

2015 年全国职业院校信息化教学大赛

信息化教学设计比赛
(教 案)

科目组别： 旅 游 大 类

参赛课程： 景 区 导 游

参赛内容： 景区导览线路个性化设计

2015 年 9 月 10 日

设计摘要					
教学课题	《景区导览线路个性化设计》				
课 程	《景区导游》	学时安排	2 学时	专业与年级	导游专业二年级
所选教材	1. 国规教材《景点导游》，周国忠主编，上海交通大学出版社，2012. 12 2. 《中华人民共和国国家标准:导游服务规范(GB/T 15971-2010)》，中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会编，中国标准出版社，2011. 4。				
设计说明					
设计理念：					
1. 培养能提供个性化导游服务的卓越人才：导游是旅游一线接待人员，培养卓越导游人才不仅应使其能胜任导游岗位常规工作的需要，而且应使其具有因人而异的个性化服务能力。因此本课程将规范化服务与个性化紧密结合的理念贯穿始终。					
2. 完善“互联网+旅游”的信息化教学体系：借助信息化教学手段解决传统教学难以突破的数据收集、旅游空间等障碍，充分发挥“智慧旅游”和大数据资源优势；并借助微课等信息化手段让全国各地名导“走”进课堂，实现一线专家对教学的指导。					
创作思路：					
提升游客满意度是旅游服务的重要目标。景区游览是游客获得体验的关键环节，以一成不变的老套导览线路应对所有的游客显然已不能满足优质旅游服务的需要。因此培养能提供规范化基础上的个性化导游服务人才已经成为行业急需。基于此，本课程根据实际工作需要设置驱动任务，借助信息化教学手段帮助学生从分析旅游主体（游客）、旅游客体（景区）两方面入手，通过耦合二者的特质与属性，实现由点及面的因人而异、因地制宜的导览线路设计与优化能力，满足提供个性化导游服务的工作需要。					
作品特色：					
1. 针对目前旅游接待中导览线路缺乏个性化之弊，有效解决行业实践难题。本选题立足行业需求，体现高职旅游人才培养的实用性，以旅游行业亟待解决的实际难题设计课堂学习任务。					
2. 紧跟“互联网+”时代思维，充分发挥“智慧旅游”和大数据资源优势。					

教学平台功能完备，不仅具备师生即时在线互动等提升教学效率的功能，而且大量整合“智慧旅游”资源，借助互联网搜集大数据，建立“游客特征画像”，达成信息筛选的高内聚。

3. 以信息化手段改进行业专家参与教学的形式，提升教学效果。通过微课让原本没有条件“走进”课堂的全国名导随时随地融入教学，令学生切实感受到行业楷模的引领，且通过信息手段形成即时、多元评价体系。

一、学习目标与内容

1、学习目标

知识目标：（1）掌握分析游客特质和景区属性各需遵循的四个维度。

（2）明确游客特质和景区属性耦合时的对应关系。

能力目标：（1）能够对不同特质旅游者进行分析，并结合景区属性设计不同线路。

（2）能够借助智慧旅游手段，对导览线路设计进行优化。

情感与态度目标：（1）养成个性化导游服务的意识，塑造提供卓越服务的专业精神。

（2）形成利用信息技术，开展团队学习，协同合作的理念。

2、主要内容

（1）课前自学

课前，学生通过教学平台下载教师拟定的学习任务单和学习材料，分组自学，设计针对本组研究对象的导览线路初稿，上传至平台。

（2）课堂教学

①自学结果分析，创设学习情境，明确课堂任务

对比分析三组课前上传的导览线路设计图，发现共性问题，即对游客特质和景区特点分析不充分，导致游线设计大同小异，进而导引出课堂教学的三大任务。

②任务一：游客差异性特质探究

教师展示根据旅游活动大数据整理所得三类游客的“游客特征画像”（The Tourist Portrait），加以分析说明，并组织学生进行课堂头脑风暴，得出分析游客不同特质的四大维度。

