好事
职业核心能力	自我提高能力	专业讲座，职业资格技能证书，专业、公共技能大赛，技能培训，学历提升，自主学习，学习效果
	与人合作能力	加入专业协会、社团，担任学生干部
	解决问题能力	参与专业实践活动
	信息处理能力	获得计算机等级证书，担任公共网络平台管理员
	外语应用能力	获得英语等级证书，参加各类英语竞赛，交换生项目，海外研习、交流项目

	沟通表达能力	大学生辩论大赛，各类交流座谈活动主持人、讲述人、发言人
	数字运用能力	数学建模大赛
	革新创新能力	大学生创新服务开发项目，创新创业大赛，发明与专利
职业素养养成	人文素质	人文素质讲座，服务型学习，写作能力，社会实践
	科学素质	科技讲座，科技展览，科技活动
	文体素质	校园活动，文体社团，集体生活，礼仪规范，礼仪服务
	心理素质	心理健康讲座学习，心理健康教育活动
职业发展规划	明确职业定位	职业生涯规划电子书，职业生涯规划大赛
	提升职业能力	创业实践活动，创业就业培训学习，校内外勤工助学，行业调研
	完成职业准备	模拟招聘，企业宣讲会，校园招聘

## 2. 公共基础课程

本专业共有公共基础课程 13 门，包括思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、创新创业教育、就业指导、计算机基础、大学英语、体育、国学、天府文化、成都故事、大学生心理健康教育和现代服务业概论。

表 11 公共课程教学内容及要求

序号	课程名称	主要教学内容	主要教学方法与手段	建议学时
1	思想道德修养与法律基础	坚定理想信念；弘扬中国精神；践行社会主义核心价值观；明大德守公德严私德；尊法学法守法用法。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	48
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	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。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	64
3	形势与政策	党和国家最新的时事与政策。	专题讲授法、案例教学法、互动教学法、启发教学法	48
4	就业指导	就业政策、就业信息、简历制作、求职技巧、模拟面试等方面的指导，帮助学生顺利就业、创业。	翻转教学法、案例教学法、互动教学法、启发教学法等	16
5	创新创业教育	从思维创新到项目产生教学内容：创新技法、希望点与缺点列举法、奥斯本检核表法、信息交合法、六合分析法、头脑风暴法。	讲授法、案例法、头脑风暴、在线卡牌模拟、角色扮演、小组讨论等。	36
6	大学英语	第一学期：涉外日常活动情景(听、说)；涉外业务活动情景(读、写、译)。	输出驱动教学法、情景教学法、交际教学法、线上线下混合式教学等。	130
7	体育	第三套大众健美操锻炼标准 2 级；简化 24 式太极拳；职业体能和素质拓展；分项开展各展球类、舞蹈、体操类课程。	讲授法、游戏练习法、分享讨论法、分组练习法、比赛练习法等	138

8	国学	先秦主要哲学思想传统艺术赏析；传统节日与习俗；传统礼仪与习俗；传统科技与发明创造；汉字与传统文学；宗教常识。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、翻转课堂、混合式教学法等，云班课	30
9	天府文化	天府品格；天府历史；天府之最；天府遗存；天府名人；天府艺术；天府民俗。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、翻转课堂、混合式教学法等，云班课	18
10	成都故事	古蜀文明惊天下；秦汉成都；三国风云南朝烟雨；唐宋成都；明清成都。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、翻转课堂、混合式教学法等，云班课	18
11	大学生心理健康教育	大学生心理健康教育基础理论(健康教育)；自我认知与个性完善(意识教育)；亲子关系辅导(意识教育)；情绪管理与压力应对(挫折教育)；人际交往(社会适应性教育)；恋爱与性心理(成人教育)；生命的意义(生命教育)。	专题讲授法、案例教学法、体验式互动教学法、角色扮演法、行为强化法、团体辅导法	36
12	计算机基础	计算机技术的基本理论和基本常识；熟练掌握 Windows 操作系统的基本功能和操作技巧；熟练掌握 Word、Excel 的基本功能和操作技巧。	讲授法、互动教学法、比赛练习法等。	60
13	现代服务业概论	现代服务业发展现状及趋势、现代服务业规划、现代服务业发展案例分析。	专题讲授法、案例教学法、互动教学法、启发教学法等	18

