

《旅游企业管理》课程整体设计

一、课程基本信息

课程代码		课程性质	必修课
适用专业	旅游管理	开设学期	第二学期
课程类别	专业基础课程	课程类型	B类
学分	4	总学时	64
学时分配	理论学时：36；实践学时：36		
实施场所	旅游综合实训室	授课方式	知识讲授、项目教学、任务驱动
执笔人	郭丽丽		
审核人			
制订时间	2018.08		

二、课程概述

（一）课程定位

《旅游企业管理》是旅游管理专业的必修、专业基础课程，是一门以知识讲授、项目教学和任务驱动为主要教学手段的“教、学、做”理实一体化课程。本课程旨在让学生综合了解旅游企业、企业管理和管理职能的基础上，形成对旅游企业管理主要工作内容的整体认识，培养和提高学生的旅游企业管理理论素养和实践技能，为学生未来的就业奠定能力和素质基础。

（二）先修后续课程

《旅游企业管理》是在学生掌握一定旅游专业基础知识和技能的基础上，进一步开发学生可持续发展能力的课程，担负着培养旅游管理专业学生从基本的导游服务技能向旅游企业基层管理能力提升的任务。因此，本门课程需要在学生已经学习完《旅游学概论》《导游业务》《旅游政策法规》《导游基础知识》《管理学》等理论和技术基础课的基础上开展教学，安排在大一下学期开设；后续课程包括《旅游策划实务》《民俗旅游实务》《旅游英语听与说》等其他课程。

（三）本课程与中职、本科、培训班同类课程的区别

《旅游企业管理》课程是在分析学生就业岗位群的基础上，根据学生认知规

律、实际工作需要和未来可持续发展要求，遵循“知识讲授、项目教学、任务驱动”教学模式，是对学生导游服务等基本能力进行提升的一门课程，因此，中职院校一般不会开设；在普通高校本科类院校很少开设专门的旅游企业管理课程，大多以《企业管理学》《现代企业管理》等综合管理类课程替代，多穿插旅游企业实践案例，教学内容上以企业战略管理、企业文化和企业形象管理等为主；无论哪种类型的培训班，很少有针对旅游企业管理的专题培训且集中在系统的企业管理理论知识体系。

层次	区别
本科	有相关的旅游企业管理课程；知识本位，教师中心授课；以战略管理、创新管理等宏观理论为主，学生很难独立完成，甚至很难参与进去。
高职	开设专门的旅游企业管理课程；能力本位、学生中心授课；按照工作内容、流程和具体岗位能力要求，组织授课内容、设计教学项目、布置工作任务。
中职	无本门课程
培训班	无专门针对旅游企业的管理培训；以系统的企业管理理论知识学习为主，旅游企业的特殊性和针对性考虑不足。

三、课程目标

（一）总体目标

通过《旅游企业管理》系统的理论学习、能力训练和社会实践，使学生能够初步了解旅游企业管理的基础理论知识体系，掌握旅游企业管理的主要方法和工具，懂得将旅游企业管理的基本职能、思想和原理运用于实践活动中，并提高运用理论分析和解决实际问题的实践能力，培养学生现代旅游企业管理的思想观念 and 创新能力，使学生具备旅游企业基层管理岗位的职业能力和综合素质。