③任务二：景区多元化属性分析

学生在教师指导下先通过百度热点地图，发现此前未重视到的景区节点，并借助三维全景图，宏观了解景点的节点构成和空间分布；再通过虚拟旅游功能深入分析景区每个节点。教师启发学生剖析该景区特点，并据此总结出分析景区多元属性的四大维度。

④任务三：导览线路个性化设计

教师指导学生将任务一探究出的客源特质与任务二剖析出的景区属性进行对

应式的耦合思考。学生着重把握好空间、时间两个维度，利用平台的“线路设计”功能重新设计线路并提交，平台生成新旧线路的对比图。

⑤即时评价

师生利用“成果评价”功能，结合基于八个测评点的在线评分表，对优化后的路线开展学生互评和教师评判。平台自动生成评价结果。随后教师进行点评。

⑥课堂总结

教师展示“名导进课堂”版块中三位国家高级导游的微视频，分享他们对导览线路个性化设计的经验体会，并借此进行课堂总结，促进学生加深理解。

(3) 课后拓展

学生利用课堂所学，针对该景区另外两类重点客源进行导览线路个性化设计。

3、教学重难点

教学重点：

科学、全面地分析游客特质；深入、有效地挖掘景区属性。

教学难点：

从时间、空间两个维度实现游客需求与景区属性的耦合，实现景区导览线路设计的个性化。

二、学情分析

本课程的教学对象是高职导游专业二年级学生。

具备条件：初步了解相关知识，具有一定感性认识。学生已学过《旅游服务心理学》、《导游词讲解》等课程，能够进行规范化服务，且经过本课程前期的学习，了解导览线路设计的基本要求，对个性化线路设计有一定的感性认识。

不足之处：线路设计经验不足，理性认知有待提升。学生导览线路设计的行业经验普遍不足，且对旅游主客体特点与线路设计之间的关系缺少理性的认知。

学习特点：热衷于信息化教学，期待开展实践研究。学生喜爱做中学，学中思。乐于在教师引导下，利用信息技术开展深入实践与研究。

三、教学环境创设与教学资源构建

1. 教学环境创设：信息化教室（无线网络、学生用电脑、教师用电子白板）

2. 教学资源内容：

(1)《景区导游》教学平台。由教学团队共同搭建的服务本门课程项目教学的平台。设置平台管理员、教师帐号、学生帐号，登录平台可完成从课前预习、课堂教学、课后题库到下一项目课前预习的完整教学需要。具体内容包括：

“FLASH资源”：对于较理论化的知识点，以FLASH形式生动展现。本项目中提供“个性化导览线路的重要性”FLASH，向学生说明学好本模块对于实际工作的重要作用。

“课前提问”：供行业任课教师、学生在线互动。可互相提出感兴趣的问题，

并对问题进行回复、跟帖，讨论最热烈的问题会自动升序。

“课堂头脑风暴”：通过联网实现课堂分组讨论结果实时输入和即时修改。各组学生登录本组讨论专区，将课堂讨论结果直接输入并提交，可立即在教师端收到结果，并由教师同时展现给全班。该结果教师可进行修改、完善，提高课堂效率。

“智慧旅游”：提供景区**三维全景图**，并支持局部放大功能。同时可通过平台直接链接景区智慧旅游官方网站，借助“全景中华门”、“全景贡院”、“虚拟画舫”等功能实现对旅游客体资源的梳理，为设计线路提供基础。

“线路设计”：以轻松界面和运作方式，让学生通过简单的鼠标拖拽操作，完成线路的设计，生动直观，轻松有趣，可提高学生的学习兴趣。

“路线生成”：系统后台根据“线路设计”生成新线路，**直观、便捷**。

“名导进课堂”：充分发挥国家旅游局“名导进课堂”师资库资源优势，邀请各地高级导游，录制针对教学内容的微课在平台共享。解决一线行业专家难以进课堂的现实障碍，借助信息化手段随时随地教与学。**不受传统课堂时间空间限制**，让名导更容易“进课堂”，让学生更容易见名导。

