

附录二

广东财贸职业学院

数字创意学院

智慧旅游应用技术专业

人才需求调研报告

人才需求调研报告

（一）调研目的和意义

本次调研的目的是为了全面了解当前智慧旅游行业的发展趋势、技术革新，明确智慧旅游应用专业技术人员的能力结构。同时深入了解智慧旅游应用专业技术人才在当前和未来市场的需求情况，分析人才需求的动态变化，以及行业对此类人才的具体需求。

通过深入分析，旨在为学校的专业设置、课程开发、教学模式改革及学生职业规划提供科学依据，促进教育与产业的深度融合，培养符合行业需求的高素质技能型人才。根据当前的技术发展趋势和市场需求，预测未来的就业机会和可能的变化，为学生提供职业规划指导，提升毕业生就业竞争力。通过培养和吸引智慧旅游技术人才，促进地方旅游业的转型升级，带动相关产业链的发展，助力智慧旅游行业的持续健康发展。

（二）调研组织

本次调研由数字创意学院智慧旅游应用技术教研室牵头，通过查阅公开资料、实地访谈、行业研讨会等多种形式，对文旅行业企业、高校等进行广泛而深入的调研。最终形成具有实际操作意义的调研报告，确保调研结果的广泛性和深入性，更好地服务于智慧旅游行业的人才培养和行业发展。

详细调研组织包括：连山蒙峒古村旅游服务有限公司、宋城演艺发展股份有限公司、上海亚湾酒店管理有限公司、广州天河希尔顿酒店、广州南沙大酒店、佛山市南海樵山文化旅游发展有限公司、广东工程职业技术学院、浙江旅游职业学院、广东轻工职业技术学院、广西国际商务职业技术学院、广州番禺职业技术学院、湖南高尔夫旅游职业学院等文旅行业企业、高校。

（三）行业现状和人才需求情况

在社会经济发展和人们旅游体验要求提高的背景下，随着信息技术的快速发展和旅游业的转型升级，依托大数据、云计算、物联网、人工智能等现代信息技术，智能化、个性化、绿色化的智慧旅游已成为行业发展的新趋势，智慧旅游以其个性化和精准化的服务受到青睐。

旅游行业对具备信息技术应用能力、旅游业务知识、数据分析处理、项目策划实施及跨文化交流等综合能力的复合型人才需求日益增长，特别是在智慧景区建设、旅游大数据分析、个性化旅游产品设计、智能客服系统维护等领域存在较大人才缺口。同时，《智慧旅游创新发展行动计划》指出，强化应用导向，加强智慧旅游职业教育建设，鼓励建设智慧旅游技术

应用重点院校,建立健全智慧旅游人才培养机制,打造一支与智慧旅游发展相适应的高素质人才队伍。智慧旅游技术应用专业作为教育部职业教育专业目录中的新增专业,体现了教育面向现代旅游产业体系的调整和“十四五”时期智慧文旅内容的具体体现。智慧旅游技术应用专业旨在培养具备行业技术新技能和旅游行业新知识的复合型人才,满足各类旅游企业如旅行社、酒店、景区、餐饮、旅游电子商务等的岗位人才需求。

（四）职业岗位（群）的情况

随着信息技术的飞速发展,尤其是大数据、人工智能、物联网等技术的广泛应用,智慧旅游领域涌现出了众多新的职业岗位。智慧旅游技术应用专业毕业生可从事的职业岗位包括但不限于:智慧景区讲解、旅游产品销售、旅游电子商务师、在线旅游专员、旅游定制师、研学导师。同时,随着智慧旅游产业的不断发展,新的职业岗位也将不断涌现,相关职业岗位将更加丰富,对人才的需求也将持续增长。

表 1 智慧旅游技术应用专业主要职业岗位（群）

岗位（群）	岗位（群）核心能力
旅 游 企 业 接 待	能够做到礼仪接待,规范操作;
	能够热情、微笑服务每位咨询的旅游者,解答疑问,并做好相关记录;
	能够做好客户资源档案,进行定期客户回访;
	能够及时处理相关客户意见和投诉
旅 游 免 税 购 物 接 待	能够完成新顾客的接待及入会邀约,门店活动推荐;
	能够向老客户推荐合适产品,介绍产品的特点和优势,完成销售任务;
	能够完成专柜会员管理及维护工作;
	能够负责柜台及门店日常管理,包括货品陈列、日常清洁、库存管理、销售台账报表制作等
导 游 接 待	能够熟悉接待计划,落实接待事宜,做好物料、语言和知识的准备;
	能够独立完成旅游团接站服务;
	能够独立完成旅游团入店服务;
	能够独立完成旅游团游览服务
	能够独立完成旅游团送站服务
计 调	能够负责日游/长线游出行的行程安排,包括交通、住宿、服务人员、门票、餐饮等;
	能够操作旅游团队,落实好在旅游过程中的各项工作安排;

	能够及时解决旅游过程中所发生的行程或票务等问题，保证旅游团队质量
旅 游 产 品 销售	能够开展旅游产品预订业务；
	能够分析市场信息，联系客户，扩大销售网络，及时向上级汇报工作；
	能够将旅行社预订信息及时传达至各部门，准确控制旅游产品销售状态，正确处理客人预订变更、取消、婉拒事宜，保证销售预订的准确性；
	能够正确处理客人投诉和预订纠纷。
外联业务	能够收集客户需求，并反馈给旅行社；
	能够拓展市场，找到潜在客户；
	能够与旅游客户进行业务联系，产品推介；
	能够洽谈、销售旅游产品，达成合作意向，签订合同
线路策划	能够完成旅游线路的设计和编排；
	能够与地接社的联系，落实成本核算，报价，行程安排等；
	能够策划、开发新的旅游产品路线，提升营销和推广
酒店销售	能够根据销售策略和市场计划完成销售任务；
	能够控制销售费用，配合宾馆实施市场开发计划；
	能够进行市场开拓，发展潜在客户，建立良好稳固的客户关系；
	能够了解客户动态，收集并维护客户并做到每月整理资料，保证销售信息准确
前厅服务	全面了解前厅服务工作:前台接待、客房预订、前台收银、礼宾服务、商务中心服务、总计服务
	熟练操作与前厅工作的相关内容
	能较好地与其他部门沟通协调，并有效处理和应对各种突发事件
	熟练的运用英语与顾客进行有效沟通，并有效地解决客人投诉的问题
	能准确无误的完成账单结算
客房服务	准确掌握客房清洁标准
	准确、熟练地掌握铺床技能
	准确掌握洗衣服务、小酒吧服务、擦鞋服务、加床服务、托婴工作流程和服务
	掌握针对性服务的要求，具有较强的安全服务意识
	掌握客房设备用品的使用、维护及管理要求
餐饮服务	熟练掌握中西餐服务的工作流程和标准

	熟练掌握中西餐摆台、菜单制作、调酒等技能
	熟悉各种酒水的特性、饮用方法和制作方法
	准确把握餐饮服务礼仪的要求，可以根据客人需求进行菜品酒水的搭配和组合
	熟悉宴会服务流程
酒店人力资源	有效预测酒店人才需求，根据内部和外部环境的变化为酒店合理配置岗位
	掌握各岗位人才招聘和甄选的方法及应用技巧
	能针对需求合理的设计员工培训项目并对员工进行有效的培训
	能合理评定员工薪酬等级
景区市场调查	应掌握市场调查的基本方法，能进行市场调查方案设计，完成调查问卷的设计；
	能进行调查资料的整理、分析，并撰写市场调研报告。
景区市场促销	应具备促销和推销的基本技能，掌握网络营销的基本方法；
	具备与旅行社等中间商进行营销沟通的基本能力。
景区策划与推广	应能设计景区形象诊断专题问卷，并初步对形象要素进行分析提炼；
	掌握景区宣传口号设计的基本方法，可利用软件设计景区 LOGO。
	应能撰写小型活动策划文案及实施方案。

这些岗位需要具备扎实的旅游专业知识、信息技术基础以及良好的团队协作能力。为了更好地适应这些岗位的需求，智慧旅游应用技术专业的学生应当具备以下能力和素质：

- 1.专业知识: 掌握旅游行业的基本知识和专业技能，了解行业发展趋势。
- 2.技术能力: 熟悉并能够应用智慧旅游相关的技术，如大数据分析、人工智能、物联网等。
- 3.创新能力: 具备创新思维，能够设计新颖的旅游产品和服务。
- 4.沟通能力: 良好的沟通和协调能力，能够在团队中发挥作用。
- 5.实践经验: 通过实习实训等方式积累实际工作经验，提高职业技能。

（五）职业资格和行业规范要求情况

目前，智慧旅游技术应用专业人才的职业技能等级证书/技能认证主要包括：

1. 导游资格证
2. 旅游大数据分析职业技能等级证书
3. 旅行策划职业技能等级证书
4. 定制旅行管家服务职业技能等级证书
5. 研学旅行策划与管理职业技能等级证书

6. 普通话水平测试等级证书
7. 新媒体运营职业技能等级证书
8. 新媒体营销职业技能等级证书

同时，随着行业标准的不断完善，对于数据安全、用户隐私保护、信息无障碍等方面也有了更为严格的规定，要求从业人员必须遵守相关法律法规及行业规范。

（六）中高职学校课程设置情况

当前，部分中高职院校已开设或计划开设智慧旅游相关专业，课程设置趋向于理论与实践相结合，涵盖智慧旅游技术概论、中国旅游文化、旅游消费心理学、旅游管理基础、旅游新媒体营销、Python 程序设计基础、旅游平面设计、研学旅行、旅游企业客户关系管理等课程，旨在培养学生的综合应用能力和创新思维。

据查阅公开资料发现，智慧旅游应用技术专业的中高职学校课程设置情况反映了教育领域对于新兴行业需求的快速响应和积极适应。以下将分析这些课程设置的特点、内容以及其背后的教育理念：

1. 课程内容的综合性：（1）课程内容不仅涵盖了旅游业务的基础知识，如旅游市场营销、旅游概论等，还包括了智慧旅游相关的技术技能，如旅游大数据应用、智慧景区设计与运维等。（2）通过引入“1+X”证书考核标准，强化学生的互联网思维和数字安全意识，课程设置体现了对跨学科知识融合的重视。

2. 教育模式的创新：（1）课程设置根据行业发展动态进行调整，保持教学内容的时效性和前瞻性。（2）通过与企业的合作，引入企业资源和技术，为学生提供实习实训机会，增强课程的实用性和职业针对性。

3. 就业导向的明确：（1）课程设置明确对应行业岗位需求，如导游、电子商务、智慧旅游技术应用等，确保学生毕业后能够迅速适应工作岗位。（2）鼓励学生取得与专业相关的职业资格证书，提高其在就业市场的竞争力。

（七）学生学习状况

调研结果显示，学生对于智慧旅游应用技术专业的学习兴趣浓厚，但部分学生在实践能力和创新能力方面存在不足。为了提高学生的综合素质和就业竞争力，学校需要加强实践教学和创新创业教育，提高学生的实践能力和创新意识。同时，还应加强校企合作，提供更多实习实训机会，以提升学生的实践能力和就业竞争力。

（八）调研结论

根据查阅公开资料、实地访谈、行业研讨会等多种形式调研得出调研结论如下：

1. 智慧旅游行业的人才需求旺盛：随着智慧旅游行业的快速发展，对专业技术人才的需求量大且持续增加。特别是在旅游平台、电子商务、大数据分析、市场营销等领域，需要大量具备专业知识和技能的人才，特别是对具备综合技能的复合型人才有着迫切需求。

2. 智慧旅游行业的岗位类型多样：智慧旅游领域涌现出多种新的职业岗位，如智慧景区设计与运维、旅游大数据分析、智慧旅游产品设计等，这些岗位要求人才不仅要有传统旅游知识，还需掌握相关的技术技能。学校应紧密对接行业需求，优化课程体系，强化实践教学，加强与企业的合作，构建产教融合的培养模式，以更好地满足行业发展的需要。

