**《民族旅游策划》课程教学大纲**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | **民族旅游策划** | | | | | | |
| **课程英文名** | **Ethnic tourism planning** | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** |  | **课程学分** | **2** | **总学时数** | | 32（含实践8学时） | |
| **课程类别** | □通识教育课程  □公共基础课程  ☑专业教育课程  □综合实践课程  □教师教育课程 | **课程性质** | □必修  ☑选修  □其他 | **课程形态** | | □线上  ☑线下  ☑线上线下混合式  ☑社会实践  ☑虚拟仿真实验教学 | |
| **考核方式** | □闭卷 □开卷 ☑课程论文 □课程作品 ☑汇报展示 □报告  ☑课堂表现 □阶段性测试 ☑平时作业 □其他 （可多选） | | | | | | |
| **开课学院** | 管理学院 | | **开课**  **系(教研室)** | 旅游管理系 | | | |
| **面向专业** | 旅游管理 旅游对口高职 | | **开课学期** | 第6学期 | | | |
| **课程负责人** |  | | **审核人** |  | | | |
| **先修课程** | 旅游规划与开发、旅游市场营销学 | | | | | | |
| **后续课程** | 无 | | | | | | |
| **选用教材** | 无 | | | | | | |
| **参考书目** | 1.周作明.旅游策划学新论[M].上海:上海文化出版社,2015.8  2.李庆雷.旅游策划:理论与实践[M].哈尔滨:哈尔滨工程大学出版社，2013.1 | | | | | | |
| **课程资源** | 无 | | | | | | |
| **课程简介** | 《民族旅游策划》是一门以规划学、营销学、策划学等学科为基础，旨在培养学生旅游规划、旅游市场营销领域的经营思维和能力的细分学科。开设《民族旅游策划》课程总的教学目的是培养和训练学生关于民族旅游规划、策划和市场营销的实际操作能力。通过旅游策划程序、旅游策划思维方法、市场环境分析、旅游策划撰写等内容的学习，学生能够基于市场调查和分析基础，进行创意性的旅游策划实践，创造新的生活方式和消费观念，唤取消费者的购买愿望，并通过企业的生产经营活动，向消费者提供能使其满意的民族旅游产品或服务，引导他们进行消费，把潜在的消费者转化为现实的消费者。 | | | | | | |

**二、课程目标**

**表 1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标 2** | 综合素养。树立辩证唯物主义和历史唯物主义世界观，铸牢中华民族共同体意识，尊重少数民族文化多样性；具有良好的专业理论修养、较高的审美情趣和良好的人文素养，具有积极乐观的生活、工作态度；具有健康的体魄和心理素质，具备稳定、向上、坚强、恒久的情感力、意志力和人格魅力；具有团队协作、沟通交流的能力；具能信息检索和处理的能力。 |
| **课程目标** 3 | 专业知识。本专业必备的旅游学、策划学、民族学、管理学等学科知识；必备的英语、计算机、高等数学及其应用等基础知识。具备市场调研与统计分析、消费心理行为分析、旅游资源分析、旅游规划与开发、旅游项目策划、产品设计、景观设计等方面的理论知识。 |
| **课程目标** 4 | 专业能力。具有良好的沟通能力、学习能力、想象能力，具备较强的规划、策划、沟通、协调、组织、决策和创新等管理实践能力；满足“一山两江”旅游策划、规划和运营需求，具有旅游地综合规划、项目产品策划、景观设计等能力；能够熟练运用信息技术手段处理各项市场开发与旅游运营的能力。 |

**表2-1 课程目标与毕业要求对应关系**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求2：基础素养【Ｌ】 | 2.1　具有良好的文化基础和人文修养。 | 课程目标 2 |
| 毕业要求3：核心素养【Ｍ】 | 3.2　具备广博的专业知识、专业技能和审美素养。 | 课程目标 3 |
| 毕业要求5：专业知识【Ｈ】 | 5.2　掌握旅游市场开拓、旅游消费心理分析、旅游行为特征分析、旅游资源开发、旅游项目策划、旅游产品设计等方面的传统理论知识。 | 课程目标 4 |
| 5.3　掌握最新的旅游信息技术的理论知识。 | 课程目标 4 |

