

●上海市高等学校教育高地建设项目

旅游与会展管理 专业人才培养方案探索

上海旅游高等专科学校专科教学改革方案汇编

杨卫武 主编

上海人民出版社

● 上海市高等学校教育高地建设项目

旅游与会展管理 专业人才培养方案探索

上海旅游高等专科学校专科教学改革方案汇编

杨卫武 主 编

朱承强 郑旭华 林苏钦 副主编

上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游与会展管理专业人才培养方案探索:上海旅游高等专科学校专科学校教学改革方案汇编/杨卫武主编. —上海:上海人民出版社,2008
(上海市高等学校教育高地建设项目)
ISBN 978-7-208-07896-3

I. 旅... II. 杨... III. ①旅游经济-经济管理-教学改革-高等学校②展览会-管理-教学改革-高等学校
IV. F590-4 G245-4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 081188 号

责任编辑 屠玮涓

封面装帧 甘晓培

· 上海市高等学校教育高地建设项目 ·
旅游与会展管理专业人才培养方案探索
——上海旅游高等专科学校专科学校教学改革方案汇编
杨卫武 主编
世纪出版集团
上海人民出版社出版
(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)
世纪出版集团发行中心发行
上海商务联西印刷有限公司印刷
开本 720×1000 1/16 印张 44 插页 4 字数 823,000
2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-208-07896-3/F·1762
定价 100.00 元(全两册)

序言

2005年11月,为全面贯彻落实“科教兴市、人才强市”和“大力发展职业教育”的战略决策,切实加强上海高等教育内涵建设,上海市教育委员会开展了高等职业教育改革建设工作。目的是将上海高校的一批专业建设成为上海乃至全国的人才培养重要基地和高校教学研究与师资培训中心,成为在国内外有一定知名度和影响力的高等职业教育培训基地,为上海城市发展和经济建设提供人力资源保障。

目前,我国已经进入高等教育大众化发展阶段。为了适应我国经济社会发展需要,高等教育顺应“以学生为中心、终身教育、教育国际化”的教育发展趋势,已经成为高校教育教学改革立足点和依据。课程体系和教学内容的改革是高校专业建设的核心,也是教学改革的重点和难点。教育部《关于进一步深化本科教学改革全面提高教学质量的若干意见》(2007年2月)明确指出:“深化教学内容改革,建立与经济社会发展相适应的课程体系。要坚持知识、能力和素质协调发展,继续深化人才培养模式、课程体系、教学内容和教学方法等方面的改革,实现从注重知识传授向更加重视能力和素质培养的转变。要根据经济社会发展和科技进步的需要,及时更新教学内容,将新知识、新理论和新技术充实到教学内容中,为学生提供符合时代需要的课程体系和教学内容。要大力推进教学方法的改革,提倡启发式教学,注重因材施教。要优化课程结构,构建以核心课程和选修课程相结合、有利于学科交叉与融合的课程体系。”

上海旅游高等专科学校创建于1979年,是中国第一所培养旅游高级专门人才的高等学府,现为我国旅游专业师资最为集中、旅游专业最为齐全、对旅游行业人才培养人数最多的旅游高等院校。根据教育部文件精神,学校在总结29年旅游教育办学经验的基础上,结合专业教学改革方向和自身实际,采取课题研究的方式,对旅游会展专科专业人才培养模式、课程体系与教学内容改革做了比较

全面系统的理论研究和实践探索。全书在体例结构上,采取宏观、中观和微观的视角,论述了现代旅游教育思想,探讨了旅游高等人才培养模式,对各专业教学内容与课程体系改革方案、实训实习及就业指导等各个方面进行了分析和设计。在教学内容与课程体系改革和建设方案研究中,各专业从背景性分析入手,着重阐述了产业与高等教育发展是旅游会展专业建设和专业教学改革的依据和动力;通过对中外旅游高等教育实证分析和比较分析,总结了国内外旅游院校办学模式和经验,开阔了教学改革的眼界和思路;依照人才培养内在规律和逻辑要求,力求体现学生、社会与学科三者有机结合及协调发展的思想与理念,理清课程体系与教学内容改革的基本思路;在课程结构整体性方案设计上,根据专业人才培养目标及规格要求,采用“平台加模块”和“整体优化”的设计模式,制定了一整套相应的旅游会展专业培养方案、教学计划,并就专业教学改革和建设的保障条件提出了改革措施。

我们寄予希望的是:本书不仅是探讨我国旅游会展教育教学改革的研究专著,同时也可作为旅游专业教学改革实践工作的参考书。作为阶段性成果,本书总结了上海旅游高等专科学校近年来旅游教育教学改革经验,剖析和展现了旅游学院的办学理念、办学风格和具体做法。相信本书的出版,能够为全国旅游院校专业教学改革提供有价值的参考。