（二）具体目标

1. 知识目标

（1）掌握旅游企业的定义和性质，了解世界和国内知名的旅游企业，知道旅游企业的功能和分类，熟悉旅游企业的主要类型及其业务；

（2）掌握旅游企业管理的定义，理解旅游企业管理的基本属性，掌握旅游企业管理的基本职能，了解旅游企业管理的内容体系，知道旅游企业管理的意义；

（3）掌握旅游企业管理的基础理论，把握古典管理理论、行为科学理论和现代管理理论的主要内容和实质，掌握旅游企业管理的基本原理，了解旅游企业

活动中常用的一般管理方法。

(4) 掌握计划的定义与内容；理解计划的性质和作用；熟悉计划的分类；掌握计划的编制过程与方法；了解计划书的构成与基本框架。

(5) 掌握目标管理思想；掌握制定目标的 SMART 原则及其含义；掌握时间管理的定义、内容；掌握时间管理主要方法；了解常见的时间管理误区。

(6) 旅游企业组织机构的含义；旅游企业组织结构设计的原则；旅游企业组织结构的基本类型；认识传统旅游企业组织结构的局限性；了解新型旅游企业组织结构及其构建。

(7) 规章制度在旅游企业管理中的作用；旅游企业管理中的主要规章制度；使旅游企业有效运转所必需的组织管理制度。

(8) 质量管理的基本概念和术语，树立旅游企业全面质量管理的基本意识，掌握旅游企业服务质量管理的基本内容和方法。

(9) 使学生对旅游企业人力资源管理有一个初步的认识，了解人力资源的特点和旅游企业人力资源管理的内容，熟悉旅游企业人力资源管理的基本概念和基本原理。

(10) 掌握旅游企业岗位分析、员工招聘、培训、激励以及薪酬管理的基本内容、原则和方法。

(11) 掌握旅游企业市场营销管理的基本内容，了解旅游企业营销创新的各种新趋势。

(12) 掌握旅游企业市场细分的原则和方法，明确旅游企业目标市场选择的标准和流程。

(13) 掌握旅游企业市场营销策划方法和组合策略。

(14) 掌握旅游企业文化、企业形象和社会责任得概念、特点及建设和优化路径。

(15) 了解旅游企业危机中的基本概念、特征和危机管理的基本理论。

2. 能力目标

(1) 能够在众多类型企业中识别出旅游企业；能够根据一定标准对旅游企业进行分类；能够辨析主要旅游企业的功能。

(2) 与一般企业管理相比，能够分析旅游企业管理要素和内容的特殊性；

能够在旅游企业日常管理活动中找到基本职能的应用佐证；能够简单运用旅游企业管理的基本职能。

(3) 能够分析旅游企业的相关规章制度中蕴含的管理理论、原理和方法；能够简单运用旅游企业管理基础理论、原理和方法。

(4) 能够根据计划的编制过程及方法编制出较为科学可行的计划；能够按照网络计划技术编制方法编制网络图；能够运用所学知识，结合旅行社产品特点，制定具体的旅游线路产品开发和营销计划。

