

**课** **程** **教** **学** **日** **历**

**课程名称** **旅游市场营销学** **开课单位** **管理学院** **教研室** **旅游管理教研室** **任课教师** **陈** **雪** **阳** **专业** **、** **年** **级** **、** **班** **旅游管理** **2022 级普通本科** **1 、2 班** **课程类别** **公共课□** **专业课■** **行课周数**  **16 周** **总学时**  **48 学** **时**

2023-2024 学年度第 2 学期 教务处制

|  |
| --- |
| **填写说明**  1.课程教学日历是教师授课和课堂教学质量监控的依据，任课教师须在仔细钻研教学大纲和教材的基础上， 认真制订；此日历一式两份，一份由任课教师自存，另一份由所在系（院）保存。  2.课程教学日历于开学第一周内，交教研室主任（组长）审签执行，若为实验课程还必须经实验室主任审 签执行。“教研室（实验室）主任审查意见 ”签署是否同意执行。  3.课程教学日历一经审定，必须认真执行，任课教师不得擅自变动；如有调整，须经教研室主任（组长） 同意；实验课还须经实验室主任同意。  4.课程教学日历封面中的“开课单位 ”指承担教学任务的单位；“教学周的起始时间 ”一栏，由任课教师根 据校历填写；“教学方式与学时分配 ”一栏，在相应的教学方式下填写学时数；“课后安排 ”一栏，填写相应的 课后作业、练习、思考题等内容；“执行情况 ”一栏，作为学校、系（院）、教研室检查教学进度执行情况的记 录；“教材及参考书目 ”一栏，格式为：“1.教材：书名；出版社；编者；版本；出版时间。2.参考书目：（1） 书名；出版社；编者；版本；出版时间；（2）书名；出版社；编者；版本；出版时间… ”。  5.教学系（院）主任（院长）、各教研室主任（组长）要不定期检查课程教学日历的执行情况，并作记载， 作为教师教学工作考核的依据，学校在此基础上进行抽查。 |
| 教研室（实验室）主任审查意见：  签字：  年 月 日 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **周** **次** | **授课内容摘要** | **周** **学** **时** | **教学方式与学时分配** | | | | **课程思政** | **课后安排** | **执行** **情况** |
| 讲授 | 实验 | 讨论 | 自学 |
| 第一周  2 月 26 日  —3 月 3  日 | 导论 Introduction  1. 旅游市场营销学的基本概况  Basic overview of tourism marketing  2. 学习旅游市场营销学的重要性及意义 the importance and significance of learning tourism marketing  3. 旅 游 市 场 营 销 学 的 学 习 方 法 Study methods of tourism marketing | 3 | 2 |  |  | 1 | 文化自信  爱国情怀  价值塑造  cultural confidence  Patriotism.  Value of the shape |  |  |
| 第二周  3 月 4 日  — 3 月  10 日 | 项目一：认识旅游市场营销  Project 1: To Understand tourism marketing  Task 1: 认识市场与市场营销学 Understand marketing and marketing  1. 对市场的认识 Understanding of the market 2. 对市场营销的认识 Understanding of  marketing  3. 市场营销学的发展 Development of  marketing  市场营销学在中国的传播和应用 The  Dissemination and application of marketing in China | 3 | 1 |  | 1 | 1 | 中国特色学术思想  和学术贡献  文化自信  Academic thought  and academic  contribution with  Chinese  characteristics  cultural confidence | 思考：  1.市场营销与推销的联系和 区别  The connection and  difference between marketing and sales promotion  2.旅游市场营销的基本特征 Basic characteristics of  tourism marketing |  |
| 第三周  3 月 11 日  — 3 月 17 日 | Task 2: 认识旅游业及旅游市场 Understand the tourism industry and the tourism market  Task 3: 认识旅游市场营销及其观念的演变 Understand the evolution of tourism marketing and its concepts | 3 | 1 |  | 1 | 1 | 中国旅游企业实践 改革创新  Practice of Chinese  tourism enterprises  Reform and  innovation | 思考：  社会经济的发展与市场营 销观念演变之间的关系  The relationship between the development of social  economy and the evolution of marketing concept |  |