上海师范大学校长 李进

二〇〇七年六月

目 录

序言 1

导论 现代旅游教育思想研究 1

第一章 适应新形势的旅游高等人才培养模式 8

- 第一节 我国旅游业发展现状与特点 8
- 第二节 中国旅游业发展趋势与预测 17
- 第三节 旅游业发展对旅游高等人才培养的影响与要求 20
- 第四节 旅游高等教育发展模式探索与研究 22

第二章 旅游管理专业课程体系建设改革方案 26

- 第一节 旅游管理专业课程体系建设改革的背景和依据 26
- 第二节 旅游管理专业课程体系建设改革的基本思路 33
- 第三节 旅游管理专业课程体系建设改革的具体内容 36
- 第四节 旅游管理专业课程体系建设改革的保障条件和措施 63

第三章 酒店管理专业课程体系建设改革方案 68

- 第一节 酒店管理专业课程体系建设改革的背景和依据 68
- 第二节 酒店管理专业课程体系建设改革的基本思路 69
- 第三节 酒店管理专业课程体系建设改革的具体内容 69
- 第四节 酒店管理专业课程体系建设改革的保障条件和措施 81

第四章 旅游电子商务专业课程体系建设改革方案 83

- 第一节 旅游电子商务专业课程体系改革的背景和依据 83
- 第二节 旅游电子商务专业课程体系改革的基本思路 87
- 第三节 旅游电子商务专业课程体系建设改革的具体内容 89

	第四节 旅游电子商务专业课程体系建设改革的保障条件和措施 110
第五章 旅游会计专业课程体系建设改革方案 118	第一节 旅游会计专业课程体系建设改革的背景和依据 118 第二节 旅游会计专业课程体系建设改革的基本思路 119 第三节 旅游会计专业课程体系建设改革的具体内容 123 第四节 旅游会计专业课程体系建设改革的保障条件和措施 136
第六章 烹饪工艺与营养专业课程体系建设改革方案 143	第一节 烹饪工艺与营养专业课程体系建设改革的背景和依据 143 第二节 烹饪工艺与营养专业课程体系建设改革的基本思路 154 第三节 烹饪工艺与营养专业课程体系建设改革的具体内容 157 第四节 烹饪工艺与营养专业课程体系建设改革的保障条件和措施 168
第七章 旅游英语(日语)专业课程体系建设改革方案 172	第一节 旅游英语(日语)专业课程体系建设改革的背景和依据 172 第二节 旅游英语(日语)专业课程体系建设改革的基本思路 181 第三节 旅游英语(日语)专业课程体系建设改革的具体内容 181 第四节 旅游英语(日语)专业课程体系建设改革的保障条件和措施 199
第八章 旅游韩语专业课程体系建设改革方案 203	第一节 旅游韩语专业课程体系建设改革的背景和依据 203 第二节 旅游韩语专业课程体系建设改革的基本思路 210 第三节 旅游韩语专业课程体系建设改革的具体内容 210 第四节 旅游韩语专业课程体系建设改革的保障条件和措施 225
后记 228	

现代旅游教育思想研究

我国高等教育和旅游业的大发展,迅速推进了我国的旅游教育的大发展。蓬勃发展的旅游教育,为我国旅游业的发展,提供了强大的人力资源支撑,旅游教育在提高我国旅游业管理水平和管理理念的同时,也促进了我国旅游业的现代化进程。然而,随着我国国际化开放程度的提高和现代化进程的加快,旅游教育不能适应旅游行业发展的状况日益明显。旅游教育与旅游业的不适应,主要表现在旅游人才的培养规格,内在质量和敬业精神方面的差距,而这种差距,在很大程度上是旅游教育思想的差距,因此,对旅游教育与旅游行业适应度的研究,首先是围绕如何寻求两者相适应的旅游教育思想的研究。

一、目前高等旅游教育与社会需求间的主要差距

1979年上海旅游专科学校的成立,标志着我国正式有了旅游高等教育。到2005年,中国开设旅游相关专业的院校有1336所,其中高等院校693所,约占总数的51.9%,中等职业学校643所,约占总数的48.1%。旅游专业在校生人数为56.6万,旅游院校每年为旅游行业输送毕业生超过15万人。旅游教育成为我国非常大的一个专业门类。但是,与庞大的旅游专业在校生相比,旅游专业毕业生的行业就业率并不高,据了解,综合性大学旅游专业毕业生的行业就业率大约在10%—20%之间,几年后从本行业流失约20%—70%。历史比较悠久的单一性质的旅游院校的毕业生行业就业率能达到60%,但几年后的流失率也在20%—40%左右。