(5) 能够根据目标管理思想确定合理的目标以指导计划编制；能够运用时间管理理论和方法制定较为科学的时间管理计划。

(6) 能够根据旅游企业的性质和规模等设计相适应的组织结构；能够分析某具体旅游企业现行组织结构存在的基本问题并提出相应的改进建议。

(7) 能够简单分析某具体旅游企业组织管理的基本规章制度；能够草拟简单的旅游企业组织管理的员工手册。

(8) 能够制定旅游企业某一服务和工作环节的质量管理方案。

(9) 能够将人力资源管理的基本知识和技能运用于企业经营管理之中，提升综合管理水平。

(10) 能够进行市场调研、学会分析和使用调研报告。

(11) 能够进行旅游企业市场活动分析，能够选定旅游企业目标市场并进行市场定位，能够进行旅游企业营销策划。

(12) 能够分清旅游管理中的文化要素，分析知名旅游企业文化建设的案例，提出某具体旅游企业在文化建设上的措施和方法。

(13) 能够分析某具体旅游企业形象建设中存在的问题，提出具体改进的措施和建议。

(14) 能够将履行社会责任意识和行为融入到旅游企业日常经营管理中。

(15) 能够将旅游企业危机管理理论运用到旅游企业经营管理中。

3. 素质目标

(1) 使学生形成对旅游企业和旅游企业管理的整体印象，激发学生对旅游企业和旅游企业管理的兴趣。

(2) 培养学生灵活运用比较学习（分析）和实地调研法。

- (3) 培养学生灵活运用旅游企业管理基本职能的意识和素养;
- (4) 培养学生的计划意识和长远意识; 培养学生的整体观和全局观。
- (5) 培养学生的目标意识和控制意识; 培养学生的时间观和效率观。
- (6) 培养学生的条理性、有序性及逻辑性; 锻炼学生知识迁移与应用能力。
- (7) 培养学生组织结构问题意识和管理意识; 培养学生的组织整体观和全局观; 培养学生组织结构设计能力。
- (8) 培养学生规章制度约束和服从意识; 培养学生简单的规章制度拟定能力。
- (9) 培养学生质量、质量监控和管理意识, 培养进行服务质量和评价的方法与能力。
- (10) 培养学生树立“以人为本”的管理理念, 树立正确的“选人观”“用人观”。
- (11) 正确认识营销、树立市场营销的观念, 培养学生较强的口头表达能力、人际沟通能力, 增强学生团队凝聚力和团队间的协作力。
- (12) 培养学生旅游企业文化建设和管理意识, 培养学生旅游企业形象优化意识。
- (13) 培养学生旅游企业社会责任感, 履行社会责任的意识和能力。
- (14) 培养学生的旅游企业危机识别和分析能力。
- (15) 培养学生基本的危机预警意识和管理能力。

四、课程内容

在对旅游企业基层管理人才需求以及毕业生相关就业岗位进行充分调研的基础上, 结合旅游产(行)业特殊性, 根据学生认知规律及企业管理的主要内容和过程, 遵循理论与实践相结合的课程设计原则, 以掌握概念、强化应用、培养技能为重点, 以使用性和应用性为目标, 本课程构建了“128”课程教学内容体系, 力图做到精选内容、降低理论、加强基础、突出应用。

“128”是指“1条主线”“2个基础”“8个项目”, 即以培养学生旅游企业基层管理岗位综合管理技能为主线; 以使使学生掌握旅游企业管理的基础理论和管理思想为基础; 具体包括旅游企业管理认知、旅游企业计划管理、旅游企业组织管理、旅游企业质量管理、旅游企业人力资源管理、旅游企业市场营销管理、

旅游企业文化建设与管理及旅游企业危机管理八个项目，八个项目相对完整、相对独立而又相互影响、相互作用。根据每个项目的主要内容、一般工作过程以及学生的认知规律，进一步细分、总结和提炼典型工作任务，主要教学内容如下。

序号	项目（或模块）名称	工作（学习）任务	学时	
1	旅游企业管理认知	了解旅游企业	2	8
		认识旅游企业管理	2	
		掌握旅游企业管理的理论基础	4	
2	旅游企业计划管理	编制企业计划	4	8
		实施目标管理	4	
3	旅游企业组织管理	设计企业组织结构	4	6
		制定组织管理的基本规章制度	2	
4	旅游企业服务质量管理	树立质量管理意识	2	6
		实施全面质量管理	2	
		服务质量评价	2	
5	旅游企业人力资源管理	编写工作岗位说明书	2	10
		员工招聘与甄选	2	
		员工培训与开发	2	
		绩效考评	2	
		薪酬管理	2	
6	旅游企业市场营销管理	树立市场营销观念	2	10
		发现和分析市场机会	2	
		选择目标市场和市场定位	2	
		制定市场营销组合策略	4	
7	旅游企业文化建设与管理	塑造企业文化	2	6
		优化企业形象	2	
		履行社会责任	2	
8	旅游企业危机管理	危机识别	2	6
		危机防范	2	
		危机处理	2	