### 3. 专业课程

本专业共有专业（技能）课程 17 门，其中专业基础平台课程 4 门，其主要教学内容、教学方法和手段、建议学时如下：

#### (1) 主要专业基础课程

表 12 主要专业基础课程教学内容及要求

序号	课程名称	主要教学内容	主要教学方法与手段	建议学时
1	旅游市场营销	旅游市场营销基本理论；旅游市场调查与预测；旅游市场营销组合策略等。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、翻转课堂、混合式教学法等，网络学习平台等。	72
2	旅游创新创业实务	旅游创新创业准备和素质提升；机会挖掘与捕捉；创业计划；团队组建；筹措创业资金；企业运营管理等。	专题讲授法、案例教学法、互动教学法、启发教学法等。	28
3	职业礼仪与形象塑造	日常生活中的礼仪规范；商务礼仪基本原则；常见商务活动礼仪规范等。	讲授法、分享讨论法、分组练习法、比赛练习法等。	34
4	当今旅游业	旅游业发展历史脉络与当今旅游业发展现状；旅游者、旅游资源认知；旅游业的可持续发展等。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、翻转课堂、混合式教学法等，网络学习平台等。	60

#### (2) 专业核心课程

本专业设置有旅行社产品设计、旅游电子商务、旅行社计调业务、旅游网络营销、旅游



项目策划、旅游市场调研与分析等核心课程，其教学内容及要求如下：

表 13-1 旅行社产品设计课程教学内容及要求

课程名称		旅行社产品设计			
学 期	2	学 时	72	授课方式	讲授、训练
学 分	4	考核方式	考试	考试类型	项目+答辩
课程目 标	知识目标	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解旅行社产品的定义；</li> <li>2. 掌握旅行社产品的分类及开发原则；</li> <li>3. 掌握旅行社产品的构成要素和市场定位；</li> <li>4. 掌握旅行社产品策划业务流程及方法</li> <li>5. 掌握“吃、住、行、游、娱”相关服务产品采购的程序、策略及要求；</li> <li>6. 掌握旅游产品价格确定的依据、方法；</li> <li>7. 掌握旅游产品推广策划的要求与方法；</li> <li>8. 掌握定制化旅行社产品设计的技巧和方法。</li> </ol>			
	能力目标	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够依据旅游线路策划的原则为目标顾客进行旅游线路的调整、优化及新产品开发；</li> <li>2. 能够策划旅游产品、安排落实旅游行程、按照行程计划为游客提供服务；</li> <li>3. 能够依据采购程序及要求进行“吃、住、行、游、娱”旅游相关服务产品的采购业务；</li> <li>4. 能够顺利开展与旅游供应商的谈判，进行旅游基础要素采购和管理；</li> <li>5. 能够依据产品价格确定方法进行旅游线路价格确定；</li> <li>6. 能够根据产品的内容和特点，选择适当的推广策略、方法，制定推广方案；</li> <li>7. 会设计旅游产品的宣传海报，设计旅游宣传单；</li> <li>8. 能够根据产品的特点选择适当促销方式并进行旅游产品的推销；</li> <li>9. 能够进行定制化旅行社产品的策划与制作。</li> </ol>			
	素质目标	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 遵纪守法、热爱劳动、崇德向善；</li> <li>2. 具有热爱旅游事业的敬业乐业精神，诚实守信，履行职业道德准则和行业规范；</li> <li>3. 有较强的集体意识和团队合作精神；</li> <li>4. 具有工匠精神；</li> <li>5. 能够保守商业机密；</li> <li>6. 深化地方文化学习，在乡村振兴背景下，提升热爱家乡、建设家乡的热情与意识；</li> <li>7. 在创新创业实践过程中内化中国传统文化；</li> <li>8. 服务社会体现人生价值，促进全面发展。</li> </ol>			
教学内容		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 第一次课；</li> <li>2. 项目 1 “不识庐山真面目”——旅行社常规产品设计；</li> <li>3. 项目 2 “三川风物是家园”——旅行社主题产品设计；</li> <li>4. 项目 3 “乱花渐欲迷人眼”——旅行社定制产品设计；</li> <li>5. 项目 4 “轻舟已过万重山”——综合实训项目；</li> <li>6. 最后一次课。</li> </ol>			
教学建议 (教学方法、教学组织、评价方式等)		项目化教学；过程评价、成果评价和期末评价相结合。			