| 第四周  3 月 18 日  — 3 月 24 日 | 项目二：寻找旅游市场机会  Project 2: To Look for tourism market opportunities  Task 1: 分析旅游市场营销宏观环境 Analyze the macro environment of tourism marketing  Task 2: 分析旅游市场营销微观环境 Analyze the micro-environment of tourism marketing | 3 | 1 |  | 1 | 1 | 价值塑造 社会责任 制度自信 爱国情怀  Value of the shape  The social  responsibility  System of  confidence  Patriotism | 分析：1.旅游市场环境分析 包括哪些内容? What does tourism market  environment analysis include?  2.疫情对国际旅游市场有何 影响? What the influence  of Pandemic on  International tourism market? |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **周** **次** | **授课内容摘要** | **周** **学** **时** | **教学方式与学时分配** | | | | **课程思政** | **课后安排** | **执行** **情况** |
| 讲授 | 实验 | 讨论 | 自学 |
| 第五周  3 月 25 日 — 3 月  31 日 | Task 3: 掌握一般市场环境分析模型  Master the general market environment analysis model | 3 | 1 |  | 1 | 1 | 价值塑造  社会责任  Value of the shape  The social responsibility | 1.分析竞争环境的主要 目的是什么? What is the  main purpose of analyzing the competitive  environment?  2.除了 PESTEL 分析和  SWOT 分析，市场环境分析还 有哪些方法?  Besides PESTEL analysis and SWOT analysis, what  other methods are there for market environment  analysis? |  |
| 1. PESTEL 分析法 The PESTEL analysis PESTEL  2. 波特五力分析模型 Porter's Five Forces model  3. SWOT 分析法 The method of SWOT |
| 第六周  4 月 1 日— 4 月 7 日 | 项目三：分析旅游者购买行为  Project 3 To Analyze tourists' buying behavior  Task 1: 认识旅游者购买行为  Understand the buying behavior of tourists  Task 2：分析个体消费者旅游购买行为的 影响因素 analyzes the influencing factors  of individual consumers' travel purchasing behavior  1. 文化因素 Cultural factors  2. 社会因素 Social factors  3. 个人因素 Personal factors  4. 心理因素 Psychological factors | 3 | 1 |  | 1 | 1 | 文化自信 职业伦理 企业责任  价值塑造  cultural  confidence  Work ethic  Corporate  responsibility  Value of the  shape | 1. 游客的购买行为是什 么?旅游者购买行为的特点 和类型是什么? What is the buying behavior of  tourists? What are the  characteristics and types of tourists' buying behavior?  2. 在购买旅游产品时， 有哪些典型的旅游模式可 供参考? What are the typical modes for tourism to use for reference when buying  tourism products?  3. 影响个人消费者旅游 购买行为的主要因素有哪 些?What are the main factors that affect individual  consumers' travel buying behavior? |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **周** **次** | **授课内容摘要** | **周** **学** **时** | **教学方式与学时分配** | | | | **课程思政** | **课后安排** | **执行** **情况** |
| 讲授 | 实验 | 讨论 | 自学 |
| 第七周  4 月 8 日 — 4 月 14 日 | Task 3: 分析个体消费者的旅游购买决策  Analyze individual consumers' travel purchasing decisions  Task 4: 分析组织机构消费者旅游购买行 为 Analyze the travel purchasing behavior of organizational consumers | 3 | 1 |  | 1 | 1 | 职业伦理  企业责任  价值塑造  Work ethic  Corporate  responsibility  Value of the  shape | 1. 游客的购买决策是什  么?营销人员在每个阶段应 该注意哪些问题? What are the purchasing decisions of tourists? What issues should marketers pay attention to at each stage?  2. 组织消费者旅游购买 行为的特征、影响因素和过 程?Characteristics,  influencing factors and  process of travel purchasing behavior of organizational consumers? |  |