五、能力训练任务设计

本课程能力训练任务较多，在此仅以“项目一 旅游企业管理认知”为例介绍，如下图所示：

编号	能力训练任务名称	素质目标	知识目标	能力目标	实施步骤	备注
1	搜集日照市主要的旅游企业，对其进行分类，并根据营业收入或接待人次对每种类型的前10位进行排名。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 使学生形成对旅游企业的整体印象，激发学生对旅游企业的兴趣。 2. 培养学生旅游企业市场调研意识。 3. 培养学生团队合作精神。 4. 锻炼学生的知识迁移与应用能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握旅游企业的定义； 2. 理解旅游企业的性质； 3. 熟悉旅游企业的分类； 4. 掌握旅游企业的主要类型及其功能。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够在众多类型企业中识别出旅游企业； 2. 能够根据一定标准对旅游企业进行分类； 3. 能够辨析主要旅游企业的功能。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师布置能力训练任务，介绍注意事项及考核标准； 2. 学生接受并准确理解任务，完成任务分解、小组分工并开始搜集相关资料，完成任务； 3. 教师引导学生进行成果展示、小组讨论与综合点评； 4. 教师根据各小组任务实施与成果展示情况给出各小组分数并做出点评； 5. 学生总结自己不足，学习其他人长处，并做进一步改进和完善。 	学生借助 PPT 展示、汇报主要成果
2	结合日照某旅行社实际，总结提炼旅行社日常管理内容和要素的特殊性及基本职能。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 使学生形成对旅游企业管理的整体印象，激发学生对旅游企业管理的兴趣； 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握旅游企业管理的定义； 2. 理解旅游企业管理的基本属性； 3. 掌握旅游企业管 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 与一般企业管理相比，能够分析旅游企业管理要素和内容的特殊性； 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师布置能力训练任务，介绍注意事项及考核标准； 2. 学生接受并准确理解任务，完成任务分解、小组分工并开始搜集相关资料，完成任务； 	学生借助 PPT 展示、汇报主要成果

		<p>2. 培养学生灵活运用旅游企业管理基本职能的意识和素养;</p> <p>3. 培养学生灵活运用比较学习(分析)和实地调研法。</p>	<p>理的基本职能;</p> <p>4. 了解旅游企业管理的内容体系。</p> <p>5. 知道旅游企业管理的意义。</p>	<p>2. 能够在旅游企业日常管理活动中找到基本职能的应用佐证。</p> <p>3. 能够简单运用旅游企业管理的基本职能。</p>	<p>3. 教师引导学生进行成果展示、小组讨论与综合点评;</p> <p>4. 教师根据各小组任务实施与成果展示情况给出各小组分数并做出点评;</p> <p>5. 学生总结自己不足,学习其他人长处,并做进一步改进和完善。</p>	
3	<p>请按照营业收入搜集日照前5位旅行社的员工手册或者其他管理制度,并分析其体现了哪些基本的管理思想、原理和方法。</p>	<p>1. 培养学生旅游企业科学管理意识和素养;</p> <p>2. 培养学生运用相关理论及方法分析和解决问题的能力;</p> <p>3. 锻炼学生归纳、总结和提炼能力;</p> <p>4. 培养学生团队协作精神和能力;</p>	<p>1. 掌握旅游企业管理的基础理论,古典管理理论、行为科学理论和现代管理理论;</p> <p>2. 掌握旅游企业管理的基本原理;</p> <p>3. 熟悉旅游企业管理的基本方法。</p>	<p>1. 能够分析旅游企业的相关规章制度中蕴含的管理理论、原理和方法。</p> <p>2. 能够简单运用旅游企业管理基础理论、原理和方法。</p>	<p>1. 教师布置能力训练任务,介绍注意事项及考核标准;</p> <p>2. 学生接受并准确理解任务,完成任务分解、小组分工并开始搜集相关资料,完成任务;</p> <p>3. 教师引导学生进行成果展示、小组讨论与综合点评;</p> <p>4. 教师根据各小组任务实施与成果展示情况给出各小组分数并做出点评;</p> <p>5. 学生总结自己不足,学习其他人长处,并做进一步改进和完善。</p>	<p>学生借助 PPT 展示、汇报主要成果</p>

六、课程实施计划

单元	周次	学时	项目（任务）	教学方法手段	教学场所
1	1	2	第一次课	讲授法、分组讨论法、 情境教学法	旅游综合 实训室
2	1	2	了解旅游企业	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
3	2	2	认识旅游企业管理	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
4	2-3	4	掌握旅游企业管理的 理论基础	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
5	3-4	4	编制企业计划	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
6	4-5	4	实施目标管理	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
7	5-6	4	设计企业组织结构	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
8	6	2	制定组织管理的基本 规章制度	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
9	7	2	树立质量管理意识	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室