表 13-2 旅行社计调业务课程教学及要求

课程名称		旅行社计调业务			
学 期	3	学 时	72	授课方式	讲授、训练
学 分	4	考核方式	考试	考试类型	闭卷考试
课程目 标	知识目标	1. 掌握旅行社计调业务的重要性、内容、特点及作用； 2. 掌握旅行社计调人员的工作岗位及其职责； 3. 熟悉计调工作的业务操作流程； 4. 掌握旅行社计调工作的采购流程及方法； 5. 掌握旅行社计调工作的必知的交通常识； 6. 掌握地接旅行社计价、报价工作； 7. 掌握组团社计价、报价工作； 8. 掌握计调工作的发团管理； 9. 掌握计调工作的接团管理。			
	能力目标	1. 有担任计调工作所具备的基本职业素质； 2. 有较高的旅行社旅游线路设计能力； 3. 有与旅行社相关旅游企业合作的能力； 4. 具备旅行社团队成本核算的基本能力； 5. 具备旅行社团队报价的基本能力； 6. 有制定旅行社行程计划的基本能力； 7. 有旅行社计调工作流程操作的基本能力； 8. 有旅行社发团管理的基本能力； 9. 有旅行社接团管理的基本能力。			
	素质目标	1. 强化职业意识。			
教学内容		1. 计调业务的产生与发展； 2. 计调业务的基本原理和内容； 3. 计调部产品设计和行程制定； 4. 计调工作的计价和报价； 5. 计调部的发团管理； 6. 计调部的接团管理； 7. 计调部业务流程； 8. 团队的质量管理。			
教学建议 (教学方法、教学组 织、评价方式等)		理实一体；过程评价和期末考核相结合。			

表 13-3 旅游电子商务课程教学内容及要求

课程名称		旅游电子商务			
学 期	4	学 时	72	授课方式	讲授、训练
学 分	4	考核方式	考试	考试类型	闭卷考试
课程目 标	知识目标	1. 明确旅游电子商务在现代旅游业发展中的作用； 2. 明确旅游电子商务的应用领域及相关学科知识背景； 3. 掌握旅游电子商务基本概念、原理和运作规律； 4. 明确计算机网络、数据库、多媒体、电子支付等技术手段对旅游电子商务的作用； 5. 掌握旅游电子商务的技术方法； 6. 明确旅游电子商务安全控制系统各部分的作用； 7. 明确旅游电子商务安全与法律环境、社会环境的关系； 8. 明确旅游网站的服务优势及某些知名旅游网站的运营模式、服务优势、核心竞争力； 9. 明确旅游目的地营销系统的相关理论； 10. 明确电子商务对旅游分销渠道的影响； 11. 掌握酒店、旅行社、景区景点三类旅游企业的旅游电子商务框架设计。			
	能力目标	1. 具有分析现实生活中旅游电子商务蓬勃发展的原因的能力； 2. 具有分析旅游行业电子商务过程包含的技术手段的能力； 3. 具有分析如何建设我国旅游电子商务的法律环境和社会环境的能力； 4. 具有比较分析我国几个主要旅游网站的业务侧重、运营模式及各自优势的能力； 5. 具有分析直销经济对旅游业产品提供商和中间商的影响的能力； 6. 具有为中小旅游企业撰写网络营销策划书的能力； 7. 具有对典型旅游管理信息系统的熟练操作能力； 8. 能够为旅游目的地营销系统的构建提出建设性方案。			
	素质目标	1. 强化职业意识。			
教学内 容		1. 旅游电子商务应用模式及规划设计； 2. 旅行社电子商务； 3. 旅游目的地电子商务； 4. 酒店电子商务。			
教学建 议 (教学方法、教学组 织、评价方式等)		理实一体；过程评价和期末考核相结合。			