**三、课程学习内容与方法**

**（一）理论学习内容及要求**

**表3-1 课程目标、学习内容和教学方法对应关系**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程模块** | **学习内容** | **学习任务** | **课程目标** | **学习重点难点** | **教学方法** | **学时** |
| 1 | 民族旅游策划概论 | 1.民族旅游策划的概念、类型 | **1.拓展阅读：**李庆雷.旅游策划:理论与实践[M].哈尔滨:哈尔滨工程大学出版社，2013.1 | 课程目标3 | **重点：**  1.民族旅游策划的地位与作用  2.民族旅游策划的特性  3.民族旅游策划的系统与构成  **难点：**  1.区分旅游策划与旅游规划、旅游计划等概念的不同  2.理解民族旅游策划的特性 | **1.讲授法：**  能够引导学生记住理解相关概念，促进学生区分不同类型的旅游策划活动 | 2 |
| 2.民族旅游策划的地位与作用 | 课程目标3 |
| 3.民族旅游策划的特性 | 课程目标1 |
| 4.民族旅游策划的系统与构成 | 课程目标3 |
| 2 | 民族旅游策划理论与方法 | 1.民族旅游策划的基本原理 | **1.拓展阅读：**王鹏著. 文化与旅游策划十二堂课. 石家庄：河北教育出版社， 2020.08  **2.个人作业：**完成民族旅游策划知识图谱 | 课程目标2 | **重点：**  1.了解相关策划学、运筹学、市场学及美学理论  2.会用民族旅游策划的主要方法  3.熟悉民族旅游策划的操作程序  **难点：**  1.理解并运用民族旅游策划相关理论 | **1.讲授法：**  能够引导学生记住理解相关概念，促进学生区分不同类型的旅游策划活动 | 6 |
| 2.民族旅游策划的主要方法 | 课程目标3 |
| 3.民族旅游策划的操作程序 | 课程目标3 |
| 3 | 民族旅游形象策划 | 1.民族旅游形象策划概述 | **1.小组作业：**完成民族旅游形象策划案例搜集 | 课程目标2 | 重点：  1.能对旅游地形象正确认识  2.会对旅游地的logo及吉祥物进行设计  3.会总结、提炼旅游地宣传口号  4.会撰写旅游地形象策划书  难点：  1.理解民族旅游形象  2.把握民族旅游文化内涵 | **1.案例教学：**  能够培养和提高学生的创造性思维能力、分析问题和解决问题的能力，锻炼学生的沟通合作能力和口头表达能力。  **2.小组讨论：**  能够激发学生的学习兴趣和参与度，提高团队合作能力促进批判性思维。 | 4 |
| 2.民族旅游形象策划的导向和程序 | 课程目标3 |
| 3.民族旅游形象策划技巧 | 课程目标3 |
| 4.民族旅游地区形象策划 | 课程目标4 |
| 5.民族旅游地形象策划 | 课程目标4 |
| 6.民族旅游企业形象策划 | 课程目标4 |
| 4 | 民族旅游产品策划 | 1.民族旅游产品的概念、特点与类型 | **1.小组作业：**完成民族旅游产品策划案例搜集 | 课程目标3 | 重点：  1.会分析旅游产品的概念、特点与类型  难点：  1.会运用旅游产品策划的内容与方法为不同目标群体组织策划旅游产品 | **1.案例教学：**  能够培养和提高学生的创造性思维能力、分析问题和解决问题的能力，锻炼学生的沟通合作能力和口头表达能力。  **2.小组讨论：**  能够激发学生的学习兴趣和参与度，提高团队合作能力促进批判性思维。 | 4 |
| 2.民族旅游产品策划的内容与方法 | 课程目标3 |
| 3.民族旅游产品的主要类别（观光旅游产品、休闲旅游产品、度假旅游产品、专项旅游产品） | 课程目标4 |