| 第八周  4 月 15 日 — 4 月 21 日 | 项目四：寻找旅游市场客群  Project 4: To Look for Tourism Market  Task 1: 认识旅游市场营销调研 Understand tourism marketing research | 3 | 1 | 1 |  | 1 | 职业伦理  企业责任  价值塑造  Work ethic  Corporate  responsibility  Value of the  shape | 选取本地区一个较知名的旅游 景区（点）或旅游饭店作为调研 地点，注意思考如下问题：  分析该旅游景区（点）或旅游饭 店的市场情况 ，包括顾客的年 龄、性别、出游目的等情况。辨 别顾客购买景区（点）或旅游饭 店产品的主要消费动机。 |  |
| Task 2: 掌握旅游 市场 调研过程 Master the process of tourism market research |
| 第九周  4 月 22 日 — 4 月 28 日 | Task 3: 掌握旅游市场调研数据分析 Master the data analysis of tourism market research | 3 |  | 1 | 1 | 1 | 价值塑造  Value of the shape | 作业：设计一份大学生旅游 市场调查问卷 Assignment: Design a tourism market  questionnaire for  international students |  |
| Task 4: 掌握旅游市场预测 Master the forecast of tourism market  延伸阅读：文旅新业态——VR 旅游，同时附 上《基于游客体验的 VR 旅游营销需求调查分 析》 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **周** **次** | **授课内容摘要** | **周** **学** **时** | **教学方式与学时分配** | | | | **课程思政** | **课后安排** | **执行** **情况** |
| 讲授 | 实验 | 讨论 | 自学 |
| 第十周  4 月 29 日  — 5 月 5  日 | 项目五：掌握旅游市场战略  Project 5 ：To Master Tourism Market Strategy  Task 1: Un 认识旅游市场战略 derstand the tourism market strategy | 3 | 1 |  | 1 | 1 | 中国旅游企业实践  改革创新  爱国情怀  Practice of Chinese  tourism enterprises  Reform and  innovation  Patriotism | 1. 旅游市场战略的实施过 程是怎样的? What is the implementation process of tourism market  strategy?  2. 旅游市场策略有哪些类 型? What are the types of tourism market  strategies?  市场细分的方法是什  么?What are the methods of market segmentation? |  |
| Task 2: 掌握旅游市场细分 Master the segmentation of tourism market |
| 第十一周 5 月 6 日 — 5 月  12 日 | Task 3: 掌握目标市场选择 Master target market selection | 3 | 1 |  | 1 | 1 | 企业责任  价值塑造  Corporate  responsibility  Value of the  shape | 收集整理 20 个国内外城  市的旅游定位和口号，并进 行点评 Collect and collate  the tourism positioning and slogans of 20 domestic and foreign cities, and make  comments on them |  |
| Task 4: 明确旅游市场定位 Define the tourism market positioning |
| 第十二周 5 月 13 日 — 5 月  19 日 | 项目六：掌握旅游市场营销组合策略 | 3 | 1 |  | 1 | 1 | 价值塑造  文化自信  职业伦理  社会责任  Value of the  shape  cultural  confidence  Work ethic  The social  responsibility | 1.如何理解旅游产品的脆弱 性? How to understand the  vulnerability of tourism products?  2.什么是成本加成定价?请 列举其中两个。What is  cost-plus pricing? Please list two of them. |  |
| Project 6 :To Master Tourism Marketing Mix Strategy  Task 1: 掌握旅游产品策略 Master tourism product strategy |