表 13-4 旅游网络营销核心课程教学内容及要求

课程名称		旅游网络营销			
学 期	4	学 时	72	授课方式	讲授、训练
学 分	4	考核方式	考试	考试类型	闭卷考试
课程目 标	知识目标	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。			
	能力目标	4. 具有利用网络工具开展市场调研的能力。 5. 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。 1. 具有网络营销平台综合运用能力。 2. 培养学生基本能力（学习能力、语言能力、信息能力、实践能力）、专业能力和发展能力（如创新创业能力、管理能力）等。			
	素质目标	1. 培养学生适应网上贸易工作的良好业务素质和身心素质，具备一定的网络营销基本素质，增强学生的现代市场竞争意识。 2. 培养学生分析问题、解决问题的实际运用的能力。 3. 培养学生自身可持续发展的能力，在转换岗位职业后在复杂变化的环境中重新获得新的职业知识与技能。 4. 学生应具有较强的政治素质，具有合作精神和创新精神。			
教学内容		1. 网络营销的过去、现在和未来 2. 网络营销战略和绩效考核指标 3. 网络营销调研 4. 互联互通的网络消费者 5. 市场细分战略、目标市场战略、差异化战略、市场定位战略 6. 网络产品与服务 7. 网络产品的价格 8. 互联网与分销渠道 9. 网络营销沟通：自有媒体 10. 网络营销沟通：付费媒体 11. 网络营销沟通：口碑媒体 12. 客户关系管理			
教学建议 (教学方法、教学组织、评价方式等)		理实一体；过程评价和期末考核相结合。			

表 13-5 旅游项目策划课程教学内容及要求

课程名称		旅游项目策划			
学 期	4	学 时	72	授课方式	讲授、训练
学 分	4	考核方式	考试+方案	考试类型	闭卷考试+汇报
课程目 标	知识目标	1. 学习旅游项目策划的概念、类型和基本特征； 2. 熟悉旅游项目策划的基本原理； 3. 学习旅游项目的开发条件及环境分析； 4. 学习旅游项目策划的市场调研； 5. 熟悉旅游地形象策划的内容与方法； 6. 掌握旅游项目的定位方法； 7. 熟悉旅游产品策划及产品设计； 8. 学习旅游项目的品牌及营销策划； 9. 掌握旅游项目运营及管理的基本知识； 10. 案例分析及模拟：主要涉及乡村、景区、度假区、主题公园等主要项目类型。			
	能力目标	1. 能描述旅游项目策划的主要内容和特征； 2. 熟悉旅游项目策划的工作内容及分工； 3. 能对旅游项目的背景、区位及环境分析，并运用工具简单绘图； 4. 能提炼旅游项目的宣传口号、形象定位及功能定位； 5. 能针对不同类型项目开展旅游产品及商品策划； 6. 能运用 WORD 和 PPT 等工具撰写旅游项目策划思路； 7. 能完成项目策划思路的口头汇报。			
	素质目标	1. 策划思维模式的训练； 2. 强化分析问题的能力； 3. 提升口头表达和汇报能力。			
教学内容		1. 旅游项目策划基本概念 2. 旅游项目策划基本原理 3. 旅游项目开发条件及环境分析 4. 旅游项目策划市场分析及定位 5. 旅游项目的产品策划 6. 旅游项目规划设计 7. 旅游项目运营及管理 8. 经典案例分析			
教学建议 (教学方法、教学组织、评价方式等)		理实一体；过程评价和期末考核相结合。			