10	7	2	实施全面质量管理	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
11	8	2	服务质量评价	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
12	8	2	编写工作岗位说明书	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
13	9	2	员工招聘与甄选	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
14	9	2	员工培训与开发	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
15	10	2	绩效考评	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
16	10	2	薪酬管理	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
17	12	2	树立市场营销观念	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
18	12	2	发现和分析市场机会	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
19	12	2	选择目标市场和市场 定位	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、	旅游综合 实训室

				分组讨论法、情境教学法	
20	13	4	制定市场营销组合策略	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
21	14	2	塑造企业文化	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
22	14	2	优化企业形象	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
23	15	2	履行社会责任	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
24	15	2	危机识别	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
25	16	2	危机防范	案例分析法、讲授法、 启发法、角色扮演法、 分组讨论法、情境教学法	旅游综合 实训室
26	16	2	最后一次课	讲授法、分组讨论法、 情境教学法	旅游综合 实训室

七、课程考核

基于以下几方面评价因素的考虑：建设性地利用课堂时间完成作业（个人得分）；你们的成果质量（小组得分）；对参考资料的运用（小组得分）；课堂发言的逻辑性、创见性（小组及个人得分）；与组员合作、平等、分享（个人得分）。

1. 在完成任务过程中表现出来的能力和任务方案的质量。（30%）

项目	具体指标	好 40%	一般 30%	差 20%
成果内容	较好地表现了线路策划与营销工作的要求。			
艺术效果	各种信息载体配合协调、合理，页面布局简洁、美观、和谐。			
创新特色	成果的整体设计有新意，启发性强，原创成分高，具有个性表现力。			

2. 综合评价（70%）

考评项目		自我评估	小组互评	教师评估	备注
素质考评 10	工作纪律 3				
	网德意识 3				
	协作精神 4				
工单考评 20					
实操考评 40	工具使用 5				
	任务方案 10				
	实施过程 20				
	完成情况 5				
	其他				
合计 70					
综合评价 70					

八、课程实施条件

1. 教学团队

《旅游企业管理》教学团队成员为旅游管理专业教师郭丽丽、陈万本、姜录录、刘丹、律丽和上海迪士尼校园关系组经理徐麟及助理张洁，教学团队成员教学经验和企业工作经验丰富，有着一线旅游行业的从业经验和各种类型旅游企业顶岗锻炼的大量积累，也有来自企业的基层管理岗位知识、能力和素质的要求。

2. 教学场所

《旅游企业管理》课程教学要求在旅游综合实训室中进行，整个教室至少需要包括教师策划工作室、学生策划工作台、小组教学区和模拟教学区四个教学区，以满足“一体化”教学的要求。

教师策划工作室需要配备教师工作电脑一台、办公桌一套、打印机一台、电话机一部、沙发一套、档案柜一组，条件具备可配备GPS定位仪、测距仪等设备。教师策划工作室作为课程校企合作的平台，对外联络合作企业，承接企业策划与营销项目，并将企业策划与营销项目作为课程真实的教学项目，教学成果再应用到企业中去；学生策划工作台需要配备电脑一台（可上网），供学生小组在上课过程查阅资料和完成策划任务时使用；小组教学区需要配备可围坐的座椅，以便于小组教学和小组讨论；模拟教学区需要培训会议桌椅一套，用于学生上课过程中模拟教学。

九、课程建设情况

（一）课程资源

1. 教材：自编教材和选用教材

（1）自编教材

《旅游企业管理实务》日照职业技术学院校本教材

（2）选用教材

《旅游企业管理》，郑向敏、韩军、舒晶，2008，重庆大学出版社；

《旅游企业管理实务》，刘锋华、唐环宇，2012，经济科学出版社；

《旅游企业管理》，夏林根，张懿玮，王立龙，2015，上海人民出版社。

2. 网站：在线教学平台

教学视频、教学课件、教学图片、参考教材、学生工作页、能力训练指导书及网络资源

（二）课程建设思路

1. 组建高质量教学团队。高职《旅游企业管理》精品资源共享课课程教学效果的优劣取决于精品课程主持人、主讲教师的教学水平。授课教师学术与教学水平兼备，教学、科研两翼齐飞，需要教师具备奉献精神，投入大量心血。