3. 智慧旅游行业的技术更新迅速：由于科技的快速发展，智慧旅游行业的技术更新换代速度非常快，这要求从业人员必须具备快速学习和适应新技术的能力。

4. 智慧旅游行业的实践经验重要：企业普遍欢迎具有实践经验的毕业生，因此学校教育应加强与企业的合作，提供实习实训机会，帮助学生提前适应工作环境。

（九）对策与建议

根据调研结果，从多个维度进行深入探讨，以确保人才培养与行业需求相匹配，促进智慧旅游行业的健康发展。以下是一些关键的对策和建议：

1. 加强产学研合作：建立稳定的校企合作机制，使教学内容与企业实际需求紧密结合，增加实习实训基地，为学生提供实习实训机会，提升学生的实战经验。加强与行业企业的合作与交流，及时了解行业发展趋势和市场需求变化，为学校的专业发展战略提供数据支持。

2. 更新课程体系：根据行业发展趋势和技术革新，定期更新课程内容，引入最新的智慧旅游技术和理论调整和优化课程设置，注重实践能力的培养和创新创业教育的开展，提高学生的综合素质和就业竞争力。鼓励企业参与课程开发和教材编写，确保教育内容的时效性和实用性。

3. 培养创新与创业能力：鼓励学生参与行业竞赛、创新创业项目，激发创新思维和解决实际问题的能力，鼓励学生将理论知识转化为实际的商业计划或产品。

4. 引导学生考取相关职业资格证书，提高就业市场的认可度。

5. 加强职业规划教育，帮助学生明确职业定位，提升就业指导服务质量。

智慧旅游技术应用专业人才培养方案

一、专业名称及代码

- 专业名称：智慧旅游技术应用
- 专业代码：540111
- 所属专业群：数字创意专业群

二、入学要求

- 要求：普通高级中学、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

- 年限：学制 3 年，弹性学习不超过 6 年

四、职业面向

学段	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	职业技能等级证书、社会认可度高的行业企业标准和证书举例
高职	旅游大类（54）	旅游类（5401）	旅行社及相关服务（L7291）、游览景区管理（N786）、游、乐园（R902）、休闲观光活动（R903）、住宿和餐饮业（H）	住宿服务人员（4-03-01-00）、导游人员（4-07-04-01）、讲解员（4-13-01-03）	景区、乐园、酒店、旅行社和旅游信息技术服务	数据分析员资格证书 新媒体运营证书 导游资格证书

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，适应大数据、人工智能、移动互联网、云计算等背景下文旅企业转型对文旅人才的需求，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；适应旅游景区、乐园、酒店、旅

行社和旅游信息技术等生产、建设、管理、服务第一线，能够从事智慧旅游产品开发、数字化营销、OTA运营、新媒体运营、旅游数据分析、销售策划创意、旅游定制师、导游等岗位工作的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，总体上须达到以下要求：

1.坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2.能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握信息安全、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解中国旅游文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备社责任感和担当精神，具备良好的立信传统文化认知和职业诚信素养；

3.掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的政治理论、中华优秀传统文化、应用文写作、经济应用数学、外语（英语等）等文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养，具备职业生涯规划能力；

4.具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习一门外语（英语等）并结合本专业加以运用；

5.掌握现代信息技术、旅游服务、经济管理、旅游业管理等方面的专业基础理论知识，具体包括：

（1）掌握旅游、大数据、市场营销、企业管理等基础知识；

（2）掌握旅游概论、智慧旅游运营与管理、酒店数字化运营、旅游网站管理与运营、旅游新媒体运营与管理等理论知识；

（3）掌握大数据技术、数据库技术等基础知识；

（4）掌握旅游产品开发设计的基础知识。

6.掌握本专业技术技能，具有相关的业务处理能力或实践能力，包括：

（1）掌握智慧旅游景区工作技能，具有使用智慧化旅游景区管理系统的技能；

（2）掌握旅游企业大数据分析与管理的能力，具有对数据进行收集、清洗、分析、挖掘和可视化输出的能力；

（3）掌握旅游新媒体营销的技能；

（4）具有熟练使用酒店数字化管理系统的技能；

（5）理解旅游产品的种类和特点，包括旅游线路、景点门票、酒店住宿、交通，了解旅游服务的提供方式和流程，包括旅行社服务、导游服务、餐饮服务；

（6）具备规划旅游行程的能力，包括路线设计、景点选择、交通安排等，能够组织和安排旅游活动，包括团队活动、文化交流、特色体验等；

（7）熟悉相关旅游法律法规，包括旅游合同法、导游管理条例等，能够遵守和执行相关安全管理规定，保障客户和员工的安全；

（8）能够协调各方资源，包括酒店、景点、交通等，确保旅游活动的顺利进行，具备一定的团队管理和组织能力，能够有效地领导和管理旅游团队。

7.具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握旅游职业领域数字化技能：

（1）掌握现代化办公系统应用技术，能运用计算机办公系统进行 WDRD 排版、EXCEL 应用、PPT 制作；

（2）具有现代办公设备的应用技能，能熟练使用先进办公设备处理文件打印、复印、扫描等日常工作。

8.具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

9.掌握基本身体运动知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

10.掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

11.弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

六、课程设置及要求

（一）人才培养模式

以党建引领专业建设，坚持立德树人，与龙头企业共建产业学院，以旅游文化和智慧旅游技术赋能专业建设，将人才培养与产业需求高度契合。立足职业教育特征，构建职教本科等多层次纵向贯通的人才培养体系。校企深度合作，构建产业与专业群、技术与课程体系、业务与实践教学体系、企业专家与双师队伍建设、岗位与就业体系等“五对接”的创新人才培养模式。

1. 校企共建产业学院，实现产业与专业群对接

联合行业领军企业共建产业学院，为学生提供真实业务和环境的实训；重点研究大数据、云计算、人工智能等前沿技术在文旅行业的运用，在人才培养和技术技能服务等方面契合旅游产业发展，助力旅游产业变革和创新。

2. 深化引企入教，实现技术与课程体系的对接

聚焦大数据、云计算、人工智能等新技术，改造传统课程，开发新课程，注重培养学生的旅游、计算机、互联网思维和能力。按照书证融通、课证融通的思路，对专业相关等课程进行改造和重构，实现学历教育证书与职业技能等证书相融通。利用虚拟仿真、大数据等技术，建成一批技术含量高、共享程度高、辐射带动力强的在线开放课程群、资源群。

3. 开展生产性实习实训，实现业务与实践教学体系的对接

与希尔顿酒店、宋城演艺集团等行业领军企业，共建共享生产性实训基地，优化和完善课程实训开展，使用真实场景的实训基地，对应产业链中的智慧景区、智慧酒店、旅行社等业务链，让学生在真实情境中掌握知识，缩短理论知识与实际操作的距离，形成智能化的实践教学体系。

4. 利用企业培训资源，实现企业专家与双师队伍建设的对接

推动与大中型企业合作建设“双师型”教师培养培训基地，实施高层次人才“引聘培组”计划，引进企业领军人才，培育专业带头人和骨干教师，组建高水平的教产学研创新团队。产学研结合，定期安排专业教师下企业实践和挂职锻炼，培养教师“一专多能”，聘请行业企业大师名匠兼任任教，组建具有高超技术的高水平双师队伍。

5. 以产业需求为导向，实现岗位与就业体系的对接

发挥中国酒店协会、中国导游协会等行业组织的人才需求预测和职业能力评价作用，把市场供求比例、关联岗位就业质量作为智慧旅游专业群结构调整的重要依据，做好与企业人才供求对接。

（二）课程体系设计

1. 课程设计及实现路径

基于人才培养模式，实现文化与技术双赋能，通过素养培育与技术培育的实现过程，完成职业发展能力的培养。开发契合产业升级带来的新技术、新岗位、新业务，推进专业课技术赋能升级换代，推动技术赋能课程及课程内容逐步提高。以课程思政为引导，将思政元素、职业素养、学校文化，旅游文化的精神内涵融入专业课程，培养高素质复合型职业人才。素养能力的培养通过公共基础课程、旅游职业显性素养课程（旅游文化）和隐性素养课程（课程思政），实现职业素养的培养。为了更好地实现智慧旅游时代对于旅游从业人员的技术要求，课程体系的技术路径通过显性技术课程（旅游大数据分析、旅游企业信息管理系统、智慧旅游产品开发等）和隐性技术课程实现。隐性技术课程将智能技术与传统的旅游课程融合，以旅游业务场景为载体，以技术实现为手段，实现“旅游业务+智能技术”的课程体系设计。

2. 专业课程体系建设思路

智慧旅游技术引用专业面向就业岗位为智慧旅游景区、旅游互联网企业、智慧酒店及餐饮、旅行社等的基层业务员、新媒体营销、大数据分析、智慧旅游产品开发与应用等岗位（群）。在培养学生基本职业素养的基础上，通过旅游文化、管理学基础、智慧旅游技术应用等课程完成文旅岗位职业能力和基本业务

处理能力的培养；通过商务数据分析、Python 程序设计基础、数据库原理及应用、旅游大数据应用等课程强化大数据分析能力；通过旅游市场营销、数字营销推广、新媒体营销、旅游短视频创作等课程完成旅游企业新媒体营销运营与管理等岗位职业能力培养；通过智慧旅游产品设计、旅游平面设计课程、旅行策划等课程完成旅游产品设计师岗位职业能力培养；通过旅行社经营与管理实务、旅游景区管理与运营课程拓展智慧景区与旅行社的运营管理实务能力的培养；通过餐饮服务与管理和酒店管理信息系统课程拓展智慧酒店及餐饮的运营与管理能力。

3.实践教学体系设计

实践教学体系基于岗位核心工作能力设计，按照单项技能训练、岗位综合能力训练和数字化系统实操、训练递进的顺序设计。对于每一门专业课程，均以工作任务为导向，完成单项技能训练。文旅企业模拟经营、文旅岗位综合实训，实现对岗位综合能力的训练，通过企业课堂和岗位实习完成训练。

(三) 课程描述

1.公共基础课程

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
1	思想道德与法治（一）-（二）	3	48	1.帮助学生理解马克思主义世界观、人生观、价值观、道德观和法治观的基本原理。 2.帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，引导学生尊重和维护宪法法律权威，帮助大学生提高思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。	针对新时代大学生成长过程中面临的思想道德和法律问题，主要包括马克思主义人生观、理想信念、中国精神、社会主义核心价值观、社会主义道德观特别是职业道德教育、中国特色社会主义法治观教育等内容。
2	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	1.帮助学生理解习近平新时代中国特色社会主义思想的重大意义、科学体系、丰富内涵、精神实质、实践要求。 2.引导学生深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿的马克思主义立场观点方法。 3.帮助学生增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。	主要讲授习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、新时代坚持和发展中国特色社会主义的总目标总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、全面推进国防和军队现代化、中国特色大国外交、坚持和加强党的全面领导等内容。
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	1.帮助学生准确把握马克思主义中国化的历史进程和理论成果，理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系。 2.引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好，坚定“四个自信”。	以马克思主义中国化为主线，主要讲授马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位、指导意义和实践要求，包括“毛泽东思想”、“邓小平理论”、“三个代表”重要思想、科学发展观和“习近平新时代中国特色社会主义思想”三个部分。
4	形势与政策（一）-（六）	1	48	帮助学生准确理解党的理论创新最新成果、国内国际形势及党和国家决策部署，引导学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地，坚定“四个自信”。	主要讲授党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观、政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点问题。