| Task 2: 掌握旅游价格策略 Master the tourism pricing strategy |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **周** **次** | **授课内容摘要** | **周** **学** **时** | **教学方式与学时分配** | | | | **课程思政** | **课后安排** | **执行** **情况** |
| 讲授 | 实验 | 讨论 | 自学 |
| 第十三周 5 月 20 日 — 5 月  26 日 | Task 3: 掌握旅游渠道策略 Master the tourism channel strategy  Task 4: 掌握 旅游 促销 策 略 Master tourism promotion strategies | 3 | 1 |  | 1 | 1 | 中国旅游企业实践 职业伦理  社会责任  价值塑造  Practice of  Chinese tourism  enterprises  System of  confidence  Patriotism | 3.什么是旅游企业的销售渠 道介绍?主要型号是什么? What is the introduction of  sales channels for tourism nterprises? What are the main models? |  |
| 第十四周  5 月 27 日  — 6 月 2  日 | 项目七：掌握旅游细分行业营销  Project 7 To Master Tourism Marketing Segmentation  Task 1: 掌握旅游目的地营销 Master tourism destination marketing  Task 2: 掌握旅行社营销 Master travel agency marketing | 3 | 1 |  | 1 | 1 | 3. 如何在旅游业中运用公  共关系?  How to use public  relations in tourism? |  |
| 第十五周  6 月 3 日  — 6 月 9  日 | Task 4: 掌握旅游景区营销 Master the marketing of tourist attractions  Task 5: 掌 握 旅 游 平 台 营 销 Master tourism platform marketing | 3 | 1 |  | 1 | 1 |  |  |
| 第十六周 6 月 10 日 — 6 月  16 日 | 项目八：编写旅游市场营销策划  Project 8 To Write Tourism Marketing Plan Task 1: 认识旅游营销策划  Understanding tourism marketing planning Task 2：掌握旅游营销策划流程管理  Master the management of tourism marketing planning process  Task 3: 掌握旅游营销策划方案呈现 Master the presentation of tourism marketing planning schemes | 3 |  | 1 | 1 | 1 | 爱国情怀 四个自信 Patriotism  Four confidence | 选取一个旅游景区，分组讨 论，为其策划一份节日营销 活动。要求：5-7 人一组， 需对该景区进行实地调查， 研究旅游市场 ，形成一份 10-20 页的 PPT 方案和一份 word 详细说明书。  Select a scenic spot, discuss in groups, and plan a holiday marketing campaign for  it. Requirements: a group of 5-7 people, need to conduct field investigation of the  scenic spot, study the tourism market, and form a 10-20  page PPT scheme and a word specification. |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **教** **材** **及** **参** **考** **书** **目** | 1、教材：  《旅游市场营销》，陈雪阳等，桂林：广西师范大学出版社，2020  *Marketingfor Hospitality and Tourism*（7th edition）.Philip Kotler，John T Bowen，etc.. Pearson Education Limited，2017 2 、参考书：  Marketing Management（15th edition）. Philip Kotler, Kevin lane Keller. Pearson Education Limited ，2016 《市场营销学》（第七版），吴健安等，北京：清华大学出版社，2022  《市场营销学》，滕乐法等，北京：清华大学出版社，2020  《中国旅游营销新价值时代》，孙小荣，北京：新华出版社，2017 《旅游市场营销案例》，舒伯阳，北京：清华大学出版社，2015  《旅游目的地新媒体营销：策略、方法与案例》，李宏，北京：旅游教育出版社，2014 《旅游市场营销学》（第二版），赵西萍等编著，北京：高等教育出版社，2011  《营销：人人都需要的一门课》，郑毓煌，北京：机械工业出版社，2009  《旅游市场营销》（第二版），谷慧敏 编著，北京：旅游教育出版社，2003  《旅游市场营销管理》，（第二版），马勇，刘名俭，吉林：东北财经大学出版社，2002 《旅游市场学》，林南枝，天津：南开大学出版社，2000  《旅游经济学》，林南枝，天津：南开大学出版社，2000 |