2. 开发立体化精品教材。高职《旅游企业管理》精品课程教学过程中，教材处于枢纽位置，是教学大纲的具体化，是课程知识点的载体。开发特色教材或自编校本教材，重视教材的科学性、实用性，为知识传授和能力培养奠定了良好的基础，对提高课程的教学质量至关重要。因此，教材首先要反映企业经营管理的**发展趋势**，吸收国外成果，并与我国企业管理实践相结合；其次要“立体化”，即以传统纸质教材为基础，并配套多媒体教学资源及多种教学内容服务的出版物集合，可以为课程教学提供整体的解决方案。

3. 制作多媒体教学课件。精心制作与教材相配套的多媒体教学课件。要符合认知规律，并与课程教学内容相匹配，还应与教师讲解相呼应。传统教学与多媒体教学的优势互补，便于发挥教师主导作用，有效形成教学互动。利用多媒体教学课件，将新教学理念融入到课件制作与使用过程中，适应企业管理课程教学的需要。课件顺序式、跳跃式的多组合方式为授课教师提供了发挥余地，便于在授课过程中对教学内容的重新组合，为教师的个性化教学提供了基础。

4. 搭建数字化学习平台。利用校园内网，搭建《旅游企业管理》精品课程数字化网络平台，将教学大纲、授课进度、电子教案、多媒体课件、练习题库、实训计划、实习指导手册、在线考核系统、优秀学生习作、参考书籍等合理归置其中。增加高职学生的学习渠道，拓宽他们的视野，提高学习兴趣，改善学习效果。

5. 采取启发引导式教学。为避免传统教学过程中可能产生的死记硬背知识点、学习过程单调枯燥等现象发生，在教学过程中授课教师必须注重理清思路、讲求方法、设置问题、组织讨论，以启发学生自主思考。启发引导式教学不仅能加深高职学生对企业管理相关理论的理解，而且能极大提高他们学习的积极主动性，更能锻炼他们解决问题的能力；当然也活跃了课堂气氛，促进了师生间的相互探讨、平等交流，必然能收到良好的教学效果。

6. 注重案例与实践教学。目前高职《旅游企业管理》课程偏重于实践，而非实验。其中案例分析基本上是授课教师在课内布置企业经营管理案例，学生利用课上或课后时间完成，期间教师组织学生讨论，并进行相应的专业指导。实践教学的主要组织形式则是授课教师根据课程内容布置相应专题，学生通过调研、讨论、分析策划等形式进行实践，并鼓励学生以小组为单位完成任务。

（三）课程建设进展

随着旅游管理专业建设和课程改革的持续深入，旅游企业管理课程的发展大致经过以下三个阶段。

第一，初设阶段——2016年，以课堂理论讲授为主，且仅限于书本知识。

第二，改造与完善阶段——2017年，授课形式从单纯的理论讲授，发展为案例教学、模拟教学和社会实践相结合。

第三，发展阶段——2018年以后，按照高职旅游管理人才培养目标要求，改革“旅游企业管理”的课程设置，将课程内容模块化、项目化、任务化。

在课程教学中，以“掌握概念、强化应用、培养能力”为重点，贯彻以实践教学提升教学质量的教育教学改革理念，一是注意将实际案例引入课堂中，启发学生思考，引导学生评析；二是注重设定特定情境，布置能力训练任务，分享拓展资源，突出能力培养；三是践行“做中学，学中做”，通过选定主要模块、分解具体项目、布置训练任务及考核评价等将理论讲授、案例评析和能力训练有机结合起来。在教学方法上，从最初单纯的理论讲授，逐步过渡到理论与实践相结合，并逐步融合专题讨论、情景模拟、角色扮演、案例教学法、多媒体授课法等现代教学法，教学手段日益丰富，在学院受到开课班级学生的一致好评。

十、需要说明的其他问题

十一、本课程常用术语中英文对照表

2018年8月