表 13-6 旅游市场调研与分析课程教学内容及要求

课程名称		旅游市场调研与分析			
学 期	1	学 时	60	授课方式	讲授、训练
学 分	4	考核方式	考试	考试类型	闭卷考试
课程目 标	知识目标	1. 市场调查的功能与机构 2. 市场调查活动的内容 3. 设计调查方案 4. 市场调查质量控制方案 5. 可行性研究 6. 市场调查方法 7. 调查问卷设计 8. 大数据与全面调查 9. 大数据分析 10. 网络市场调查 11. 市场调查报告 12. 市场预测			
	能力目标	1. 掌握市场调查方法 2. 设计市场调查方案 3. 实施市场调查 4. 大数据分析 5. 信息筛选 6. 市场调研与市场预测			
	素质目标	1. 强化职业意识。			
教学内容		1. 旅游市场调查方案设计与实施 2. 数据收集及信息筛选 3. 大数据分析运用 4. 调研报告与结论			
教学建议 (教学方法、教学组 织、评价方式等)		理实一体；过程评价和期末考核相结合。			

#### 4. 实践课程

本专业开设入学入职教育、军训及国防教育、专周实训、SYB 创新创业实践、素质教育活动、顶岗实习（含毕业设计、报告）等实践（实习）项目，以及课堂实践教学环节，总实践学时超过总学时的 50%。其中，实践（实习）项目课程内容及学时分配如下表：

表 14 实践课程内容及学时分配表

实践（实习）项目	实践（实习）目标	实践学时
入学入职教育	帮助学生认识行业发展趋势，提升学生对专业的认识水平，了解专业课程设置；明确校规校纪，自觉遵守学校各项规章制度。	26
军训及国防教育	提高学生的政治觉悟，激发爱国热情，培养艰苦奋斗，刻苦耐劳的坚强毅力和集体主义精神，帮助学生增强国防观念和组织纪律性，养成良好的学风和生活作风。	52
SYB 创新创业实践	了解创办企业的流程和方法，模拟实践创办企业，增强创业实践指导性。	40
素质教育活动	培养学生的人文素养、职业道德、社会适应能力和社会责任感，养成劳动意识、竞争意识和创新创业意识等。	20
顶岗实习 （含毕业设计、报告）	全面系统将专业所学与实际工作结合起来，熟悉具体岗位的业务工作，提升综合分析和解决问题的能力，提升社会适应能力，实现顶岗实习和就业直通。	450
合计		588

#### 八、人才培养模式

“校店网三位一体，前后台双轨并行”人才培养模式的含义是以岗位能力为导向，以任务为驱动，将“校园”、“企业门店”和“旅游电商网络平台”三位一体紧密契合，以校外企业前台和校内实训后台的“前后台一体化”运作为纽带，组织学生在校内旅游创业门店、旅游电商网络平台，校外品牌实习基地实训实习，由学习工作任务→虚拟工作任务→实体工作任务过渡，实践时间与旅游业淡旺季时间同步，实现“岗位对接，能力阶梯，分段式实践”教学组织模式改革。



图1 旅游管理专业人才培养模式运行图

通过构建智慧旅游营销和服务管理人才培养模式，旅游管理专业构建起了“政、行、企、校”多元合作的办学格局，充分发挥利用成都旅游职业教育集团办学体制机制平台，整合旅游管理校企双方优势，提升人才培养质量显著。

### 九、教学进程总体安排

本专业课程总学时 2550 学时、总计 128 学分。课程教学原则上 16-18 学时折算 1 学分，实践教学（校内实训、综合实践）每 20--28 学时计 1 学分。顶岗实习（含毕业设计、报告）每周 15 学时计 0.5 学分。课程学时学分分配情况见下表，教学进程安排详见附录。

表 15 课程学时学分分配表

课程类型	学时分配情况		学分分配情况	
	学时	占比 (%)	学分	占比 (%)
公共基础课程平台	718	28.2	35	27.3
专业基础课程平台	196	7.7	12	9.4
专业方向课程平台	768	30.1	44	34.4
专业限选课	64	2.5	4	3.1
素质拓展课程平台	公共限选课	10.7	4	9.4
	公共任选课		8	
实践课程	536	21.0	21	16.4
合计	2550	-	128	-