“场外留言”：通过教学平台及时获取行业专家意见。

“课后题库”：提供每个项目的课后讨论题，供学生课后分组讨论完成。

“项目预习”：提供下一项目的预习资料，供学生下载，自行准备。

(2) 多媒体课件。与教学内容配套的 PPT。

四、学习情境创设

1. **问题情境：**通过让学生课前预设线路、在线提问，引导学生带着疑问进入学习环节，并通过游客访谈导入实际工作情境，激发学生解决问题的热情。

2. **互动情境：**通过课堂头脑风暴、名导进课堂、金牌导游点评等，实现学生组内和组间、学生与老师、课堂与课外的互动交流。

3. **实景情境：**借助“智慧旅游”和全景技术，实现对景区的全景模拟游览，完成对景区资源的梳理。

五、教法学法设计

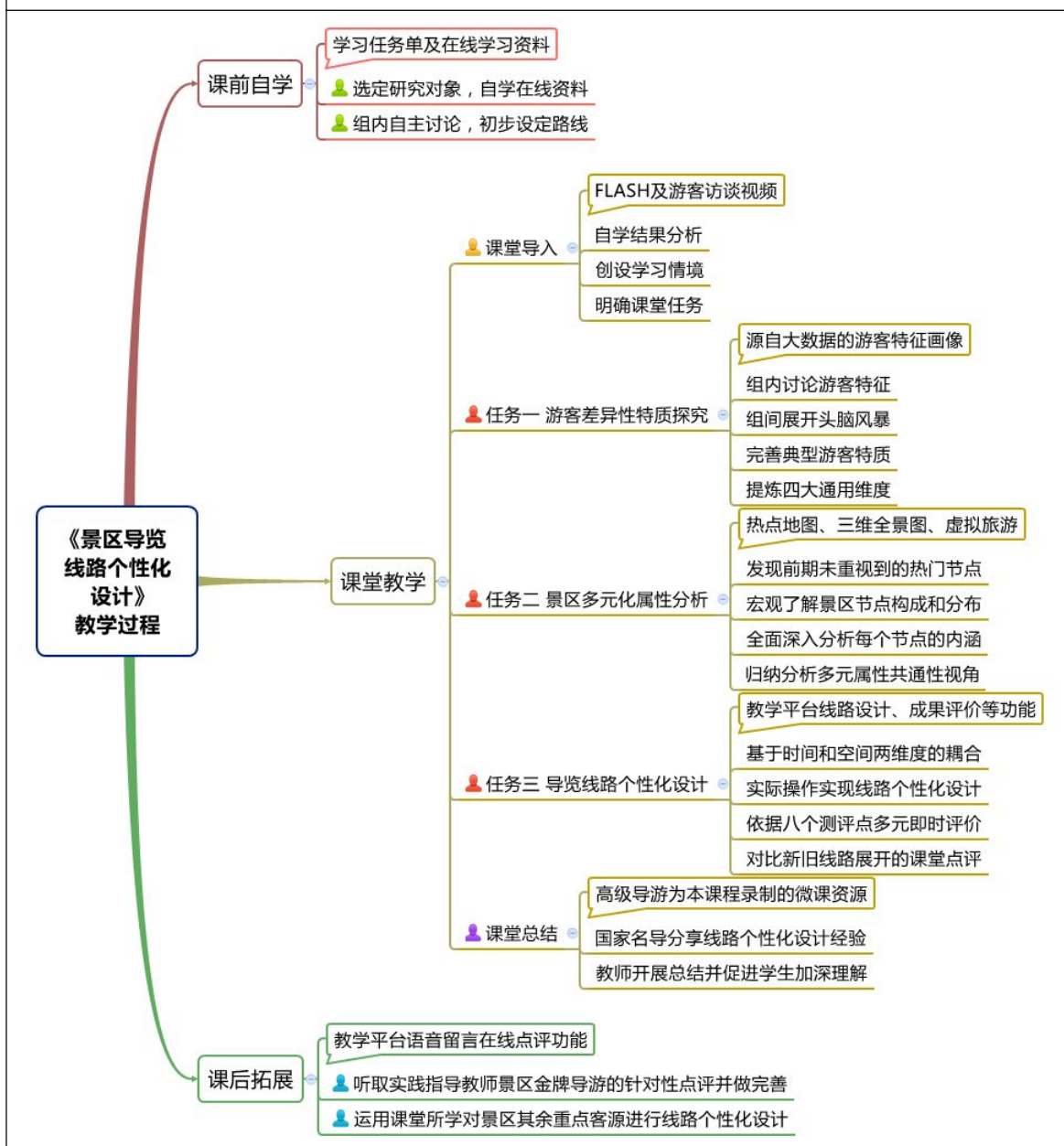
1. **任务驱动法：**以景区的真实数据选取研究对象，基于重点客源的旅游诉求和景区特质，通过导览线路的个性化设计，实现提升游客满意度的目标。