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
5	劳动教育（一）-（二）	1	16	1.提高学生的劳动能力，丰富学生的劳动知识技能，增强学生劳动创新创造技能。 2.教育引导学生树立正确的劳动价值观、崇尚劳动、尊重劳动，培养学生爱岗敬业的工作态度，增强学生责任意识，提升学生综合职业素养。	通过有目的、有计划地组织学生参加日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动，实现技术赋能。学生通过自我劳动、义务劳动、勤工俭学、社会实践、志愿服务、企业实践等，让学生动手实践，出力流汗，接受锻炼，磨炼意志。
6	体育与健康(一)-(四)	6	120	通过合理的体育教育和科学的体育锻炼过程，达到增强体质、增进健康和提高学生体育素养，养成良好的行为习惯，形成健康的生活方式，培养良好的体育道德和合作精神。	健身运动的基本方法和技能；常见运动创伤的处理方法；体能测试和评价体质健康状况；全面发展体能的知识与方法；人体需要的健康营养食品等。
7	大学生心理健康教育(一)-(二)	2	32	使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、情绪调控能力，挫折应对能力、自我调节能力，切实提高心理素质，培养学生自尊自信、理性平和、积极向上的健康心态，促进学生心理健康素质与思想道德素质、科学文化素质协调发展。	心理学有关理论和基本概念；心理健康的标准及意义；大学阶段人的心理发展特征及异常表现，自我调适等基本知识；心理调适技能、自我探索技能、环境适应技能、生涯规划技能、学习发展技能等。
8	大学生职业生涯规划	1	16	使学生能正确认知自我，了解职业环境和社会需求，树立正确的择业观，掌握求职技巧，提高自身的就业竞争力和职业素养。	职业生涯规划步骤；自我认知的霍兰德人职匹配测试法、MBTI人格特征测试法、技能测试方法以及价值观测试方法和职业测评法；职业认知的生涯人物访谈法、招聘信息分析法；职业目标确立的 SMART 原则和目标的树型分解法；就业信息的搜集渠道和方法、求职材料的制作和投递方法、笔试及面试流程及技巧；求职过程中常见的侵权、违法行为；就业形势、了解就业政策法规。
9	就业指导	1	16	使学生认识自己，了解职业特性、专业要求和就业形势，帮助学生树立正确的职业理想和择业观念，合理规划自己的职业生涯；通过职业意识的训练与指导，掌握求职择业技巧，提高就业能力和职业素养，为择业、就业和自主创业做好充分的准备。	自我认知的途径和方法；了解职场的元素，认识职场的途径和方法；理解职业生涯规划及做好职业生涯规划对自己学业和人生事业的重大意义；现实的就业形势与政策法规；就业信息搜索方法，求职择业的方法与技巧；就业心理问题自我调适的方法和技巧；入职面试、笔试等的技巧和原则。
10	创新创业教育（一）-（二）	2	32	使学生掌握创新思维、创新技法和创业基础知识等知识和专业创新实践等技能，提升团队协作和管理、增强创新意识、提高综合素养等方面关键能力，培养学生主动适应国家社会经济发展和人的全面发展需求，正确理解创新与职业生涯发展的关系，树立正确的价值观和就业观。	创新意识的含义、作用及类型；创新与创业的关系；常见的创新技法；创业所需的基本知识；创业者的人格特质；创业精神的内涵和培养方式；创业构想及产生途径；创业团队的概念、成长特征，团队的冲突管理和制定方法；商机识别的主要影响因素和识别过程；商业风险的类型和防范方法；股权融资与债权融资，握融资的渠道，熟悉融资的过程等。
11	军事理论与技能训练	3	128	使学生掌握基本军事理论，增强国防观念，国家安全意识，初步掌握我国军事理论的主要内容等知识和军事训练等技能，培养学生学习和独立思考的能力，增强学生的参军报国想法、国防观念、国家安全意识，弘扬爱国主义精神，传承红色基因等方面关键能力，提高学生国防综合能力方面的职业素养。	国防、现代国防含义及类型，我国国防历史和现代化国防建设的现状；国家安全的内涵和原则、世界军事及我国周边环境；军事思想的形成和发展过程，我国古代军事思想、毛泽东军事思想、邓小平和江泽民新时期军队建设思想、胡锦涛国防和军队建设思想以及理解习近平强军思想的科学内涵和主要

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
					内容；战争的内涵、特点、发展历程，新军事革命的基本内涵、发展演变，机械化战争、信息化战争的形成、主要形态、特征、代表性战例和发展趋势；各国信息化作战平台的发展现状；信息化杀伤武器对现代战争的影响。
12	应用文写作	2	32	使学生掌握职场公务应用文和个人人际交往应用文的基本技能，包括通用类文书、党政公文、商务活动文书、契约文书等文种写作理论知识和写作技巧、文档处理技能，提升逻辑思维、品读、分析、书面交际等方面关键能力，形成具有较强政治素养、恪守法规意识、务实严谨、规范写作的职业素质。	了解应用文的性质、特点、写作基本要求；区别应用语体与文学语体的不同；职场公务处理和个人交往活动中“必需、够用”文种的写作基本理论、写作技巧；能写作规范的应用文；运用各类文种处理事务，解决实际问题。
13	大学英语（一）-（二）	4	64	促进学生英语学科核心素养的发展，培养具有中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。	英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识；英语听、说、读、看、写、译技能；识别、运用恰当的体态语言和多媒体手段；根据语境运用合适的策略，理解和表达口头和书面话语的意义，有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务等。
14	智慧财经素养	2	32	使学生掌握国民收入与分配、个人收入、金融投资、消费、社会保障、创新创业、财经法律、国际经济与发展趋势等知识和税务筹划、债务管理、保险规划、财务规划等技能，培养学生家庭财务分析、家庭资产配置、家庭风险管理等方面关键能力，帮助学生形成风险管理意识、懂财经法、懂财务管理的职业素质。	国民经济统计指标的内涵及其相互关系；财政收入、财政支出的含义、形式和分类，财政收入和支出的类别和范围；投资产品的收益和风险；收入的类别；个人或家庭可支配收入计算方法；投资产品的种类和特点；运用无差异曲线和预算约束线分析消费情况；信贷的概念和分类；社会保障的体系结构；社会保险和商业保险的联系与区别；了解保险合同的基本内容；劳动合同的内容，劳动合同解除的相关规定；劳动维权的途径；生活中遭遇消费侵权与维权；汇率的含义、标价方法、种类，区分直接标价法和间接标价法；影响汇率变动的主要因素以及汇率变动对经济的影响；区块链的定义及常见术语等；

2.专业（技能）课程

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
1	旅游市场营销	2	32	1. 了解旅游市场的发展趋势、竞争格局、客户需求和行业规范，掌握相关的市场调研方法和技巧； 2. 熟悉市场营销的基本理论和方法，包括市场定位、目标市场选择、产品定价、渠道管理、促销策略等，能够运用市场营销理论分析和解决实际问题； 3. 能够根据市场需求和竞争情况，制定合适的营销策略，包括产品策略、定价策略、推广策略和渠道策略等，提高产品和服务的市场竞争力； 4. 具备推广和品牌建设的能力，能够运用各种营销工具和渠道，进行有效的品牌宣传和推广活动，提升品牌知名度和美誉度。	课程内容包括旅游市场分析、产品策略、价格策略、促销策略、渠道管理、客户关系管理、品牌建设、市场营销策略实施与评估。
2	旅游服务礼仪	2	32	1.能够掌握专业的礼仪技巧，包括面对客户时的言行举止、仪态仪表、言谈举止等方面，以展现出专业、亲和的形象； 2. 具备良好的沟通能力，包括口头表达能、倾听能力和非语言沟通能力，能够与客户进行有效的交流，了解客户需求并给予合	课程内容包括基本礼仪原则、接待礼仪、沟通技巧、文化意识与跨文化沟通、形象管理、服务技能、团队合作、应急处理等内容。

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
				适的回应。 3. 考虑到旅游服务常涉及到跨文化交流,学生应该具备跨文化沟通能力,尊重和理解不同文化背景下的礼仪和习惯,避免文化冲突,并能够在不同文化环境下为客户提供满意的服务。	
3	商务数据分析	2	32	1. 掌握基本的数据分析概念、方法和工具,包括数据收集、清洗、分析和可视化等基本流程; 2. 具备商务数据分析的核心技能,包括数据挖掘、统计分析、预测建模等,能够运用这些技能解决实际商务问题; 3. 能够运用可视化工具和技巧,将数据转化为图表、图形等形式,直观展现数据分析结果,帮助决策者理解数据并做出有效的决策。	课程内容包括数据基础知识、统计分析方法、数据挖掘技术、商务数据分析工具、数据可视化、商务决策支持、案例分析与实践项目等。
4	旅游数字营销	2	32	1. 能够理解数字营销的基本概念、原理和发展趋势; 2. 熟悉数字营销的各种渠道和工具,如搜索引擎营销 (SEM)、社交媒体营销、内容营销等; 3. 能够创作和发布高质量的内容,吸引目标受众的关注和参与。	课程内容包括市场分析与目标定位、搜索引擎营销、社交媒体营、品牌建设与形象管理等。
5	智慧旅游技术概论	2	32	1. 理解智慧旅游技术的基本概念和发展趋势; 2. 熟悉智慧旅游技术的关键技术和应用场景; 3. 掌握智慧旅游技术与传统旅游业的融合与创新; 4. 了解智慧旅游技术的管理与运营; 5. 培养智慧旅游技术的创新意识和实践能力。	课程内容包括智慧旅游技术的概念和定义、智慧旅游技术的发展历程、智慧旅游关键技术、智慧旅游应用场景、智慧旅游与传统旅游业的融合与创新、智慧旅游技术的管理与运营等,
6	中国旅游文化	2	32	1. 了解中国旅游文化的基本概念和特点; 2. 掌握中国各地旅游资源与文化遗产; 3. 培养中国旅游文化传播和推广能力; 4. 关注可持续发展和文化保。	课程内容包括中国旅游文化概论、中国地理与旅游资源、中国历史文化遗产、中国民俗风情、案例分析和实地考察等,
7	旅游消费心理学	2	32	1. 理解旅游消费心理学的基本概念和理论; 2. 分析旅游消费者的心理特点和行为模式; 3. 了解旅游产品与服务对消费者心理的影响; 4. 掌握旅游营销中的心理学技巧和策略; 5. 了解旅游体验和满意度的心理机制。	课程内容包括消费者心理学基础、旅游消费者心理特点、旅游产品与服务心理学、旅游体验与满意度心理学等。
8	旅游管理基础	2	32	1. 了解管理的基本概念、原理和功能,包括计划、组织、领导和控制等; 2. 掌握管理理论; 3. 培养管理技能; 4. 应用管理工具; 5. 理解组织行为; 6. 提升战略思维。	课程内容包括管理概述、管理概述、计划与决策、组织设计与组织行为、领导力、人力资源管理、运营管理等内容。

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
9	经济数学	2	32	帮助学生掌握基本的数学工具及其在经济中的应用。 发展学生的逻辑思维能力和定量分析能力。 使学生能够运用数学模型来理解复杂的经济现象。 提高学生使用计算机软件进行数据分析和建模的能力。 培养学生将数学理论应用于实际经济问题解决的能力。	主要教学内容包括：线性代数、微积分、概率论与数理统计、优化理论、动态分析、数学建模、经济应用等
10	信息技术应用基础	2	32	1.了解计算机基础知识； 2.掌握操作系统 Windows 的操作方法； 3.熟练掌握文字处理软件 word 的使用； 4.基本掌握电子表格软件 excel 的使用； 5.基本掌握演示文稿软件 PowerPoint 的使用； 6.了解计算机网络基础。	课程内容主要包括信息检索、新一代信息技术、信息素养与社会责任、文档处理、电子表格处理、演示文稿制作等内容。
11	Python 程序设计基础	4	64	1. 掌握基础编程概念； 2. 熟悉 Python 编程环境； 3. 掌握基本数据类型和操作； 4. 理解控制结构； 5. 理解函数与模块； 6.学会 文件操作； 7. 学会面向对象编程； 8. 理解异常处理等。	课程内容包括 Python 简介、基本语法和数据类型、数据结构、控制结构、函数与模块、文件操作、面向对象编程（OOP）、异常处理、基础算法与数据结构、项目开发与实践等。
12	旅游英语	2	32	1. 培养学生在旅游场景中使用英语进行基本交流的能力，包括问路、订购食物、购物以及日常对话等； 2. 教授与旅游相关的专业词汇和常用表达，如景点介绍、住宿预订、交通工具等； 3. 训练学生如何用英语处理紧急情况，例如求助、报警、寻找医疗服务等； 4. 通过模拟练习、角色扮演等方法，让学生在课堂上模拟真实的旅游情景，提高其实际操作的能力。	课程内容包括基本交际用语、旅游相关词汇、实际情景模拟、紧急情况下的沟通、听力与发音练习等。
13	数据库原理及应用	2	32	1. 掌握数据库系统的基本组成,包括数据模型、数据库架构、数据独立性、数据库语言和接口； 2. 掌握数据建模的技巧,包括实体-关系模型（ER 模型）、规范化理论,以及如何从概念模型转换到逻辑和物理模型； 3.熟悉数据库的运维,包括备份、回复、安全性管理、并发控制和实务管理等，	课程内容包括数据库系统概述、数据模型与数据库设计、SQL 语言、实务管理和并发控制、数据库安全等。
14	旅游电子商务	2	32	1. 了解电子商务的基本概念、发展历史和和在旅游行业中的应用； 2. 熟悉主要的旅游电子商务平台（如 OTA、旅游预订网站、旅游 APP 等； 3. 掌握旅游产品和服务的在线推广策略； 4. 了解在线支付系统和支付网关的工作原理和操作方法。	课程内容旅游电子商务概述、旅游电子商务平台、在线旅游产品和服务、数字营销与推广、用户体验设计、支付系统与安全管理等。