虽然旅游院校毕业生行业流失率的统计只是一种估计,但是,旅游院校毕业生行业流失的比率高是被公认的。为什么旅游院校毕业生行业流失率这么高,有人对此做过专门的调查,其基本结论是旅游院校的毕业生不适应行业的要求。具体地讲,这种不适应主要表现在职业意识、职业能力和知识结构方面。从职业意识方面来看,旅游业是团队执行力要求很强的服务业,在这样的机构中,首先要有强烈的服务和服从意识,但是现在的毕业生的服务精神和服从意识显然是不足的,这固然与现在的学生大多数是娇生惯养的独生子女有关,也与学校教育不恰当有关。学生在进入行业前,并没有树立起从事旅游业必须具备的职业意识,他们中的不少人的行为规范与服务业的要求格格不入。从职业能力方面看,在一个以团队服务于人的行业中,团队精神、沟通能力和操作技术都是这个行业中的基本职业技能,但是现在的毕业生,不仅缺乏团队协作和沟通能力,就连一些最基本的操作能力也

不强,作为一个旅游专业的毕业生,未必掌握这个行业的基本入门技巧,一切都需到了岗位再学,这样的学生在旅游业工作并无特别优势。从毕业生的知识结构来分析,由于现在大多数旅游院校的课程设置、师资配备方面的原因,学生掌握的知识或者比较陈旧而脱离实际,或者理论的东西大大超过应用性的东西,往往最缺乏的是一个刚进入旅游行业的新手所需要的知识结构。正由于旅游院校毕业生在职业意识、职业能力和知识结构方面与行业要求存在很大差距,所以导致了在毕业寻找工作的时候,放弃到旅游行业工作的机会,或者到了旅游行业工作后,由于自己的感觉或者单位的感觉不顺畅而离开旅游行业。

对于旅游专业的许多毕业生不在旅游行业就业,行业人士认为这是教育的失败,是学非所用,有些教师则认为,这恰恰反映旅游教育的成功,说明旅游专业毕业生知识基础宽,适应能力强。而且各自围绕自己观点做了许多理论方面的探讨和论证。那么究竟是什么原因,导致旅游教育与旅游行业不匹配呢?

二、造成旅游院校学生供需目标差距的原因

针对现在许多旅游院校毕业生,要么不到旅游行业就业,要么会在很短的时间内离开旅游行业,学界和业界对此都做过很多的分析,这些分析一般围绕着课程、师资、教材和用工模式等展开。本文在这些分析的基础上,围绕着办学理念、学科发展再做进一步的分析。

(一) 办学指导思想

中国大多数高校应该是研究型还是教学型,这个问题是近几年高等教育界在反复讨论的问题,在这样的一场讨论中,关于大部分高校应该是教学型的观点逐渐占了上风。但是,在如何教学,如何培养学生的目标上理解也不是一样的。厚基础、宽口径、重实践、重应用这样一些词语,在对学生培养目标的表述方面,被进行了不同的排列组合,这些组合,从大的方面来讲,反映出对学生培养目标是通才还是专才的不同思考。有的认为,大学就是通识教育,大学教育的根本是素质,而不是具体的就业技能,更不是就业教育。也有的主张,今天的大学入学率已经表明中国的高等教育已经从精英教育阶段进入了大众教育阶段。在大众教育阶段,对于毕业生最主要的就是就业,因此大学教育本质上就是就业教育。素质教育还是就业教育,这两个其实并不矛盾的问题,有时会明显地表现出差异,这种差异,在旅游专业毕业生的供需上也同样表现出来。

旅游行业的一些分析认为,旅游行业是一个风光在外、辛苦在内的行业,旅游从业人员,都必须具有从最基层干起的准备,不论你是从什么地方毕业的,进入旅游行业,如果没有吃苦耐劳,从头干起的思想准备,就难以在旅游行业得到大的发展。然而,现在的高等旅游教育,历来是宣称以培养中高级管理人员为目标的,在这样定位下培养的学生,很难接受从最基层岗位开始其事业的要求,他们往往无法忍受最初的最底层工作,甚至于因为在实习阶段体会到了旅游行业

的艰辛,就不愿意在这一行业工作,旅游教育并未真正建立起学生的职业意识,学历越高,这种情况就越明显。更重要的是,在职业技能方面,由于大多数旅游院校还只是在通识教育、素质教育思想指导下,因忽视或者由于师资的情况而无法实施较好的职业技能教育,大多数毕业生,并不掌握基本的就业技能,到了工作岗位,明显地感到力不从心。