2. **游客画像法：**整合线上大数据资源，将“用户画像”（User Portrait）理念引入旅游研究中，借助“游客画像”，科学、全面地分析游客特质。

3. **实景模拟法：**充分发挥“智慧旅游”资源和全景技术优势，实现仿佛置身景区的效果，深入、有效地探究景区属性。

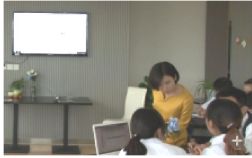
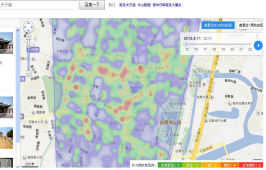
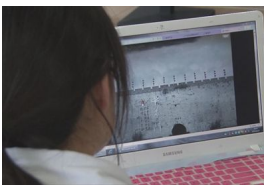
4. **协作讨论法：**设置团队任务，以小组为单位完成从课前预习到课堂学习到课后讨论的步骤，明确组员分工，培养协作共事的能力和素养。

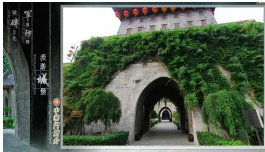
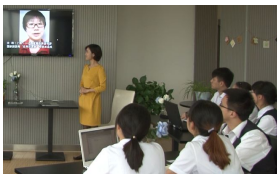
六、学习活动组织



教学环节	内容	活动		技术手段	教学随记
		教师	学生		
课前自学	学生通过教学平台下载教师拟定的学习任务单，明确自主学习的主要任务。 1. 选定研究对象，自学在线资料： 教师根据景区提供的客源信息，从不同维度遴选出该景区最主要的五类游客。	1. 拟定学习任务单，上传至教学平台供学生下载。 《景区导游》课程教学平台  2. 根据景区提供的客源信息，从不同维度遴选出该景区最主	1. 在教学平台下载学习任务单。 2. 自行分为三组，根据教师遴选出的五类主要游客，每组自选一类典型人群开展研究。 3. 学习教师在教学平台上发布学习资料，并在互动专区跟	1、课程学习平台多元自	分配学习小组须考虑到学生