## 十、教学实施保障

### (一) 师资队伍

为满足教学需要，确保教学质量，本专业生师比建议为 16 : 1。教师团队由校内专任教师和企业兼职教师构成。

专任教师原则上需要具备本科以上学历，具备课程开发能力，指导学生实践的能力。教师每5年必须累计不少于6个月到企业或生产服务一线实践。专任教师中“双师”素质教师不低于 80 %。

企业兼职教师原则上应为行业内从业多年的专业技术人员，具备较强的执教能力。专业上要为兼职教师提供教学培训机会。对技术革新较快，实践性较强的课程聘请企业兼职教师组成教学团队，共同完成课程教学和实践指导，及时将企业新标准、新技术、新工艺、新流程等融入教学。

表 16 专任教师一览表

序号	姓名	职称	学历/学位	年龄	研究领域	是否双师型	骨干教师/ 专业带头人
1	赖斌	教授	博士研究生/ 博士	44	旅游管理	是	专业带头人
2	洪光英	副教授	硕士研究生/ 学士	49	旅游管理	是	
3	李炼	副教授	硕士研究生/ 硕士	37	旅游管理	是	分院级骨干教师
4	薛佳	副教授	硕士研究生/ 硕士	36	旅游管理	是	院级骨干教师
5	朱婕	讲师	硕士研究生/ 硕士	46	旅游管理	是	分院级骨干教师
6	许孟斯	讲师	硕士研究生/ 硕士	35	旅游管理	是	
7	杨霞	讲师	硕士研究生/ 学士	41	旅游管理	是	
8	黄露	讲师	硕士研究生/ 硕士	36	旅游管理	是	
9	赵婷婷	讲师	博士研究生/ 博士	36	旅游管理	是	

表 17 兼职教师一览表

序号	姓名	职务	工龄	工作单位	承担课程	课时量
1	洪江	主任	10	大旗软件	新生入职教育	2
2	顾琳	出境	22	成都光大国旅	旅行社计调	276

		领队			业务	
--	--	----	--	--	----	--

## (二) 实训条件

### 1. 校内实训室

表 18 校内实训室

序号	实验室/实训基地(中心)的名称	实践教学内容	适用课程	专业群内共享(是/否)
1	旅游大数据实训室	旅游数据信息的获取、分析与运用等	旅游网络营销、旅行社产品设计	是
2	旅行社计调实训室	旅行社产品采购、线路设计等	旅行社计调业务、旅行社产品设计	是
3	旅游标准化工作室	承担博士后创新实践基地产学研合作项目	旅行社产品设计、旅游项目策划	是
4	虚拟现实实训室	虚拟景区展示、虚拟旅游线路策划等	旅游项目策划、旅行社产品设计	是

### 2. 校外实训条件

本专业拥有校外实训基地 10 家，校外实训基地主要为学生专周实训、毕业顶岗实习等提供实践场地、企业指导教师等资源。

表 19 校外实践场所

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	实践教学形式	合作深度	专业群内共享(是/否)
1	成都文旅集团	成都文旅集团	毕业顶岗实习	教学资源共建共享、校企共建实训场所	是
2	国色天乡主题乐园	国色天乡主题乐园	毕业顶岗实习	校企共建实训场所、技术服务	是
3	四川省中国旅行社	四川省中国旅行社	毕业顶岗实习	校企共建实训场所	是
4	成都光大国旅	成都光大国旅	专业认识、毕业顶岗实习	校企共建实训场所	是
5	成都杜甫草堂博物馆	成都杜甫草堂博物馆	毕业顶岗实习	校企共建实训场所	是
6	成都驴妈妈国际旅行社	成都驴妈妈国际旅行社	毕业顶岗实习	校企共建实训场所	是
7	成都蓝龟科技有限责任公司	成都蓝龟科技有限责任公司	毕业顶岗实习	校企共建实训场所	是
8	成都家园国际酒店	成都家园国际酒店	毕业顶岗实习	校企共建实训场所	是
9	成都科华明宇豪雅大酒店	成都科华明宇豪雅大酒店	毕业顶岗实习	校企共建实训场所	是
10	成都京川宾馆	成都京川宾馆	毕业顶岗实习	校企共建实训场所	是