而对于同样的一种现象,旅游教育部门则认为,高等教育不是纯粹的就业教育,学校当然需要学生的行业就业率,更需要学生的发展能力培养。严格的学术思维能力的训练,是学生将来得到良好发展的前提。目前,部分企业目光短浅,只知道学生招录就用,最好,高校给它现成的专业调酒师,娴熟的餐厅服务员,任劳任怨的房间清理工,并不需要为未来准备什么管理者、战略家。正是旅游企业的这种对人才的“快餐式”要求和目光短浅的人才观,导致从学校毕业的优秀人才,进不了旅游行业,并最终导致旅游行业发展的滞缓。旅游行业发展面临人才瓶颈的现状,是旅游行业用人制度造成的。同时,学生能轻易地离开这个行业到他处就业,正说明旅游教育造就了一批适应能力强的学生,这是旅游大通识教育的成功。

在高等教育从精英教育走向大众教育的时代,大学究竟是以培养合格的就业者为主,还是以培养学究为主,是从目前高等教育的卖方市场出发,不怕没人来念大学,还是关注毕业生的行业就业率、就业质量,这实际体现出今天办大学的基本理念和指导思想的分歧。

(二) 盲目扩大办学规模,提高办学层次

近年来,高等院校中,一个经常用到的词是做大做强,即理论上应当是办学规模和质量的同步提高。但是,从近几年高校的实际状况来看,构成做大做强的主要目标还是围绕着校园面积、招生规模、专业门类展开的,而教学管理、课程水平、师资素质等关乎学校生命的本质因素并没有真正成为学校的核心指标。为了做大做强,学校的主要工作是:建房子、拉生源、抢名人、攻博点。经过几年的发展,现在的大学都成了占地千亩,学生过万,跨江越河,山岭连绵,校车满地跑,校门四处开,学生毕业要离校了,尚未弄清自己的母校到底有几个校区,有多大规模。一时间,“大”就等于“强”。大变动不等于大发展,以“大”论成败,学校的特色不再,专业雷同,而离“人才至上、教学为先、名师名牌”的办学理念则越来越远。

在做大的背景下,扩招是近几年的一个主要亮点,由于扩招,学校需要不断地进行基本建设,就需要更多的资金,而要资金,就要扩大办学规模。在一系列的规模扩张进程中,教育资源被严重稀释,办学效益被放到重要的位置。高校的扩招冲动,在旅游管理专业得到了很好的寄托。由于旅游行业的大发展,客观上存在人才的大需求,所以,高校的扩招冲动,被非常合理地诠释为,高校紧贴市场,为社会服务。开设旅游管理专业的院校全国每年要新增几十个新招生。1990年,全国开设有旅游管理专业的高等学校55所,1995年上升到138所,到了1999年达到206所,而2005年,这个数字上升到693所,15年间,开设旅游专业的院校数扩大12倍

以上。与此同时,旅游专业在校规模急剧扩大,旅游教育资源被严重稀释,一大批没有任何行业经验的博士硕士生,被迅速地补充到旅游教育行业中,他们中有的人,可以拿着书本,今天讲授饭店管理,明天讲授旅行社运作,后天又在研究旅游资源。

在旅游院校迅速扩张的同时,由于高校盲目提升办学层次的影响,旅游教育的学历层次被迅速提高,而且,由于一级学科博士点的设立,在一些一级学科下,自动生成了旅游管理的博士点,一些从未有过旅游教育经验的学校,一下进入了旅游教育的高端领域,并以其在学科建设上的优势,很容易对旅游管理的高层次教育产生强大的话语权,把旅游教育更引导到学理性很强的道路上。扩招,升等,多年来,被实践证明比较合适的学历层次,在高校的升级中,被重新洗牌,旅游专业学生的在校时限被进一步拉长。

旅游行业所希望的学历递进要求是什么呢?由于旅游行业的应用性、实践性特别强,所以旅游行业从业人员的学历进修要求,往往与他在行业的发展程度有关。比如,一个大专生,进入企业后,可能会在一个很基础的岗位工作,由于工作表现,他得到升迁机会,成了部门经理。于是希望有新的学历要求,随着职位的不断提高,他的学历要求就会相应提高。这样一种特殊的学历要求,在目前的旅游教育中,并不能得到体现。学校还是按照一般的人才培养模式,在追求着专升本、升硕、升博,各学校从自己的生源市场出发,都有一下子把学生培养到研究生的欲望,其实恰恰是这种与行业要求脱节的培养方式,造成了我们旅游院校只是在为社会培养高学历人才而没有为行业培养合格人才的局面,于是就出现了一方面旅游院校大规模的扩招、提高层次,一方面旅游企业难以招到所需人才的情况。