	学生分为三组，自主选择了老年游客、中学生游客、白领游客三类典型人群，分组开展研究。 2. 组内自主讨论，初步设定路线：学生学习平台上的资料，并针对教师提出的思考题，跟贴讨论。按照游览时长两小时的要求，初步设计本组导览线路，上传到平台。	要的五类游客。指导学生分组开展研究。 3. 在教学平台上发布学习资料，供学生自学典型人群特质、景区概况等；在互动专区提出思考题，组织学生跟贴讨论 《景区导游》课程教学平台 4. 接收学生上传至平台的预设线路，进行组间比对，找到优缺点，准备课堂讨论。	帖讨论教师提出的思考题。 《景区导游》课程教学平台 4. 初步设计针对本组研究对象的导览线路并上传至平台。 《景区导游》课程教学平台	学资料	的自学能力和主动性。
创设学习情境 导入课堂教学 (10 min)	1. 登录平台。 2. 通过FLASH动画理解学习本模块重要性和实际意义。 3. 对比分析各小组课前上传的导览线路设计图，发现共性问题，即对游客特质和景区特点分析不充分，导致游线设计大同小异。 4. 展示平台互动专区的跟帖。归纳讨论热烈，困惑集中的问题，从而导出课堂教学的三大任务。	1. 登录平台。 2. 播放FLASH动画，并阐明学好本模块的重要性。 3. 展示随机采访的游客视频，结合游客对自身旅游需求的阐述，对比分析各小组导览线路设计图。在肯定成绩的同时，启发学生发现共性问题，即对游客特质和景区特点分析不充分，导致游线设计大同小异。 4. 展示互动专区跟帖。归纳讨论热烈，困惑集中的问题，引出课堂教学的三大任务。	1. 登录平台。 2. 观看FLASH动画，领会学好本模块的重要性，体会实际意义。 3. 观看三类游客阐释自身旅游需求的视频，对比各小组课前上传的导览线路设计图，思考本组线路设计的缺陷，发现线路设计“大同小异”的共性问题。 4. 分析平台互动专区的跟帖中归纳讨论热烈、困惑集中的问题，明确即将开展的课堂教学三大任务。 任务一：游客差异性特质探究 任务二：景区多元化属性分析 任务三：导览线路个性化设计	1. 学习平台FLASH动画	鼓励学生的自学成果，保护学习积极性，也要引导他们发现不足，带着问题进入课堂学习。

任务一 游客差异性特质探究 (20 min)	1. 分析说明“游客特征画像”，并据此组内讨论游客特征，利用平台上的“课堂头脑风暴”版块，将讨论结果实时上传。  2. 打破小组局限，开展头脑风暴，对结果进行修正、补充、完善。  3. 根据最终讨论结果，提炼出分析旅游主体特质的共通性维度，即：身体素质、审美倾向、情感诉求、消费习惯。	1. 展示三类游客的“游客特征画像”，组织学生组内讨论，并指其将讨论结果利用平台的“课堂头脑风暴”版块实时上传。  2. 接收并确认三组所发送的结果，再组织学生打破小组局限，组间头脑风暴。 3. 根据三组结果，引导学生提炼出旅游主体特质分析的共通性维度。 	1. 学习“游客特征画像”，据此积极进行组内讨论游客特征，并利用平台上的“课堂头脑风暴”版块，将讨论结果实时上传。 2. 提交本组结果，积极参与课堂组间讨论，对其他小组的结果进行修正、补充、完善。 3. 参与讨论并积极思考，获得结果，掌握旅游主体特质分析的共通性维度。 	1、根据大数据绘制的“游客特征画像” 2、学习平台头脑风暴讨论区 “游客特征画”源大数据代为用户的“画像”改进，借此学展大数据统计的结果。
任务二 景区多元化属性分析 (30 min)	1. 利用百度热点地图，对比前期导览线路设计，发现未被重视的重点节点。  2. 借助三维全景图，宏观了解景区节点构成和空间分布；通过虚拟旅游功能对景区的每个节点进行深入分析，实现穿梭式游览；通过旋转推拉，清楚地观察景点细节；通过点击图标，参考解说词，直观掌握景点内涵，明确不同节点游览的	1. 通过百度热点地图，对比学生前期导览线路设计，明确问题：景区的一些重点节点并没有得到学生们的重视。  2. 带领学生使用三维全景图，宏观了解景点的节点构成和空间分布。 	1. 学习使用百度热点地图，发现未重视的景区重点节点。 2. 学习使用三维全景图，宏观了解景点的节点构成和空间分布。  3. 学会借助虚拟旅游功能对景区的每个节点进行深入分析。 	1、百度热点地图 2、三维全景图 3、虚拟旅游场景 学生原本对景区的选范仅限于常规的核心区，拓展至范围，在识掌握方面的缺漏。