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
15	旅游大数据应用	4	64	1.了解大数据分析的原理和大数据在旅游各方面应用； 2.能根据企业需求构建大数据体系，学会收集、处理和分析财务大数据； 3.培养旅游数据的抓取和分析能力，通过数据挖掘、系统和定量指标分析发现其隐藏的内在价值。	课程内容包括旅游大数据分析入门、数据的含义和来源；分析和应用旅游大数据；数据可视化分析；旅游分析知识；旅游大数据应用综合案例。
16	旅游市场调研与分析	2	32	1. 理解市场调研的基本概念和意义； 2. 掌握市场调研的基本方法和技巧； 3. 学习市场分析的理论和实践； 4. 了解消费者行为和市场细分； 5. 熟悉竞争分析和产品定价； 6. 掌握数据分析和报告撰写技能	课程内容包括市场调研概述、市场调研方法、市场调研设计与执行、数据分析与解释、旅游市场调研报告撰写与呈现等会。
17	旅行策划	4	64	1.能够理解旅行策划的基本概念、原理和流程，包括目的地选择、行程规划、预算控制等； 2. 学员能够分析不同目的地的特点、优势势，并根据客户需求和偏好进行目的地选择； 3. 能够制定详细的行程计划，包括景点安排、交通安排、餐饮安排等，确保旅行顺利进行； 4. 能够开发具有吸引力和竞争力的旅行产品，并制定推广策略，提高产品的市场竞争力。	主要教学内容通常包括目的地分析与选择、行程规划与安排、预算控制与成本管理、客户服务与沟通技巧、旅行产品开发与推广等内容。
18	短视频拍摄与剪辑	3	48	1.掌握短视频创作的基本技巧。 2.发展创意思维与视觉表达能力。 3.学会使用专业视频编辑软件。 4.理解短视频平台的运营策略。 5.提升短视频内容的传播效果。	主要教学内容包括短视频创作理念、摄影基础知识、视频剪辑技术、特效与调色、声音处理、故事板制作、后期合成、平台发布与推广策略等
19	旅游新媒体运营	2	32	1.掌握旅游新媒体营销的基本概念和策略。 2.发展创意营销方案的设计能力。 3.学会运用社交媒体工具和技术。 4.理解旅游市场趋势和消费者行为。 5.提升旅游产品和服务的品牌影响力。	主要教学内容包括旅游新媒体营销概论、社交媒体营销策略、内容营销与创意策划、数字广告投放、数据分析与用户画像、用户体验设计、旅游品牌建设、新媒体平台运营与管理等。
20	智慧旅游运营实务	2	32	1.掌握智慧旅游的基本定义、发展历程及其在全球旅游业中的应用现状。 2.学习支持智慧旅游的关键信息技术，如大数据分析、云计算、物联网、人工智能等。 3.培养在智慧旅游环境下进行旅游产品设计、市场营销、客户服务等方面的运营管理能力。 4.通过具体案例研究，理解智慧旅游解决方案的设计与实施过程。 5.创新思维：激发学生对智慧旅游未来发展的创新思考，探索新的商业模式和服务模式。	主要教学内容包括智慧旅游概述、智慧旅游技术基础、智慧旅游产品与服务设计、智慧旅游市场营销、智慧旅游运营管理、智慧旅游案例分析、智慧旅游未来展望。
21	旅行社经营与管理实务	2	32	1.掌握旅行社的基本概念和发展趋势。 2.学习旅行社的业务流程、产品设计与开发。 3.培养提升服务质量和客户满意度的方法与技巧。 4.学习旅行社市场营销的基本理论和实践操作。 5.了解与旅行社经营相关的法律、法规和政策。	主要教学内容包括旅行社概述、旅行社产品设计与开发、旅行社市场营销、旅行社服务质量管理、旅行社财务管理、旅行社人力资源管理、旅行社危机管理、旅行社法律事务。
22	旅游景区服务与管理	2	32	1.掌握旅游景区服务与管理的基本理论和实践知识。	主要教学内容包括旅游景区概述、旅游景区规划与开发、旅游景区产品设计、

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
				2.发展旅游景区规划与开发的能力。 3.提升旅游景区服务质量与游客体验。 4.学会旅游景区市场营销策略与实施方法。 5.熟悉旅游景区安全管理措施与应急预案制定。	旅游景区市场营销、旅游景区服务质量管理、旅游景区人力资源管理、旅游景区安全管理、旅游景区环境保护与可持续发展。
23	景区开发与设计	2	32	1.掌握景区开发与设计的基本理论和原则。 2.发展景区规划与空间布局的能力。 3.提升景区设计中的创意与审美水平。 4.学会景区市场营销策略与实施方法。 5.熟悉景区可持续发展的策略与实践。	主要教学内容包括景区开发概述、景区规划与设计原理、景区空间布局与功能分区、景区景观设计、景区设施与服务设施设计、景区市场营销策略、景区可持续发展策略、景区案例分析。
24	酒店管理实务	2	32	1.了解酒店市场的发展规律和不同类型酒店的市场态势。 2.掌握酒店前厅、客房、餐饮等主要运营部门的基本特征和运作程序。 3.运用创意思维理念，开发酒店特色产品。 4.了解酒店消费者市场行为，构建新型酒店人力资源管理模式。 5.运用相关知识分析酒店企业运营与管理中的问题并提出解决对策。	主要教学内容包括酒店管理概述、酒店前厅服务与管理、客房服务与管理、餐饮服务与管理、酒店市场营销、酒店人力资源管理、酒店财务管理、酒店危机管理、酒店案例分析。
25	民宿数字化运营与管理	2	32	1.掌握酒店管理的基础理论与核心概念。 2.培养学生在酒店前厅、客房、餐饮、财务、人力资源及市场营销等关键领域的管理能力。 3.培养学生提供高质量服务的能力，以提升顾客满意度。 4.有效应对突发事件和危机的策略。 5.鼓励学生创新思维，不断寻求改进以提升酒店竞争力。 6.发展学生的领导力、团队协作及沟通协调能力。	主要教学内容包括民宿数字化运营概述、民宿线上营销策略、民宿服务质量管理、民宿财务管理、民宿人力资源管理、民宿数字化管理工具应用、民宿案例分析。
26	酒店管理信息系统	2	32	1.了解酒店信息管理工作的基本职能、概念、原理和方法； 2.掌握酒店数字化运营流程、管理信息系统软件的使用方法；了解酒店数字化运营发展的理论、思想和新技术； 3.能够运用现代信息、数字技术和方法解决酒店管理和决策问题； 4.学会分析、设计酒店智慧运营功能，提高信息技术进行管理创新的能力； 5.树立负责任的工作态度，培养良好的沟通交流能力、团队合作精神，以及技术伦理与企业社会责任意识	主要教学内容包括酒店管理信息系统概述、前台接待与预订管理、客房服务与管理、餐饮服务与管理、酒店财务管理、酒店人力资源管理、酒店信息系统安全管理、酒店管理信息系统发展趋势与新技术应用。
27	文旅岗位综合实训	2	56	通过企业实践，使学生掌握智慧旅游技术应用的实操能力，强化职业素养，包括大数据、AI、移动互联等技术在文旅领域的应用。通过实训，学生将提升产品开发、数字化营销、销售策划及导游服务能力，为成为文旅行业的高素质技能型人才打下坚实基础。	课程涵盖智慧旅游产品开发、数字化营销、销售策划、旅游定制与导游业务等核心模块，通过企业真实项目实训，培养学生专业技能与综合素质，确保学生毕业后能迅速适应文旅行业需求。
28	毕业综合项目	3	84	通过“毕业综合项目”，强化智慧旅游技术应用专业学生的实践能力，结合大数据、AI等技术，培养其解决实际旅游业务问题的能力，促进职业素养与创新能力提升，为文旅行业输送高质量技术技能人才。	围绕智慧旅游产品开发、数字化营销、销售策划等核心领域，学生在企业实践中完成综合项目，注重培养学生的团队协作、问题解决及技术应用能力。
29	岗位实习	24	576	通过岗位实习，使学生将智慧旅游技术应用专业知识融入企业实践，提升实操技能，增强职业素养，实现从学生到职场人的角色转换，确保毕业生能迅速适应旅游行业智能化岗位需求。	在旅游企业一线，参与智慧旅游产品开发、数字化营销、销售策划、客户服务等岗位工作，通过实际操作掌握技术应用，理解行业运作流程，积累工作经验。

3.专业（群）平台课程

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
1	图形图像处理	4	64	1.学生掌握 Photoshop 软件的基本操作、界面布局、工具使用、菜单功能，以及图像编辑、创作和修饰的核心技能。通过大量实践操作； 2.培养学生的图像处理实战能力，包括但不限于图像合成、修复、色彩调整、创意设计等。	Photoshop 界面，包括菜单栏、工具箱、面板（如图层面板、历史记录面板）等。基本工具应用；行业案例分析，解析设计趋势和技术应用。
2	人工智能应用基础	2	32	1.了解人工智能的发展历程和应用领域； 2.掌握人工智能的基本原理和技术方法； 3.学习机器学习、自然语言处理、计算机视觉等核心技术； 4.培养学生的创新思维和实际操作能力； 5.提高学生将人工智能技术应用于实际问题的能力。	本课程主要介绍人工智能的基础知识、技术原理和应用领域，重点讲解机器学习、自然语言处理、计算机视觉等核心技术和方法，并通过实际案例分析和实践操作，使学生掌握人工智能的基本概念和应用能力。
3	创新创意思维	2	32	主要课程目标： 1. 了解创新创意思维的基本原理和方法； 2. 学习创意思维训练的技巧和实践； 3. 掌握设计思维流程和头脑风暴等创意工具； 4. 培养学生的创造力和想象力； 5. 提高学生创新设计能力和问题解决能力。	本课程主要探讨创新创意思维的原理和方法，通过创意思维训练、设计思维流程、头脑风暴等教学活动，激发学生的创造力和想象力，培养创新设计能力。