### （三）学习资源

本专业学习资源包括“旅行社产品设计”和“旅游市场营销”精品资源共享课程、3项国家软件著作权、课程电子教材及其配备的教学课件、实践操作流程、教学录像及技能演示录像、理实一体教学、校内仿真实训及校外顶岗实践管理制度、学生实习报告、旅行社法律法规汇编、导游资格考试大纲及模拟习题。

表 20 旅游管理专业教材示例（参考）

序号	课程名称	教材名称	出版社	作者	出版时间	校企开发教材 (是/否)	新形态教材 (是/否)
1	旅游市场调研与分析	市场调查与预测	机械工业出版社	刘常宝	2017/9/1	否	否
2	旅行社计调业务	旅行社计调业务	广西师范大学出版社	叶姪丽	2019/1/1	否	否
3	旅游市场营销	旅游市场营销	东北财经大学出版社	李学芝、宋素红	2016/5/1	否	否
4	旅游创新创业实务	旅游创新创业实务	-	-	-	是	是

表 21 旅游管理专业数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	旅行社产品设计课程平台	<a href="http://course.cdp.edu.cn/meol/index.do">http://course.cdp.edu.cn/meol/index.do</a>
2	旅游大数据实训教学系统	<a href="http://10.1.2.18/cydc/index.do">http://10.1.2.18/cydc/index.do</a>
3	旅游计调实训教学系统	172.18.100.13:8000

### （四）教学方法

根据专业培养目标、课程教学要求、课程特点和学生特点等，应用虚拟仿真等信息技术，创新信息化教学方法与手段。普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式。坚持学中做、做中学，以达到预期教学目标。

### （五）教学评价

采用同行、督导、企业和学生等多维度进行教师评价，以多元评价促进教师教育教学水平。对学生的学业考核评价内容应兼顾认知、技能、情感等方面，各门课程明确评价标准、评价主体、评价方式、评价过程等。加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

### （六）质量管理

在学院与分院（部）两级的质量保障体系下，以保障和提高教学质量为目标，运用系统

---

方法，依靠学院与分院（部）两级，和专业教研室的组织结构，统筹考虑影响教学质量的主要因素，结合各级教学诊断、质量年报等形式，自主保证本专业人才培养质量的工作，统筹各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的专业质量管理机制。

### **十一、毕业要求**

修满本专业毕业要求的最低学分：128 学分

### **十二、继续专业学习深造建议**

高职旅游管理专业毕业生继续深造的渠道主要有以下四种：

- 1、专升本：需要参加统一的专升本考试；
- 2、成人高招：需参加全国统一成人高考；
- 3、自学考试：可选择的专业为旅游管理。
- 4、网络学习：通过网络教育等继续教育形式学习。

### **十三、其他需要说明的内容**

#### **（一）建议取得的证书**

计调师证书、营销师证书、电子商务师证书等。

#### **（二）专业相关国家标准**

1. 《旅行社旅游产品质量优化要求》
2. 《包价旅游产品说明书编制规范》
3. 《旅行社在线经营与服务规范》
4. 《研学旅行服务规范》

### **十四、附录（教学进程表）**

#### **（一）教学进程表**

#### **（二）实践环节及时间表**

#### **（三）实践环节**

表一:

旅游分院(部)2019级 旅游管理专业 学分制指导性教学进程表(三年制)