	合理时长，弥补对景点了解不够全面、深入的缺失。  3. 剖析该景区的特点，并据此总结出分析景区多元属性的共通性视角：景区规模、景观性质、氛围格调、商业配套。	3. 指导学生通过虚拟旅游功能对景区每个节点进行深入分析。  4. 启发学生对该景区的特点进行剖析，并引导学生总结出分析景区多元属性的共通性视角。	4. 对该景区的特点进行剖析并在教师启发下，总结出分析景区多元属性的共通性视角。 		
任务三 导览线路个性化设计 (30 min)	1. 将三类典型客源特质与景区属性一一对应,实现耦合; 2. 利用平台的“线路设计”功能,对线路进行重新设计,并把握好时间、空间两个维度:(1)在空间上,选择不同节点,并结合百度地图的测距功能,选择合理的串联顺序和移动方式;(2)在时间上,确定每个节点的停留时间,并结合百度地图,明确节点间移动的用时。 3. 利用“成果评价”功能,结合八个测评点,对优化后的路线开展学生互评和教师评判。平台自动生成评价结果。 4. 展示“名导进课堂”版块中三位国家高级导游的微视频,分享他们对导览线路个性化设计的经验体会。教师借此进行课堂总结,促进学生加深理解。	1. 引导学生在平台上将旅游者的四维特质与景区的四类属性进行耦合思考。 2. 指导学生利用平台的“线路设计”功能对线路进行重新设计。 3. 在学生互评和教师评价的基础上,对各组提交的方案和平台生成的新的线路图进行点评,通过比对,启发学生认识到优化设计的共通规律。  4. 在平台播放课前录制好的“名导进课堂”版块中三位高级导游的微视频,并借此进行课堂总结。 	1. 积极参与讨论,掌握旅游者的四维特质与景区的四类属性的耦合路径。 2. 利用平台的“线路设计”功能对线路进行重新设计。  3. 将讨论结果提交后到平台,思考并掌握优化设计的共通规律,并开展互评。  4. 通过“名导进课堂”版块中三位高级导游的微视频,领会行业专家关于本模块的经验,加深理解。 	1、学习平台线路设计工具 2、学习平台成绩统计和直观显示系统 3、学习平台名导微视频	既要考虑时间维度,也要考虑空间维度,在既定的两小时内,必须有所取舍,才能确保线路设计的可行性和实用性。

课 后 拓 展	听取行业专家点评意见。利用课堂所学，针对该景区其它三类重点客源进行导览线路个性化设计。 	1. 要求学生利用课堂所学，针对该景区其它三类重点客源进行导览线路个性化设计。并在规定时间内将结果通过平台提交。 2. 邀请行业专家，网上留言对学习结果进行评价。	1. 利用课堂所学，针对该景区其它两类重点客源进行导览线路个性化设计。在规定时间内提交最终的作业。 2. 听取行业指导教师的针对性意见，改进线路。	1. 学习平台行业专家留言音频	促进学生不断探索，灵活运用课堂所学。
------------------	--	---	---	-----------------	--------------------

七、学习效果评价

1. 本课程对学习效果利用信息化手段采用多维评价与检验。

在线、即时、多维评价：课上教师评价、学生互评，景区金牌导游作为实践指导教师以语音留言的形式进行针对性点评。

信息化教学设计有效地帮助学生树立了以人为本意识，达成了“**选择合适的节点，依循科学的顺序，分配合理的时间，给适宜的旅游者**”的目标。

2. 总体评价

(1) 教学目标明确，任务设置合理，环环相扣，循序渐进，按照预设步骤顺利实施教学过程，师生互动良好，学生积极性高。

(2) 有效利用信息化教学手段，合理使用智慧旅游技术和旅游大数据，不仅极大提高了学生的学习兴趣，而且有效提升课堂效率。

(3) 充分发挥各种教学资源优势，教学成果可直接供旅游行业一线接待参考，具有实用性。引入行业金牌导游、国家高级导游等一线师资，借助信息化手段参与教学，开拓学生眼界，实现了与旅游行业的无缝对接。

总体而言，本次教学以任务驱动为主线、以学生探究为主体、以信息技术为支撑，实现了课堂内外有效互动，教师专家共同指导，教学评价多元开展，学生能力稳步提高。

八、教学效果反思

信息化教学手段对旅游专业教学的开展尤其适用，今后应进一步丰富本课程乃至本专业的信息化教学资源，充分发挥智慧旅游等资源的优势，提升教学效果，提高教学效率。