4.专创赛证融通课程

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
1	导游服务赛项专题设计	2	32	1. 熟悉导游行业的基本知识，包括导游的职责、行业规范、法律法规等； 2. 掌握相关目的地的文化、历史、地理等基础知识，为导游讲解提供支持； 3. 提升口头表达能力，包括准确、生动、流利地用目标语言讲解旅游景点的历史、文化等内容； 4. 掌握导游的专业技巧，包括引导游客、讲解技巧、沟通技巧等； 5. 了解旅游市场的发展趋势和客户需求，为游客提供个性化的服务	主要教学内容包括导游基础知识、目的地知识、讲解技巧、导游礼仪与形象、语言表达能力、安全意识与应急处理、客户服务技巧、导游服务赛项实践演练等内容。
2	研学旅行	4	64	1. 使学生全面理解研学旅行的基本概念、发展历程、理论基础及国内外发展现状，掌握研学旅行的教育价值、市场特点与趋势。 2.学会根据教育目标和学生特点，设计富有教育意义、寓教于乐的研学旅行方案。 3.熟练运用智慧旅游技术（如大数据分析、GIS、VR/AR 等）提升研学旅行的体验度和教育效果。 4.掌握研学旅行的行程规划、团队协调、风险管理及应急处理等组织管理能力。 5.学会建立有效的研学旅行评估体系，收集参与者的反馈，持续优化项目质量。 6.培养学生的创新思维、团队协作能力、跨文化交流能力以及社会责任感，为未来从事研学旅行相关工作奠定坚实基础。	主要教学内容包括 1. 研学旅行概论、研学旅行理论基础、研学旅行项目策划与设计、智慧旅游技术在研学旅行中的应用、研学旅行安全与风险管理、研学旅行组织与管理、研学旅行评估与反馈、行业趋势与职业发展等内容。

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排

2024 级智慧旅游技术应用专业教学进程安排表

2024 级智慧旅游技术应用专业教学进程安排表

生源类别:全日制 专业群: 数字创意专业群

学制:三
年

课程属性	课程性质	课程模块	课程编码	课程名称	学分	总学时	课时分配表		考核方式	周学时/教学周数						开课学院	课程说明
							理论学时	实践学时		一	二	三	四	五	六		
公共基础课程	必修课	思想政治理论模块	GB102101001-2	思想道德与法治（一）-（二）	3	48	40	8	考试	1.5	1.5					马院	
			GB102103001	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	24	8	考试			2				马院	
			GB102102001	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	32	16	考试				3			马院	
			GB102104001-6	形势与政策（一）-（六）	1	48	32	16	考查	讲 4	讲 4	讲 4	讲 4	实践	实践	马院	根据教社科〔2018〕1 号文件规定《形势与政策》专科每学期不低于 8 学时，共计 1 学分。其中 1-4 学期为课堂教学，5-6 学期为实践教学。
		思想政治理论模块小计			9	176	128	48		1.5	1.5	2	3	0	0		
		通识课程模块	GB101501001-4	体育与健康（一）-（四）	6	120	8	112	考查	2	2	①	①			基础	
			GB100601001-2	大学生心理健康教育（一）-（二）	2	32	32		考查	1	1					学工	
			GB100602001	大学生职业生涯规划	1	16	8	8	考查	1						学工	
			GB100602002	就业指导	1	16	8	8	考查				1			学工	
			GB101801001-2	创新创业教育（一）-（二）	2	32	16	16	考查	1	1					创院	第一学期开设创新创业教育理论，第二学期开设创新创业教育实践
			GB100603001	军事理论与技能训练	3	128	16	112	考查	1						学工	
			GB100701001-2	劳动教育（一）-（二）	1	16	8	8	考查	0.5	0.5					总务	

[illegible]

专业群平台课模块小计			8	128	64	64		0	4	0	4	0	0		
专业基础课模块	ZB102005001	智慧旅游技术概论	2	32	16	16	考查	2						数创	
	ZB102005002	中国旅游文化	2	32	16	16	考查	2						数创	
	ZB102005003	旅游消费心理学	2	32	16	16	考查	2						数创	
	ZB102005004	旅游管理基础	2	32	16	16	考试	2						数创	
	ZB102005005	信息技术应用基础	2	32	16	16	考查	2						数创	
	ZB101504001	经济数学	2	32	16	16	考试		2					基础	
	ZB102005006	旅游市场营销	2	32	16	16	考查		2					数创	
	ZB102005007	数据库原理及应用	2	32	16	16	考查		2					数创	
	ZB102005008	旅游服务礼仪	2	32	16	16	考查			2				数创	
	ZB102005009	旅游市场调查与分析	2	32	16	16	考查			2				数创	
	ZB102005010	Python 程序设计基础	4	64	32	32	考查			4				数创	
	ZB102005011	旅游英语	2	32	16	16	考试			2				数创	
专业基础课模块小计			26	416	208	208		10	6	10	0	0	0		
专业核心课模块	ZB102005012	*商务数据分析	2	32	16	16	考查		2					数创	
	ZB102005013	*旅游电子商务	2	32	16	16	考查		2					数创	
	ZB102002003	*短视频拍摄与剪辑	3	48	16	32	考查			3				数创	
	ZB102005014	*旅游新媒体运营	2	32	16	16	考查			2				数创	
	ZB102005015	*旅行策划	4	64	32	32	考查			4				数创	
	ZB102005016	*智慧旅游运营实务	2	32	16	16	考查				2			数创	
	ZB102005017	*旅游数字营销	2	32	16	16	考查				2			数创	

专业选修课		ZB102005018	*旅游大数据应用	4	64	32	32	考查				4			数创		
	专业核心课模块小计			21	336	160	176		0	4	9	8	0	0			
	专业实践模块	ZB102005019	文旅岗位综合实训	2	56		56	考查					②		数创		
		ZB100501001	毕业综合项目	3	84		84	考查						③	数创		
		ZB100501002	岗位实习	24	576		576	考查					④	②⑩	数创		
	专业实践模块小计			29	716	0	716		0	0	0	0	0	0			
	专业必修课合计			84	1596	432	1164		10	14	19	12	0	0			
	智慧景区及旅行社方向	ZX102005001	旅行社经营与管理实务	2	32	16	16	考查			2				数创	智慧旅游技术应用专业全体学生均可选修	
		ZX102005002	旅游景区服务与管理	2	32	16	16	考查				2			数创		
		ZX102005003	景区开发与设计	2	32	16	16	考查				2			数创		
		智慧酒店及餐饮方向	ZX102005004	酒店管理实务	2	32	16	16	考查			2					数创
			ZX102005005	民宿数字化运营与管理	2	32	16	16	考查				2				数创
			ZX102005006	酒店管理信息系统	2	32	16	16	考查				2				数创
		专业限选课模块小计			6	96	48	48		0	0	2	4	0	0		
	专创赛证融通课模块	ZX102005007	导游服务赛项专题设计	2	32	16	16	考查		2					数创	额定 6 学分，提供若干门专创赛证融通课程	
		ZX102005008	研学旅行	4	64	32	32	考查				4			数创		

	专创赛证融通课模块小计	6	96	48	48		0	2	0	4	0	0		
	专业选修课合计	12	192	96	96		0	2	2	8	0	0		额定 12 学分
专业（技能）课程合计		96	1788	480	1212		10	16	19	16	0	0		
总计（总学分/总学时）		139	2548	864	1588		22	26	25	22	2	0		

（二）教学学时分配

各类课程学分数比例表

课程属性	课程性质	课程模块	小 计		小 计	
			学 分	比 例	学时	比 例
公共基础课程	必修课	思想政治理论模块	9	6.47%	176	6.91%
		通识课程模块	24	17.27%	488	19.15%
		公共实践课模块	4	2.88%	0	0.00%
	公共选修课	公共选修课模块	6	4.32%	96	3.77%
合 计			43	30.94%	760	29.83%
专业（技能）课程	必修课	专业群平台课模块	8	5.76%	128	5.02%
		专业基础课模块	26	18.71%	416	16.33%
		专业核心课模块	21	15.11%	336	13.19%
		专业实践课模块	29	20.86%	716	28.10%
	专业选修课	专业限选课模块	6	4.32%	96	3.77%
		专创赛证融通课模块	6	4.32%	96	3.77%
合 计			96	69.06%	1788	70.17%
总 计			139	100%	2548	100%
实践教学学时			1588			
实践教学学时占总学时比（%）			62.32%			
公共基础类课程学时占总学时比（%）			26.06%			
选修课学时占总学时比（%）			11.30%			

（三）教学学历周安排

学年	学期	教学周		机动安排（含改卷、集中实训等）	入学教育（含军训）	合计
		课程教学（含实训）	考试			
一	一	14	1	1	2	18
	二	18	1	1	0	20
二	三	18	1	1	0	20
	四	18	1	1	0	20
三	五	20	0	0	0	20
	六	20	0	0	0	20
合计		112		4	2	118

八、实施保障

（一）校企合作

建立与宋城演艺、华侨城集团和希尔顿酒店、东呈酒店管理集团等龙头企业深度融合的协同、协作机制。建立实践实习基地，联合开发专业课程，共同制定人才培养方案，共同举办师资培训，实现校企协同育人和协作创新。校企深度合作，实现企业实战课堂。

（二）师资队伍

1.队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例为 20:1，专业部分师资列表如下：

序号	姓名	年龄	职称	学位	双师状况
1	陈丽敏	31	无	硕士研究生	否
2	陈子晴	26	无	硕士研究生	否
3	包晓慧	33	中级经济师/中级会计师	硕士研究生	否
4	陈敏	30	无	硕士研究生	否

2.专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德操、有扎实学识、有仁爱之心；具有旅游相关专业本科及以上学历；有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3.专业带头人

专业带头人陈丽敏能够较好地把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，课程体系设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或领域具有一定的专业影响力。

4.兼职教师

主要从相关行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级经济师及以上职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（三）教学设施

1.校内实训基地

按照“职业化、智能化、共享化”的标准和要求建设实训环境，学院为课程提供环境支撑，建设了“数字旅游实训中心”，满足旅游大数据分析、旅游新媒体营销与运营、旅行策划、智慧旅游产品设计、旅游电子商务、旅游职业技能比赛、学生创新创业等课程的教学需要。

序号	实践基地名称	主要项目名称
1	数字旅游实训中心	华侨城集团广东财贸职业学院实践基地、宋城演艺集团广东财贸职业学院实践基地

部分实训室功能如下：

数字旅游实训中心：营造仿真智慧旅游的工作环境，配置计算机（安装教学管理系统以及相关实训系统）、投影设备和音响设备；开设旅游电子商务、旅行策划、模拟导游模拟仿真软件；互联网接入环境。支持智慧旅游岗位模拟演练和信息化实训。

2.校外实训基地

具有稳定的校外实训基地。能够提供旅游服务与管理、旅游大数据等旅游相关的实践实训活动，能涵盖当前旅游专业相关的主流实务，可接纳一定规模的学生实践实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。专业实习实训的校外实训基地包括：宋城演艺发展股份有限公司、广州天河希尔顿酒店、佛山市南海樵山文化旅游发展有限公司、广州南沙大酒店、广西东呈酒店管理集团股份有限公司、锦江集团等。

3.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供智慧旅游景区业务员、酒店行业业务员、旅行社业务员等相关行业实习岗位；能涵盖当前智慧旅游技术应用的主流实务，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

4.支持信息化教学基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开发利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

（四）教学资源

主要包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书资料以及数字资源等。

1.教材选用

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校建立了由专业教师、行业专家

和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。鼓励校企共同编制教材，教材编写与产业需求、岗位职业标准和 1+X 证书标准对接，契合模块化课程，打造立体化活页式教材。专业使用的部分教材包括：

课程名称	教材名称	出版社	备注
旅游电子商务	旅游电子商务（第 2 版）	中国人民大学出版社	国家规划教材
旅游英语	旅游英语（第三版）	高等教育出版社	十四五规划教材
导游实务	导游服务实务（第三版）	东北财经大学出版社	十四五规划教材
智慧旅游技术概论	智慧旅游	中国林业出版社	