(三) 学科成熟度与人才需求不匹配

“旅游管理”作为一个学科,是非常“幼稚”的。从1893年瑞士洛桑酒店管理学院成立开始算起,也不过100多年,在我国,从1979年上海旅游专科学校成立起,还不到30年。虽然,一个学科的发展,并不一定完全同步于院校的建立,但旅游管理毕竟是个新兴学科。正因旅游学科发展的历史短,本身的内涵外延还在不断完善中,与一些传统精典的学科,如“汉语言文学”、“数学”等相比,成熟度完全不一样。旅游管理学科的不成熟,决定了旅游教育应该逐步的发展,但社会对旅游管理专业人才的大量需求,催生了大量应对市场而设置的旅游管理专业,学科的不成熟与专业的大发展,形成了一对在短时期内无法解决的矛盾,必然造成人才的培养方式与人才的适应要求的不协调。

旅游学科的不成熟,表现为对旅游管理学科的内涵与外延的认识不清,究竟什么是旅游管理,有的认为旅游管理就是旅游企业管理;有的认为,旅游企业管理本质是企业管理,是工商学科,而旅游管理者应围绕着“游”字展开,是研究旅游心理与旅游行为的学问;也有的认为,旅游管理主要关心的是旅游吸引物,旅游学科主要面对的是旅游动机、旅游行为、旅游吸引物。这在客观上,也为旅游院校的办学设置了一个难题,面对难题,旅游院校往往利用自己的优势,从现有师资出发,杂乱

地拼凑专业,以旅游的多样性,掩盖学科的核心竞争力的不足。

旅游行业是实践性、开放性很强的行业,旅游教育要求紧贴行业实际,要有合适的教学体系、教材、实验手段和合适的教师。然而,现在某些仓促上马的院校,只是从旅游比较热门的角度出发,简单地以历史、地理、管理等专业为基础,开始举办旅游教育。在课程设置、教育方法上,容易沿袭一般的大学教育方法,并因人设课,导致教学计划、课程设置针对性差,教学内容与行业实际脱节,实习环节流于形式。又由于目前高校的升级热,旅游教育相应地陷入了本科教育“理论化”、专科教育“本科化”、职业教育“普教化”的怪圈。旅游教育的体系与结构严重滞后于旅游企业的市场化水平,难以对行业发展起到积极作用。正是旅游教育与旅游行业在一定程度上的脱节,导致了旅游行业对旅游教育依赖度的下降,同时也导致了旅游院校毕业生的行业就业率下降。

(四) 教学体系与人才规格不相配问题

完善的教学体系,是在一个成熟的学科框架内生成的,正所谓专业是靠学科支撑的。由于旅游管理学科发展的不完善,导致这一学科对自己的培养方向、目标手段都在逐步探索中,尚未形成一个完善的教学体系结构。比如,在旅游管理学科专业中,除了“旅游学”或“旅游学原理”这一门属旅游基础课的课程外,许多旅游课程都是其他学科的应用和移植。如旅游经济学、旅游宏观管理、旅游地理学、旅游心理学、旅游企业管理(包括饭店管理、旅行社管理、景点管理等)、旅游市场营销、旅游资源管理、旅游信息管理、旅游企业财务管理等。这些课程基本上都是采用传统学科的知识体系,来解释或解决旅游的问题。这些来自不同学科的课程,却要在一个专业中组合,这种组合与被培养人才的规格之间出现不协调,有其必然性。

同时,旅游行业的大发展,对旅游人才的要求,也变得非常复杂。旅游行业是非常综合的行业,子系统非常多样化、专门化,如宾馆、旅行社、会展、旅游景点、餐饮业、旅游商品、旅游规划设计、旅游信息、旅游文化、旅游的政府管理等,每一方面所需人才的知识结构,都要有一个独特的学科群来支撑,这些学科群,如果按学科分类,起码牵涉到哲学、经济学、法学、文学、历史、理学、管理、心理学等大的学科门类,也会涉及统计学、食品科学与工程、风景园林、市场营销、管理信息系统、会计学、财务管理、人力资源管理、旅游管理、企业管理、建筑、机电等。旅游管理无法涵盖那么多的学科,也无法面对那么多的需求,而现行的专业管理体系,的确非常坚持其学理性。专业方面再多的需求,都不能改变旅游管理作为工商管理二级学科的现状。人才需求的极其多样化,学科管理只给了一个很小的空间,在这样的体系结构中,旅游管理的教学体系难免与行业所需人才的规格不协调。

(五) 师资水平与课程要求有距离,考核机制不完善

教学是学校的生命。学校因教学而设,教学存则学校存,教学旺则学校盛。学生依靠教学接受熏陶和哺育,教师依仗教学实现自我和价值。教学优秀则学生优秀,教学出色则教师成名。因此,办学的行家总是以抓教学为己任,教学为先,以优

秀的教师作为学校的根本所在。

然而,目前的旅游教育师资,并不适应应用性很强的旅游教育的需要。大多数旅游教育师资,来源于外语、历史、地理、经济管理,有许多教师对旅游行业是不了解的,他们的知识不是来自书本,就是来自其他相关学科,师资水平与课程要求距离甚远,造成了教师对课程理解的偏差。而很多学校存在唯学历论,又使得这种偏差进一步扩大。