学 年	—						总课时	学时分配		学分	考查 学期	考试 学期	课程类型 (A/B/C)	专业核 心课程 (用★表示)	备注
	1	2	3	4	5	6		理论 课时	实践 课时						
学 期	15	18	18	18	7	0									
理论教学周数	15	18	18	18	7	0									
课程名称															
公共基础 课程平台	思想道德修养与法律基础	3					48	42	6	3		1	A		
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		4				72	72	0	4		2	A		
	形势与政策				2		48	48	0	1	2		A		1-2学期课堂授 课 3-4学期讲座
	创新创业教育		2				36	18	18	1.5	2		B		
	就业指导				2		14	7	7	0.5	5		B		
	计算机基础	4					60	25	35	4	1		B		
	大学英语	4	4				132	52	80	8	1	2	B		
	体育	2	2	2	2		138	18	120	6	1-4		B		
	国学	2					30	30	0	2	1		A		
	天府文化		1				18	18	0	1	2		A		第1-9周
	成都故事		1				18	18	0	1	2		A		第10-18周
	大学生心理健康教育			2			36	36	0	2	2		A		
	现代服务业概论						16	16	0	1	2		A		讲座
	小计	15	14	4	2	4	0	666	400	266	35				
公共课程平台共	35							718	学时	占		28.2%			
专业基础 课程平台	当今旅游业	4					60	50	10	4		1	B		
	旅游市场营销			4			72	60	12	4		3	B		
	职业礼仪与形象塑造		2				36	12	24	2	2		B		
	旅游创新创业实务					4	28	16	12	2	5		B		
	小计	4	2	4	0	4	0	196	138	58	12				
专业基础课程平台毕业学分	12							196	学时	占		7.7%			
专业方向 课程平台	旅游市场调研与分析	4					60	30	30	4		1	B	★	
	旅游项目策划				4		72	36	36	4		4	B	★	
	中国旅游地理	4					60	40	20	4		1	B		
	客源国概况		4				72	52	20	4	2		B		
	旅行社产品设计		4				72	36	36	4		2	B	★	
	旅游英语			4			72	36	36	4		3	B		
	旅行社计调业务			4			72	36	36	4		3	B	★	
	office高级应用			4			72	12	60	4		3	B		
	旅游网络营销				4		72	36	36	4		4	B	★	
	旅游电子商务				4		72	34	34	4		4	B	★	
	计算机辅助设计(PS、AI)				4		72	12	60	4	4		B		
小计	8	8	12	16	0	0	768	360	404	44					
专业方向课程毕业学分	44							768	学时	占		30.1%			
专业限选 课程	旅游分院限选(7选1)				2		36	20	16	2	4		B		
	旅游分院限选(7选1)					4	28	14	14	2	5		B		
	小计	0	0	0	2	4	0	64	34	30	4				
专业限选课共开设	4							64	学时	占		2.5%			
公共选修 课程	公共限选课		4				72	72	0	4	2				※创新创业拓展※ ※大数据分析实务※ ※文化创意与策划※ ※财富文化※限选
	公共任选课			4	4	8	200	200	0	8	3、4、5				公共任选课任选 2门,见学院选修课 表
	小计	0	4	4	4	8	272	272	0	12					
任选课共	12							272	学时	占比		10.7%			
周学时总计	27	28	24	24	20	0									
每周开出课程总门数	8	10	7	7	5	0									
课堂教学总学时=理论学时	1204						1346	=	2550						
课堂教学最低总学分	107								毕业学分	128			学分		

表二：

旅游分院（部）2019级 旅游管理专业 教学环节时间表（三年制）

项目 周数 学期	课堂教学	专业实践教学	入学入 职教育	军训及 国防教育	SYB创新创 业实践	顶岗实习（含毕 业设计、报告）	考核	假期	小计
一	15		1	2			1	1	20
二	18						1	1	20
三	18						1	1	20
四	18						1	1	20
五	7				1	10	1	1	20
六	0					20			20
<b>总 计</b>	<b>76</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>30</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>120</b>

表三：

旅游分院（部）2019级 旅游管理专业 实践环节表（三年制）

实践（实习）项目	实践学时	实践学分	实践周数	各学期实践周数						备注
				一期	二期	三期	四期	五期	六期	
入学入职教育	26	0.5	1	1						
军训及国防教育	52	1.5	2	2						包含军事理论教育
SYB创新创业实践	40	1	1					1		
素质教育活动	20	3								根据学生成长规律安排在6个学期内完成
顶岗实习（含毕业 设计、报告）	450	15	30					10	20	
<b>合 计</b>	<b>588</b>	<b>21</b>	<b>34</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>20</b>	