2.图书文献配备

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业

类图书文献包括：有关财会专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书。

3.数字教学资源

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。部分在线课程如

下表。

课程	上线平台
旅游电子商务	旅游电子商务
导游实务、中国旅游文化	全国职业技能大赛导游服务赛项笔试题库
旅行策划	旅游线路设计

（五）教学方法

1.项目教学法。将文旅行业岗位工作分成若干个项目，分项目进行教学，做到工作技能与学习内容相结合，实现“工作式学习，学习式工作”的教学目标。

2.案例教学法。通过案例分析和讲解将深奥的专业知识通俗化，将抽象的专业理论具体化。

3.体验教学法。通过模拟实训，营造文旅行业岗位的情景，让学生“一听、二看、三实践”来体验与实操岗位，达到培养学生文旅岗位操作能力的一种教学方法。

4.角色扮演法。划分学习小组，每小组指定不同人员分别扮演不同角色，模拟文旅活动的运营管理过程，使学生体验不同角色的文旅工作任务和工作职责。

5.情境教学法。充分应用校内外实训室和实训基地，使学生在一个真实的模拟实境中进行文旅相关岗位工作实践操作，提高学生的学习兴趣。

6.模拟仿真教学法。通过仿真智慧旅游综合实训，采用单项实训与综合实训相结合的原则进行实践能力培养，发挥模拟实训的巨大作用。

7.技能竞赛教学法。通过举办相关技能大赛，不定期举行专业知识竞赛，通过竞赛提升学生的实战技能。

总之，教师依据培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用适当的教学方法，以达成预期教学目标。倡导因材施教、因需施教，鼓励创新教学方法和策略，采用理实一体化教学、案例教学、项目教学等方法，坚持学中做、做中学。

（六）学习评价

每门课程都要对学生进行过程性考核与终结性考核的评定。建立“主体多元，成效导向、过程评价”的全过程闭环学习评价模式。

1.主体多元

探索与实践校企“双主体”评价及“能力+素养”双分测评，即“能力学分、素养积分”并行的综合能力评价机制。同时，在课程内部建立多元评价机制。在文旅岗位综合实训等课程中，按分岗的要求组织教学，过程性评价，按照组员自评、小组互评、教师评价三种方式进行加权综合评价。

2.成效导向

在课程中实施以职业能力考核为主线的评价方法，使工作成果与学业评价有机结合。在旅行策划等课程中，通过考试平台和组织专业技能普测，实现教考分离，提高了学业评价的科学性与客观性。

3.过程评价

在主要实训课程中，注重过程性考核和结果性考核相结合，强化过程性考核。

（七）质量管理

1.学校专门成立了教学督导与评价中心，组建了专业建设与教学指导委员会，建立了专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全了专业教学质量监控管理制度，完善了课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2.学校和二级学院完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3.学校建立了毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4.专业教研组织充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

（八）继续学习深造建议

本专业学生可以继续完成本科深造，接续高职本科专业举例：旅游管理、酒店管理、旅游规划与设计，接续普通本科专业举例：旅游管理、酒店管理。亦可通过考试取得全国导游员、旅行策划师等专业证书提升专业能力。

九、毕业要求

学生在规定年限内，满足以下条件，可以获得毕业证书：

（1）学分

学生须在规定年限内获得专业人才培养方案所规定课程的学分，且总学分达 139 学分（含）以上。

（2）体质测试

根据教育部关于印发《国家学生体质健康标准（2014 年）修订》的通知（教体艺〔2014〕5 号）文件要求，体质测试成绩达不到 50 分者按结业处理，如因病或残疾学生，可凭医院证明向学校提出申请并经审核通过后可准予毕业。

（3）德智体美劳全面发展

学生素质、知识、能力达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。

（4）职业资格（技能等级）证书

鼓励学生获取与职业能力要求相匹配的职业资格（技能等级）证书（含 1+X 证书）、职业素质证书。

十、方案编制人员

编制参与人：陈丽敏、包晓慧、陈子晴、陈敏

校内：陈丽敏、包晓慧、陈子晴、陈敏

校外：

编制执笔人：陈丽敏、包晓慧、陈子晴、陈敏

编制负责人：陈丽敏

审核人：

学院论证：数字创意学院专业建设与教学指导委员会

学校论证：广东财贸职业学院专业建设与教学指导委员会

审定：广东财贸职业学院党委会

审定日期：2024 年 9 月 9 日

十一、附录

（一）典型工作任务职业能力分析表

工作项目		工作任务		职业能力		学习水平
项目 编号	项目 名称	任务 编号	任务名称	能力编号	能力名称	高职 Li
01	旅 游 接待	01	旅 游 企 业 接 待	01-01-01	能够做到礼仪接待，规范操作；	L1
				01-01-02	能够热情、微笑服务每位咨询的旅游者，解答疑问，并做好相关记录；	L1
				01-01-03	能够做好客户资源档案，进行定期客户回访；	L1
				01-01-04	能够及时处理相关客户意见和投诉	L1
		02	旅 游 免 税 购 物接待	02-02-01	能够完成新顾客的接待及入会邀约，门店活动推荐；	L1
				02-02-02	能够向老客户推荐合适产品，介绍产品的特点和优势，完成销售任务；	L1
				02-02-03	能够完成专柜会员管理及维护工作；	L1
				02-02-04	能够负责柜台及门店日常管理,包括货品陈列、日常清洁、库存管理、销售台账报表制作等	L1
		03	导游接待	01-03-01	能够熟悉接待计划，落实接待事宜，做好物料、语言和知识的准备；	L1
				01-03-02	能够独立完成旅游团接站服务；	L1
				01-03-03	能够独立完成旅游团入店服务；	L1
				01-03-04	能够独立完成旅游团游览服务	L1
				01-03-05	能够独立完成旅游团送站服务	L1
02	旅 行 社 经 营 管 理	01	计调业务	02-01-01	能够负责日游/长线游出行的行程安排，包括交通、住宿、服务人员、门票、餐饮等；	L1
				02-01-02	能够操作旅游团队，落实好旅游过程中的各项工作安排；	L1
				02-01-03	能够及时解决旅游过程中所发生的行程或票务等问题，保证旅游团队质量	L1
		02	旅 游 产 品 销 售	02-02-01	能够开展旅游产品预订业务；	L1
				02-02-02	能够分析市场信息，联系客户，扩大销售网络，及时向上级汇报工作；	L1
				02-02-03	能够将旅行社预订信息及时传达至各部门，准确控制旅游产品销售状态，正确处理客人预订变更、取消、婉拒事宜，保证销售预订的准确性；	L1
				02-02-04	能够正确处理客人投诉和预订纠纷。	L1
		03	外联业务	02-03-01	能够收集客户需求，并反馈给旅行社；	L1

				02-03-02	能够拓展市场，找到潜在客户；	L1
				02-03-03	能够与旅游客户进行业务联系，产品推介；	L1
				02-03-04	能够洽谈、销售旅游产品，达成合作意向，签订合同	L1
		04	线路策划	02-04-01	能够完成旅游线路的设计和编排；	L1
				02-04-02	能够与地接社的联系，落实成本核算，报价，行程安排等；	L1
				02-04-03	能够策划、开发新的旅游产品路线，提升营销和推广	L1
03	酒店销售	01	酒店销售	03-01-01	能够根据销售策略和市场计划完成销售任务；	L1
				03-01-02	能够控制销售费用，配合宾馆实施市场开发计划；	L1
				03-01-03	能够进行市场开拓，发展潜在客户，建立良好稳固的客户关系；	L1
				03-01-04	能够了解客户动态，收集并维护客户并做到每月整理资料，保证销售信息准确	L1
04	前厅服务	01	前厅服务	04-01-01	全面了解前厅服务工作:前台接待、客房预订、前台收银、礼宾服务、商务中心服务、总计服务	L1
				04-01-02	熟练操作与前厅工作的相关内容	L1
				04-01-03	能较好地与其他部门沟通协调，并有效处理和应对各种突发事件	L1
				04-01-04	熟练的运用英语与顾客进行有效沟通，并有效地解决客人投诉的问题	L1
				04-01-05	能准确无误的完成账单结算	L1
05	客房服务	01	客房服务	05-01-01	准确掌握客房清洁标准	L1
				05-01-02	准确、熟练地掌握铺床技能	L1
				05-01-03	准确掌握洗衣服务、小酒吧服务、擦鞋服务、加床服务、托婴工作流程和服务	L1
				05-01-04	掌握针对性服务的要求，具有较强的安全服务意识	L1
				05-01-05	掌握客房设备用品的使用、维护及管理要求	L1
06	餐饮服务	01	餐饮服务	06-01-01	熟练掌握中西餐服务的工作流程和标准	L1
				06-01-02	熟练掌握中西餐摆台、菜单制作、调酒等技能	L1
				06-01-03	熟悉各种酒水的特性、饮用方法和制作方法	L1
				06-01-04	准确把握餐饮服务礼仪的要求，可以根据客人需求进行菜品酒水的搭配和组合	L1
				06-01-05	熟悉宴会服务流程	L1
07	酒店人力资源管理	01	酒店人力资源管理	07-01-01	有效预测酒店人才需求，根据内部和外部环境的变化为酒店合理配置岗位	L1
				07-01-02	掌握各岗位人才招聘和甄选的方法及应用技巧	L1
				07-01-03	能针对需求合理的设计员工培训项目并对员工进行有效的培训	L1

				07-01-04	能合理评定员工薪酬等级	L1
08	景区接待服务与管理	01	景区讲解服务	08-01-01	应具备规范化接待与服务的技能，能独立完成景区全程导游接待服务；	L1
				08-01-02	掌握导游语言技巧，灵活运用导游讲解方法进行各类景点的讲解；	L1
				08-01-03	能完成接待记录、接待小结等有关应用文。	L1
		02	景区咨询服务	08-02-01	应掌握电话咨询和当面咨询服务的工作流程和技巧，能熟练地向游客提供各类咨询服务；	L1
				08-02-02	能识别游客遇到的问题和困难，并参与解决；	L1
				08-02-03	能协助处理游客的投诉。	L1
		03	景区票务服务	08-03-01	应具备基本的财务知识，具备一定辨识钱币真伪的技能；	L1
				08-03-02	掌握订票服务、售票服务的基本流程及订、售票设施设备的操作；	L1
				08-03-03	能独立完成票务统计工作。	L1
		04	景区检票服务	08-04-01	应掌握景区有关门票的规定，能协助处理票务服务中的纠纷。	L1
				08-04-02	能熟练操作闸口的设施设备，正确引导游客进入景区。	L1
		05	景区安全管理与保洁服务	08-05-01	安全服务岗位应熟知景区常见的旅游安全事故，了解防范事故的基本方法；	L1
				08-05-02	能辨识景区危险源，掌握提示游客安全的方法，能协助处理突发事件。	L1
				08-05-03	应熟练操作各种不同场地、质地、环境或设施的清洁、保洁工作。	L1
		06	景区商品销售	08-06-01	应熟悉景区内各类商品知识，了解商品销售的基本策略和方法；	L1
				08-06-02	通过游客消费心理分析，可正确引导游客的购买行为；	L1
				08-06-03	能独立完成商品销售计账、统计及交接工作。	L1
09	景区营销策划	01	景区市场调查	09-01-01	应掌握市场调查的基本方法，能进行市场调查方案设计，完成调查问卷的设计；	L1
				09-01-02	能进行调查资料的整理、分析，并撰写市场调研报告。	L1
		02	景区市场促销	09-02-01	应具备促销和推销的基本技能，掌握网络营销的基本方法；	L1
				09-02-02	具备与旅行社等中间商进行营销沟通的基本能力。	L1
		03	景区策划与推广	09-03-01	应能设计景区形象诊断专题问卷，并初步对形象要素进行分析提炼；	L1
				09-03-02	掌握景区宣传口号设计的基本方法，可利用软件设计景区 LOGO。	L1
				09-03-03	应能撰写小型活动策划文案及实施方案。	L1

（二）典型工作任务与能力对接表

序号	典型工作任务	对应职业能力（技能、工具、方法、要求、知识）
1	数字化营销与推广	02-02、02-03、03、09-02、09-03
2	酒店前厅接待服务	04
3	餐饮接待服务	06
4	客房接待	05
5	旅游产品策划	09、02-04
6	旅游咨询	01-01、02-01、08-02
7	讲解/导游	01-03、08-01、08-02、
8	人力资源	07
9	旅游产品销售	01-02、02-02、03、08-03、08-04、08-06、09-02
10	景区接待	08