如果说,旅游管理专业的学科完善度,多少导致教学目标与社会需求的矛盾,那么,借助于完善的师资保障系统,我们还是可以对这些不协调进行一定的纠偏,但是,目前教师的进入机制,不但无助于这种偏差的缩小,甚至于还使这种偏差进一步扩大。如果那些对行业理解存在不足的师资,在进入旅游教育行业后,能集中精力进行教学研究,旅游教育与社会脱节的现象是可以多少得到弥补的,但是,在我们现在的大学价值取向指导下的教师的考核机制,客观上不利于这种偏差的缩小。现在的大学,越来越重视对教师科研能力的考核,科研和职称挂钩,和收入挂钩的实际,不利于教师努力教学,也无助于教师更多地关心学生的毕业就业状况。

学校办学的目标,并未真正建立在学生的发展之上,学科的不完善加上教师的不适应,旅游教育就是在这样的环境中发展着,在这种情况下,要简单地完成教学——考试——发文凭是没有任何问题的,但要造就行业适应人才就会存在明显的不足。

三、围绕行业需要,培养适用人才

旅游教育的生命力在于为行业不断地输送合格的产业后备军,要实现这样的目标,旅游院校必须在办学理念、课程体系、教学方法、师资队伍等方面进行一系列的变革,而变革的目标要使学校在熟悉国内外旅游教育特点的基础上,形成一整套既符合高等教育理念又符合旅游行业发展的旅游教育模式。学校要拥有科学的育才观、人才观和先进的旅游教育理念,要建立多学科高度融合的旅游教育体系和开放的教师、管理人员的吸纳发展平台。拥有国际化的、与行业密切结合的专兼职教师队伍和管理队伍。要有从大专到博士的各层次的不同培养规格和模式,并运用多元的人才质量观,正确处理高层次学生所需要的厚基础、宽口径、重研究和基础层次学生所需要的应用性、实践性特征的关系,特别是要依靠合适的教材和先进旅游教育设施和实验手段,建立合适的旅游本专科生培养模式,以解决目前旅游类本科毕业生高不成、低不就,行业不欢迎、社会实践能力差的状况。从而使学生受到行业的好评,毕业生的专业就业率、稳定就业率、业内发展率有明显提高。

要实现这个目标,旅游教育首先要在办学方向上有明确的定位,旅游学科到底是研究型还是应用型学科,除了少数研究型大学中的旅游学科,在我国大量的旅游院校中,其基本任务应该是旅游业人才的培养,从这点出发,我国大部分的旅游院校应该是以应用为主的办学模式。应用型大学的基本任务是面向地方经

济和社会发展需要,设置应用学科专业,强化实践实训教学,提高应用能力,重视应用研究,促进产学研结合,培养具有一定理论基础、理论应用和技术能力的应用型人才。而应用型人才的培养模式是以知识为基础、以能力为重点、以服务为宗旨,注重知识、能力、素质的协调发展,学习、实践和职业技术能力的结合,具体表述为,以知识为基础,注重掌握基本理论、基本知识、基本方法。以能力为本位,突出理论学习能力、社会实践能力和技术应用能力。以服务为宗旨,努力提高毕业生就业率、社会贡献率和群众满意率。而要真正认识这个转变,主要要解决精英教育留下的惯性思维。

要成为应用型大学,实现转变,必定要在学科专业结构、课程体系建设等方面进行一系列的变革,要使旅游院校在学生素质、师资队伍、科研活动、学科建设等方面都有自己的核心竞争优势,这就需要从高等教育的普遍规律和旅游教育的特殊规律出发,来寻求旅游教育的制高点。

要搞好旅游教育,首先是要有一流的师资队伍。旅游行业的特点,要求旅游教师既要掌握高等教育的规律,又要有丰富的学科知识。既要有宽广的国际视野,又要有对行业的深刻理解。这样一支教师队伍,是实现旅游教育目标的首要条件。要造就这样的师资队伍,首先要拉近我们教师的教育理念、教学内容与国际先进旅游教育的距离。旅游是世界性的文化现象,旅游教育也必然具有世界性的特征,只有更多的创造机会,让教师在更多的国际舞台进行活动,通过学习、讲学、会议、发布科研成果、双向吸收留学生等形式,才能以此培养一支具有国际眼光、与世界旅游教育体系接轨的师资队伍。同时,旅游不仅是国际的,也是行业的。旅游教育的实践性,决定了它与行业的依存度,在注重教师追赶国际先进旅游教育理念的同时,也必须注重教师与行业的结合程度,旅游教师固然是教育工作者,但同时也应该具有一名管理者、实践者的潜能。只有依靠一批具有世界眼光和行业背景的师资队伍,才是实现“面向国际、依托行业”教育理念,办好旅游教育的根本保证。

建立一支跟得上国际旅游教育步伐,适应行业发展的教师队伍,是实现旅游教育超常规发展的重要步骤之一。同时,建立一支合适的旅游教育管理队伍,也是不可或缺的。不论是教师还是管理者,不论是国际性还是行业性,从根本上讲,旅游教育的人力资源,都需要在一个开放的体系中进行。开放不仅是指教师、管理者培养方式的开放,还包括教师的来源和管理方式的开放,因此建设高水平旅游教育基地的教师和管理队伍的本质,是建立一个开放的现代化的旅游教育机构。并依靠这个机构所拥有的各种人才,来实现旅游教育理念体系方法的全面创新。

旅游教育的发展方向问题的提出,是对旅游教育现状的反思,如何借助旅游行业大发展的机会,充分展开对培养旅游行业适用人才的新探索,是旅游教育工作者面临的良机。培养现代旅游人才,正是旅游教育工作者的天职所在,我们只有紧紧围绕行业发展的需要,从把学生真正培养成行业欢迎的人才出发,才能真正地办好旅游教育事业。

第一章

适应新形势的旅游高等 人才培养模式

第一节 我国旅游业发展现状与特点

改革开放中发展起来的旅游业,经过 20 多年的努力,已经形成了相当大的产业规模和比较健全的产业体系,成为中国在国际市场上具有明显竞争优势的产业之一。进入新千年后,随着国家经济的发展、社会的不断进步以及旅游产业自身的完善和调整,旅游业呈现出良好的发展局面和势头。

一、旅游市场不断扩大

(一) 入境旅游

2005 年,我国接待入境旅游者 1.2 亿人次,同比增长 11%,入境旅游过夜人数也突破 4 680 万人。2002 年以前的 10 年,中国入境游客人数平均增速为 10%,2003 年由于“非典”的影响,入境人数有所下降,继 2004 年后,2005 年再次超过了 2002 年的人次数,实现了全面恢复。2005 年旅游外汇收入达到 293 亿美元,比 2004 年增长 11.38%,尽管旅游外汇收入增幅很大,依然停留在世界第七,但与 1990 年相比,增长了 10 多倍,其增长非常惊人。随着 2008 年的北京奥运会、2010 年上海世博会的举办,我国旅游人数和外汇收入还会达到空前的历史新高。

(二) 国内市场

国内旅游发展在近 10 年也极其迅速,2005 年全国旅游人数为 12.12 亿人次,比上年增长 10.0%,其中:城镇居民 4.96 亿人次,比上年增长 8.1%;农村居民 7.16 亿人次,比上年增长 11.4%。全国国内旅游收入为 5 286 亿元,比上年增长 12.2%,其中:城镇居民旅游支出 3 656 亿元,农村居民旅游支出 1 630 亿元,全国国内旅游人均出游花费 436.13 元,其中:城镇居民出游人均花费 731.12 元,农村居民出游人均花费 227.62 元。近 10 年国内旅游人数和收入的旺盛势头,标志着我国国内旅游的日趋成熟。

(三) 出境旅游

随着收入增加,人们已经不满足在国内旅游,更多的人,尤其是年轻人选择出

出境旅游。2000 年还只有 1 000 余万人次出境旅游,到 2005 年有近 3 100 万人次出境旅游,出境人次持续增长。出境人员的结构发生了变化,因公出境人员所占比例继续下降,因私出境人员比例越来越大,公款旅游比例也呈下降趋势。从区域看,亚太地区依然是中国出境旅游的主要目的地,尤以新、马、泰、日本和美国加拿大为主,其次是大洋洲。随着国家政策的放宽,国民出境旅游更加方便,出境旅游目的地将继续增加,选择余地也越来越大。

二、产业发展向行业内新领域和新业态转变

中国旅游业的快速发展为产业发展战略的调整提供了新的机遇与条件,为旅游业走向成熟与国际化接轨奠定了基础。旅游产业是一项巨大的服务产业,随着我国旅游业发展硬件与软件的不断完善,旅游业中直接为旅游者服务的行业的发展相对成熟,行业发展开始向内部相对薄弱的领域转移,并从一些主流领域向新领域和新业态转变。