（三）就业岗位与人才培养规格对应关系表

序号	岗位（群）	岗位（群）业务描述	岗位（群）核心能力	培养目标的相关表述	对应的培养规格
1	旅游企业接待	做到礼仪接待，规范操作；	能够做到礼仪接待，规范操作；	能够做到礼仪接待，规范操作；	1-4、6（6）、7-11
		热情、微笑服务每位咨询的旅游者，解答疑问，并做好相关记录；	能够热情、微笑服务每位咨询的旅游者，解答疑问，并做好相关记录；	能够热情、微笑服务每位咨询的旅游者，解答疑问，并做好相关记录；	
		做好客户资源档案，进行定期客户回访；	能够做好客户资源档案，进行定期客户回访；	能够做好客户资源档案，进行定期客户回访；	
		及时处理相关客户意见和投诉	能够及时处理相关客户意见和投诉	能够及时处理相关客户意见和投诉	
2	旅游免税购物接待	完成新顾客的接待及入会邀约，门店活动推荐；	能够完成新顾客的接待及入会邀约，门店活动推荐；	能够完成新顾客的接待及入会邀约，门店活动推荐；	1-4、5（1）、6（2）、6（6）、7-11
		向老客户推荐合适产品，介绍产品的特点和优势，完成销售任务；	能够向老客户推荐合适产品，介绍产品的特点和优势，完成销售任务；	能够向老客户推荐合适产品，介绍产品的特点和优势，完成销售任务；	
		完成专柜会员管理及维护工作；	能够完成专柜会员管理及维护工作；	能够完成专柜会员管理及维护工作；	
		负责柜台及门店日常管理，包括货品陈列、日常清洁、库存管理、销售台账报表制作等	能够负责柜台及门店日常管理，包括货品陈列、日常清洁、库存管理、销售台账报表制作	能够负责柜台及门店日常管理，包括货品陈列、日常清洁、库存管理、销售台账报表制作	

			等	等	
3	导游接待	熟悉接待计划，落实接待事宜，做好物料、语言和知识的准备；	能够熟悉接待计划，落实接待事宜，做好物料、语言和知识的准备；	能够熟悉接待计划，落实接待事宜，做好物料、语言和知识的准备；	1-4、6（7） -（8）、7-11
		独立完成旅游团接站服务；	能够独立完成旅游团接站服务；	能够独立完成旅游团接站服务；	
		独立完成旅游团入店服务；	能够独立完成旅游团入店服务；	能够独立完成旅游团入店服务；	
		独立完成旅游团游览服务	能够独立完成旅游团游览服务	能够独立完成旅游团游览服务	
		独立完成旅游团送站服务	能够独立完成旅游团送站服务	能够独立完成旅游团送站服务	
4	计调	负责日游/长线游出行的行程安排，包括交通、住宿、服务人员、门票、餐饮等；	能够负责日游/长线游出行的行程安排，包括交通、住宿、服务人员、门票、餐饮等；	能够负责日游/长线游出行的行程安排，包括交通、住宿、服务人员、门票、餐饮等；	1-4、5（1）、 6（5）、6（7） -（8）、7-11
		操作旅游团队，落实好在旅游过程中的各项工作安排；	能够操作旅游团队，落实好在旅游过程中的各项工作安排；	能够操作旅游团队，落实好在旅游过程中的各项工作安排；	
		及时解决旅游过程中所发生的行程或票务等问题，保证旅游团队质量	能够及时解决旅游过程中所发生的行程或票务等问题，保证旅游团队质量	能够及时解决旅游过程中所发生的行程或票务等问题，保证旅游团队质量	
5	旅游产品销售	开展旅游产品预订业务；	能够开展旅游产品预订业务；	能够开展旅游产品预订业务；	1-4、5（1） -（2）、6（2） -（3）、7-11
		分析市场信息，联系客户，扩大销售网络，及时向上级汇报工作；	能够分析市场信息，联系客户，扩大销售网络，及时向上级汇报工作；	能够分析市场信息，联系客户，扩大销售网络，及时向上级汇报工作；	
		将旅行社预订信息及时传达至各部门，准确控制旅游产品销售状态，正确处理客人预订变更、取消、婉拒事宜，保证销售预订的准确性；	能够将旅行社预订信息及时传达至各部门，准确控制旅游产品销售状态，正确处理客人预订变更、取消、婉拒事宜，保证销售预订的准确性；	能够将旅行社预订信息及时传达至各部门，准确控制旅游产品销售状态，正确处理客人预订变更、取消、婉拒事宜，保证销售预订的准确性；	
		正确处理客人投诉和预订纠纷。	能够正确处理客人投诉和预订纠纷。	能够正确处理客人投诉和预订纠纷。	
6	外联业务	收集客户需求，并反馈给旅行社；	能够收集客户需求，并反馈给旅行社；	能够收集客户需求，并反馈给旅行社；	1-4、5（1） -（2）、6（2） -（3）、7-11
		拓展市场，找到潜在客户	能够拓展市场，找到潜在客户	能够拓展市场，找到潜在客户	

		户；	在客户；	在客户；	
		与旅游客户进行业务联系，产品推介；	能够与旅游客户进行业务联系，产品推介；	能够与旅游客户进行业务联系，产品推介；	
		洽谈、销售旅游产品，达成合作意向，签订合同	能够洽谈、销售旅游产品，达成合作意向，签订合同	能够洽谈、销售旅游产品，达成合作意向，签订合同	
7	线路策划	完成旅游线路的设计和编排；	能够完成旅游线路的设计和编排；	能够完成旅游线路的设计和编排；	1-4、5、6 (1)、6(5)
		与地接社的联系，落实成本核算，报价，行程安排等；	能够与地接社的联系，落实成本核算，报价，行程安排等；	能够与地接社的联系，落实成本核算，报价，行程安排等；	- (8)、7-11
		策划、开发新的旅游产品路线，提升营销和推广	能够策划、开发新的旅游产品路线，提升营销和推广	能够策划、开发新的旅游产品路线，提升营销和推广	
8	酒店销售	根据销售策略和市场计划完成销售任务；	能够根据销售策略和市场计划完成销售任务；	能够根据销售策略和市场计划完成销售任务；	1-4、5 (1) - (2)、6 (2) - (3)、7-11
		控制销售费用，配合宾馆实施市场开发计划；	能够控制销售费用，配合宾馆实施市场开发计划；	能够控制销售费用，配合宾馆实施市场开发计划；	
		进行市场开拓，发展潜在客户，建立良好稳固的客户关系；	能够进行市场开拓，发展潜在客户，建立良好稳固的客户关系；	能够进行市场开拓，发展潜在客户，建立良好稳固的客户关系；	
		了解客户动态，收集并维护客户并做到每月整理资料，保证销售信息准确	能够了解客户动态，收集并维护客户并做到每月整理资料，保证销售信息准确	能够了解客户动态，收集并维护客户并做到每月整理资料，保证销售信息准确	
9	前厅服务	全面了解前厅服务工作:前台接待、客房预订、前台收银、礼宾服务、商务中心服务、总计服务	全面了解前厅服务工作:前台接待、客房预订、前台收银、礼宾服务、商务中心服务、总计服务	全面了解前厅服务工作:前台接待、客房预订、前台收银、礼宾服务、商务中心服务、总计服务	1-4、5 (2) - (3)、6 (1)、 6 (4)、6 (7)、7-11
		熟练操作与前厅工作的相关内容	熟练操作与前厅工作的相关内容	熟练操作与前厅工作的相关内容	
		较好地与其他部门沟通协调，并有效处理和应对各种突发事件	能较好地与其他部门沟通协调，并有效处理和应对各种突发事件	能较好地与其他部门沟通协调，并有效处理和应对各种突发事件	
		熟练的运用英语与顾客进行有效沟通，并有效地解决客人投诉的问题	熟练的运用英语与顾客进行有效沟通，并有效地解决客人投诉的问题	熟练的运用英语与顾客进行有效沟通，并有效地解决客人投诉的问题	
		准确无误的完成账单结算	能准确无误的完成账单结算	能准确无误的完成账单结算	
10	客房服务	准确掌握客房清洁标	准确掌握客房清洁标	准确掌握客房清洁标	1-4、5 (2)

		准	准	准	-(3)、6(1)、 6(4)、6 (7)、7-11
		准确、熟练地掌握铺床技	准确、熟练地掌握铺床技能	准确、熟练地掌握铺床技能	
		准确掌握洗衣服务、小酒吧服务、擦鞋服务、加床服务、托婴工作流程和服务	准确掌握洗衣服务、小酒吧服务、擦鞋服务、加床服务、托婴工作流程和服务	准确掌握洗衣服务、小酒吧服务、擦鞋服务、加床服务、托婴工作流程和服务	
		掌握针对性服务的要求,具有较强的安全服务意识	掌握针对性服务的要求,具有较强的安全服务意识	掌握针对性服务的要求,具有较强的安全服务意识	
		掌握客房设备用品的使用、维护及管理要求	掌握客房设备用品的使用、维护及管理要求	掌握客房设备用品的使用、维护及管理要求	
11	餐饮服务	熟练掌握中西餐服务的工作流程和标准	熟练掌握中西餐服务的工作流程和标准	熟练掌握中西餐服务的工作流程和标准	1-4、5(2) -(3)、6(1)、 6(4)、6 (7)、7-11
		熟练掌握中西餐摆台、菜单制作、调酒等技	熟练掌握中西餐摆台、菜单制作、调酒等技能	熟练掌握中西餐摆台、菜单制作、调酒等技能	
		熟悉各种酒水的特性、饮用方法和制作方法	熟悉各种酒水的特性、饮用方法和制作方法	熟悉各种酒水的特性、饮用方法和制作方法	
		准确把握餐饮服务礼仪的要求,可以根据客人需求进行菜品酒水的搭配和组合	准确把握餐饮服务礼仪的要求,可以根据客人需求进行菜品酒水的搭配和组合	准确把握餐饮服务礼仪的要求,可以根据客人需求进行菜品酒水的搭配和组合	
		熟悉宴会服务流程	熟悉宴会服务流程	熟悉宴会服务流程	
12	酒店人力资源管理	有效预测酒店人才需求,根据内部和外部环境的变化为酒店合理配置岗位	有效预测酒店人才需求,根据内部和外部环境的变化为酒店合理配置岗位	有效预测酒店人才需求,根据内部和外部环境的变化为酒店合理配置岗位	1-4、5(1) -(2)、6(2)、 6(4)、6(7) -(8)、7-11
		掌握各岗位人才招聘和甄选的方法及应用技巧	掌握各岗位人才招聘和甄选的方法及应用技巧	掌握各岗位人才招聘和甄选的方法及应用技巧	
		针对需求合理的设计员工培训项目并对员工进行有效的培训	能针对需求合理的设计员工培训项目并对员工进行有效的培训	能针对需求合理的设计员工培训项目并对员工进行有效的培训	
		合理评定员工薪酬等级	能合理评定员工薪酬等级	能合理评定员工薪酬等级	
13	景区市场调查	应掌握市场调查的基本方法,能进行市场调查方案设计,完成调查问卷的设计;	应掌握市场调查的基本方法,能进行市场调查方案设计,完成调查问卷的设计;	应掌握市场调查的基本方法,能进行市场调查方案设计,完成调查问卷的设计;	1-4、5(1) -(2)、6(2) -(3)、7-11
		能进行调查资料的整理、分析,并撰写市场调研报告。	能进行调查资料的整理、分析,并撰写市场调研报告。	能进行调查资料的整理、分析,并撰写市场调研报告。	
14	景区市场促销	应具备促销和推销的基本技能,掌握网络营	应具备促销和推销的基本技能,掌握网络营	应具备促销和推销的基本技能,掌握网络营	1-4、5(1) -(2)、6(2)