(一) 交通业

交通业是旅游业发展的基础,空中、陆地(铁路、公路以及城市交通)和水上交通运输业发展可以说三年一个样,五年大变样,发展神速。其中民航业发展最为瞩目,到 2005 年底我国有 157 个机场在运营,2002 年至 2005 年,每周的航班数从 10 938 个增加到 29 798 个,飞机座位从 1 731 298 个增加到 4 681 426 个,航班数和座位年递增率达 22%,随着中国经济的发展,我们有理由相信,中国将成为未来 20 年民航客机需求最大的市场,据空中客车公司预测,至 2025 年,中国需要购买 1 316 架飞机,而波音公司的预测,则需要 2 600 架飞机。

(二) 饭店业

饭店业是我国改革开放后较早开放的行业之一,20 多年来取得了长足的发展,星级饭店(2000 年及以前统计的是涉外饭店)从 1978 年改革开放之初的 137 家(涉外饭店)发展到了 2006 年时的 12 930 家,增长了 94.38 倍。近年来,随着旅游业的发展,饭店业发展主要集中在三个方向上:主题酒店、经济性酒店和分时度假酒店。

主题酒店作为一种正在兴起的酒店发展新形态,在我国的发展历史不长,分布范围目前也仅仅局限在酒店业比较发达的广东、上海、深圳等地。我国第一家真正意义上的主题酒店,是 2002 年 5 月在深圳开业的威尼斯酒店,它融合了文艺复兴和欧洲后现代主义的建筑风格,以威尼斯文化为主体进行装饰。主题型酒店在我国的出现还是新生事物,但作为国际酒店业发展的新趋势,为处于激烈竞争态势下的我国酒店发展提供了新的思路,拓宽了视野,是我国酒店未来的发展方向之一。

目前,全球主要的大型饭店集团如雅高、希尔顿、喜来登、万豪、巴斯等均已进入中国市场,在固守高端市场的同时,已开始向中档酒店市场扩张。1999 年,雅高

在中国只有 5 家酒店,2004 年其豪华酒店品牌“索菲特”陆续在苏州、厦门、西安、东莞等地成立,同时,其经济型酒店品牌“宜必思”也在 2004 年进入中国,并计划在 5 年内达到 50 家左右的规模。其他许多中档酒店品牌如圣达特集团的天天、豪生,万豪集团的万怡等也加大了抢滩中国中低档市场的步伐,如美国的“速八”就计划在两年内最少要开 68 家酒店。在市场竞争的压力下,国内的酒店管理也加快了集团化、品牌化的建设速度。2003 年以锦江集团为首的国内 16 家酒店管理公司的管理规模已进入全球 300 强,标志着民族酒店管理集团品牌化、集团化的发展取得了实质性的进展。

而分时度假酒店已成为近时期以及将来中国饭店业发展的热点。国内许多公司,在没有明显政府主导的状况下,借鉴国际经验,努力探索自己的模式。这是中国旅游业发展的过程,同时也反映出中国旅游业的转变以适应世界发展趋势,逐步走向成熟。

(三) 旅行社

根据各年中国统计年鉴整理,从行业内部来看,由于国内旅行社门槛相对较低,因此数量的扩张最快。从 1994 年至 2003 年的 10 年间,国内旅行社的数量从 2 360 家扩张到了 11 997 家,增长了 408%,而国际旅行社的数量却只是从期初的 878 家增长到 1 364 家,仅增长了 55%。这样的局面使得国内旅游的利润率普遍低于入境游和出境游,作为各种要素的组织者,旅行社的数量在不断增加,旅行社的分类方式也在变化,既有水平分工,也有垂直分工,出现了一些著名的旅游经销商,比如历史悠久的国旅总社、中旅总社和青旅集团等为代表,并开始出现了一些专门从事商务旅游、会展旅游的专业性旅游经营商。

(四) 旅游电子商务

半个世纪前兴起的信息革命正在迅猛发展,随着信息化工程的推进,旅游业在利用信息技术方面已抢先一步。从 2050 年代开始,美国航空公司就用计算机作为预订系统,短短几十年的发展和应用,在世界发达国家旅行社业务运行中,科技含量越来越高,如,电脑预定系统(CRC)的拥有率,德国是 100%,法国是 90%,西班牙是 75%,意大利是 75%,英国是 60%。到今天已经有很多信息技术应用于旅游的各个行业,包括旅游饭店、旅游交通、旅行社、旅游目的地等。

1. 饭店业

早在 1963 年,美国的希尔顿饭店就安装了一台 IBM 的小型计算机,用于饭店客房的自动化管理。国内饭店信息化管理的理念及实践最先来自于外资饭店,作为国际饭店管理集团引进的现代化饭店管理模式的一个有机组织部分。由于国内大部分饭店的管理均模仿国际饭店管理的先进模式,所以上海的饭店信息化管理起步较其他类型的旅游企业要早并且规范。

主要应用为两方面:第一,饭店内部的管理信息系统。上海的由国际饭店管理集团管理的四、五星级大酒店在饭店信息化管理上与国际先进水平保持同步。这些