		销的基本方法；	销的基本方法；	销的基本方法；	- (3)、7-11
		具备与旅行社等中间商进行营销沟通的基本能力。	具备与旅行社等中间商进行营销沟通的基本能力。	具备与旅行社等中间商进行营销沟通的基本能力。	
15	景区策划与推广	应能设计景区形象诊断专题问卷，并初步对形象要素进行分析提炼；	应能设计景区形象诊断专题问卷，并初步对形象要素进行分析提炼；	应能设计景区形象诊断专题问卷，并初步对形象要素进行分析提炼；	1-4、5 (1) - (2)、6 (2) - (3)、7-11
		掌握景区宣传口号设计的基本方法，可利用软件设计景区 LOGO。	掌握景区宣传口号设计的基本方法，可利用软件设计景区 LOGO。	掌握景区宣传口号设计的基本方法，可利用软件设计景区 LOGO。	
		应能撰写小型活动策划文案及实施方案。	应能撰写小型活动策划文案及实施方案。	应能撰写小型活动策划文案及实施方案。	

(四) 课程对培养规格的支撑关系分析表

序号	课程	课程目标	培养规格
1	旅游服务礼仪	1. 能够掌握专业的礼仪技巧，包括面对客户时的言行举止、仪态仪表、言谈举止等方面，以展现出专业、亲和的形象； 2. 具备良好的沟通能力，包括口头表达能力、倾听能力和非语言沟通能力，能够与客户进行有效的交流，了解客户需求并给予合适的回应。 3. 考虑到旅游服务常涉及到跨文化交流，学生应该具备跨文化沟通能力，尊重和理解不同文化背景下的礼仪和习惯，避免文化冲突，并能够在不同文化环境下为客户提供满意的服务。	1-4、6 (5)、7-11
2	旅游市场营销	1. 了解旅游市场的发展趋势、竞争格局、客户需求和行业规范，掌握相关的市场调研方法和技巧； 2. 熟悉市场营销的基本理论和方法，包括市场定位、目标市场选择、产品定价、渠道管理、促销策略等，能够运用市场营销理论分析和解决实际问题； 3. 能够根据市场需求和竞争情况，制定合适的营销策略，包括产品策略、定价策略、推广策略和渠道策略等，提高产品和服务的市场竞争力； 4. 具备推广和品牌建设的能力，能够运用各种营销工具和渠道，进行有效的品牌宣传和推广活动，提升品牌知名度和美誉度。	1-4、5 (1)、6 (3)、7-11
3	商务数据分析	1. 掌握基本的数据分析概念、方法和工具，包括数据收集、清洗、分析和可视化等基本流程； 2. 具备商务数据分析的核心技能，包括数据挖掘、统计分析、预测建模等，能够运用这些技能解决实际商务问题； 3. 能够运用可视化工具和技巧，将数据转化为图表、图形等形式，直观展现数据分析结果，帮助决策者理解数据并做出有效的决策。	1-4、5 (1)、5 (3)、6 (2)、7-11

序号	课程	课程目标	培养规格
4	数字营销推广	1. 能够理解数字营销的基本概念、原理和发展趋势； 2. 熟悉数字营销的各种渠道和工具，如搜索引擎营销（SEM）、社交媒体营销、内容营销等； 3. 能够创作和发布高质量的内容，吸引目标受众的关注和参与。	1-4、5（1）、5（2）、6（3）、7-11
5	智慧旅游技术概论	1. 理解智慧旅游技术的基本概念和发展趋势； 2. 熟悉智慧旅游技术的关键技术和应用场景； 3. 掌握智慧旅游技术与传统旅游业的融合与创新； 4. 了解智慧旅游技术的管理与运营； 5. 培养智慧旅游技术的创新意识和实践能力。	1-4、5（2）、5（4）、6（1）、7-11
6	中国旅游文化	1. 了解中国旅游文化的基本概念和特点； 2. 掌握中国各地旅游资源与文化遗产； 3. 培养中国旅游文化传播和推广能力； 4. 关注可持续发展和文化保护。	1-4、5（4）、6（6）、7-11
7	旅游消费心理学	1. 理解旅游消费心理学的基本概念和理论； 2. 分析旅游消费者的心理特点和行为模式； 3. 了解旅游产品与服务对消费者心理的影响； 4. 掌握旅游营销中的心理学技巧和策略； 5. 了解旅游体验和满意度的心理机制。	1-4、5（1）、6（3）、7-11
8	管理学基础	1. 了解管理的基本概念、原理和功能，包括计划、组织、领导和控制等； 2. 掌握管理理论； 3. 培养管理技能； 4. 应用管理工具； 5. 理解组织行为； 6. 提升战略思维。	1-4、5（1）、7-11
9	统计学基础	1. 了解统计的基本概念和统计数据的来源； 2. 掌握统计数据的搜集、整体和分析方法； 3. 能够运用统计工具进行简单的数据分析； 4. 具备运用统计知识解决实际问题的能力。	1-4、5（3）、6（2）、7-11
10	信息技术应用基础	1. 了解计算机基础知识； 2. 掌握操作系统 Windows 的操作方法； 3. 熟练掌握文字处理软件 word 的使用； 4. 基本掌握电子表格软件 excel 的使用； 5. 基本掌握演示文稿软件 PowerPoint 的使用； 6. 了解计算机网络基础。	1-4、5（3）、6（2）6（8）、7-11
11	商务沟通技巧	1. 提升沟通能力； 2. 理解沟通原理； 3. 发展倾听技能； 4. 增强说服力；	1-4、5（2）、6（3）、6（7）、6（8）、7-11

序号	课程	课程目标	培养规格
		5. 跨文化沟通； 6. 运用现代沟通工具。	
12	Python 程序设计基础	1. 掌握基础编程概念； 2. 熟悉 Python 编程环境； 3. 掌握基本数据类型和操作； 4. 理解控制结构； 5. 理解函数与模块； 6. 学会 文件操作； 7. 学会面向对象编程； 8. 理解异常处理等。	1-4、5（3）、6（2）、7-11
13	旅游英语	1. 培养学生在旅游场景中使用英语进行基本交流的能力，包括问路、订购食物、购物以及日常对话等； 2. 教授与旅游相关的专业词汇和常用表达，如景点介绍、住宿预订、交通工具等； 3. 训练学生如何用英语处理紧急情况，例如求助、报警、寻找医疗服务等； 4. 通过模拟练习、角色扮演等方法，让学生在课堂上模拟真实的旅游情景，提高其实际操作的能力。	1-4、5（1）、6（5）、6（7）、6（8）、7-11
14	数据库原理及应用	1. 掌握数据库系统的基本组成，包括数据模型、数据库架构、数据独立性、数据库语言和接口； 2. 掌握数据建模的技巧，包括实体-关系模型（ER 模型）、规范化理论，以及如何从概念模型转换到逻辑和物理模型； 3. 熟悉数据库的运维，包括备份、回复、安全管理、并发控制和实务管理等，	1-4、5（3）、6（2）、7-11
15	旅游企业客户关系管理	1. 理解客户关系管理（CRM）的基本概念、原理和重要性； 2. 掌握 CRM 在旅游企业中的应用和其对企业成功的影响； 3. 掌握建立和维持客户忠诚度的策略和方法； 4. 学习如何通过技术手段提升客户管理效率和效果。	1-4、5（2）、6（3）、6（7）、6（8）、7-11
16	旅游电子商务	1. 了解电子商务的基本概念、发展历史和它在旅游行业中的应用； 2. 熟悉主要的旅游电子商务平台（如 OTA、旅游预订网站、旅游 APP 等）； 3. 掌握旅游产品和服务的在线推广策略； 4. 了解在线支付系统和支付网关的工作原理和操作方法。	1-4、5（2）、6（1）、6（6）、6（7）、6（8）、7-11
17	智慧旅游产品设计	1. 了解智慧旅游的概念、特点和发展趋势，掌握智慧旅游与传统旅游的区别和联系； 2. 掌握用户研究和需求分析的方法和技巧，了解用户的偏好、行为和需求，为智慧旅游产品设计提供数据支持； 3. 熟悉智慧旅游相关的技术，如人工智能、大数据、物联网等，能够灵活运用这些技术解决实际问题； 4. 掌握产品设计的基本方法和工具，包括用户体验设计（UX）、界	1-4、5（4）、6（1）、6（5）-（8）、7-11

序号	课程	课程目标	培养规格
		面设计（UI）、原型设计等，能够设计出用户友好的智慧旅游产品。	
18	旅游大数据应用	1. 了解大数据分析的原理和大数据在旅游各方面应用； 2. 能根据企业需求构建大数据体系，学会收集，处理和分析财务大数据； 3. 培养旅游数据的抓取和分析能力，通过数据挖掘、系统和定量指标分析发现其隐藏的内在价值。	1-4、5（3）、5（5）、6（2）、7-11
20	市场调研与分析	1. 理解市场调研的基本概念和意义； 2. 掌握市场调研的基本方法和技巧； 3. 学习市场分析的理论和实践； 4. 了解消费者行为和市场细分； 5. 熟悉竞争分析和产品定价； 6. 掌握数据分析和报告撰写技能	1-4、5（3）、6（2）、6（5）-（8）、7-11
21	短视频拍摄与剪辑	1. 掌握短视频运营基础； 2. 学会内容创作与策划； 3. 熟悉主要短视频平台（如抖音、快手、Instagram Reels 等）的操作和功能； 4. 了解如何利用短视频进行旅游品牌推广； 5. 学习如何使用数据分析工具监测短视频的播放量、点赞量、评论数等指标。	1-4、5（2）、6（3）、7-11
22	新媒体运营	1. 理解新媒体营销基础； 2. 熟悉主要的旅游相关新媒体平台，如社交媒体（Facebook、Instagram、微博等）、视频分享平台（YouTube、抖音等）、旅游评价网站（TripAdvisor、Booking.com 等）等； 3. 实践设计和执行新媒体营销活动，如社交媒体推广，内容营销等； 4. 掌握使用数据分析工具（如 Google Analytics、社交媒体分析工具等）进行营销效果分析； 5. 关注旅游新媒体营销的最新趋势和创新。	1-4、5（2）、6（3）、7-11
23	图形图像处理	1. 能够理解旅游平面设计的基本原理，包括色彩理论、构图原则、字体选择等，以及与旅游行业相关的设计特点； 2. 能够熟练掌握常用的平面设计软件，如 Adobe Photoshop、Illustrator、InDesign 等，运用这些工具进行旅游平面设计； 3. 能够培养创意思维和审美能力，能够设计出吸引人眼球、突出特色的旅游平面作品； 4. 能够设计各种形式的旅游宣传物料，如海报、宣传册、折页、地图等，能够准确表达目的地的景点、特色和活动信息； 5. 能够设计旅游品牌的形象，包括标志设计、VI 设计、品牌视觉识别系统等，提升旅游品牌的知名度和形象； 6. 能够应用平面设计技能设计数字化媒体素材，如网站界面、移动应用界面等，提升用户体验。	1-4、5（2）、6（3）、7-11

序号	课程	课程目标	培养规格
24	导游实务	1. 熟悉导游行业的基本知识，包括导游的职责、行业规范、法律法规等； 2. 掌握相关目的地的文化、历史、地理等基础知识，为导游讲解提供支持； 3. 提升口头表达能力，包括准确、生动、流利地用目标语言讲解旅游景点的历史、文化等内容； 4. 掌握导游的专业技巧，包括引导游客、讲解技巧、沟通技巧等； 5. 了解旅游市场的发展趋势和客户需求，为游客提供个性化的服务	1-4、5（1）、6（5）-（8）、7-11
25	旅行策划	1. 能够理解旅行策划的基本概念、原理和流程，包括目的地选择、行程规划、预算控制等； 2. 学员能够分析不同目的地的特点、优劣势，并根据客户需求和偏好进行目的地选择； 3. 能够制定详细的行程计划，包括景点安排、交通安排、餐饮安排等，确保旅行顺利进行； 4. 能够开发具有吸引力和竞争力的旅行产品，并制定推广策略，提高产品的市场竞争力。	1-4、5（1）、6（5）-（8）、7-11