| 5 | 民族旅游服务策划 | 1.民族旅游服务的定义、特征及分类 | **1.小组作业：**完成民族旅游服务策划案例搜集 | 课程目标3 | 重点：  1.记住民族旅游服务的定义、特征及分类，会区别判断民族服务类型  2.熟知民族旅游服务策划的内容与方法  难点：  1.能策划民族旅游相关服务 | **1.案例教学：**  能够培养和提高学生的创造性思维能力、分析问题和解决问题的能力，锻炼学生的沟通合作能力和口头表达能力。  **2.小组讨论：**  能够激发学生的学习兴趣和参与度，提高团队合作能力促进批判性思维。 | 4 |
| 3.民族旅游服务策划的内容与方法 | 课程目标3 |
| 2.民族旅游服务的主要类别（旅游交通服务、旅游住宿服务、旅游餐饮服务、观光游览服务、旅游购物服务、旅游娱乐服务） | 课程目标4 |
| 6 | 民族旅游节庆策划 | 1.民族旅游节庆策划概述 | **1.小组作业：**完成民族旅游节庆策划案例搜集 | 课程目标3 | 重点：  1.记住民族旅游节庆的定义和特征，会区分中西方节庆的差异  2.民族旅游节庆策划的程序与方法  难点  1.会运用旅游节庆策划的模式与程序，完成民族旅游节庆策划方案 | **1.案例教学：**  能够培养和提高学生的创造性思维能力、分析问题和解决问题的能力，锻炼学生的沟通合作能力和口头表达能力。  **2.小组讨论：**  能够激发学生的学习兴趣和参与度，提高团队合作能力促进批判性思维。 | 4 |
| 2.民族旅游节庆策划的程序与方法 | 课程目标3 |
| 3.旅游节庆策划方案制作 | 课程目标4 |
| 7 | 民族旅游广告策划 | 1.民族旅游广告策划的程序 | **1.小组作业：**完成民族旅游广告策划案例搜集 | 课程目标3 | 重点：  1.会通过广告案例分析广告策划包括的要素  2.搜集相关素材，能策划出富有新意的广告策划  难点：  1.会运用旅游广告策划的程序撰写广告策划书 | **1.案例教学：**  能够培养和提高学生的创造性思维能力、分析问题和解决问题的能力，锻炼学生的沟通合作能力和口头表达能力。  **2.小组讨论：**  能够激发学生的学习兴趣和参与度，提高团队合作能力促进批判性思维。 | 4 |
| 2.民族旅游广告创意 | 课程目标3 |
| 3.民族旅游广告策划方案 | 课程目标4 |
| 8 | 民族旅游公关策划 | 1.民族旅游公共关系概述 | **1.小组作业：**完成民族旅游公关策划案例搜集 | 课程目标3 | 重点：  1.会区分旅游公共关系策划的概念及特征  2.会运用旅游公共关系活动的程序策划公关活动  3.会撰写旅游企业公关活动策划方案书  难点：  4.会运用旅游公共关系活动的模式分析公关活动案例 | **1.案例教学：**  能够培养和提高学生的创造性思维能力、分析问题和解决问题的能力，锻炼学生的沟通合作能力和口头表达能力。  **2.小组讨论：**  能够激发学生的学习兴趣和参与度，提高团队合作能力促进批判性思维。 | 4 |
| 2.民族旅游公关策划的程序和内容 | 课程目标3 |
| 3.民族旅游企业公关活动策划方案 | 课程目标4 |

## 四、课程考核

**（一）考核内容与考核方式**

**表4-1 课程目标、考核内容与考核方式对应关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** | **所属**  **学习模块/项目** | **考核占比** | **考核方式** |
| 课程  目标 2 | 1.能认同并践行民族旅游铸牢中华民族共同体意识 | 1.民族旅游策划概论  2.民族旅游策划理论与方法 | 28% | ☑课程论文 ☑汇报展示  ☑课堂表现 ☑平时作业 |
| 2.了解并实践策划旅游的思维方法 |
| 3.能尊重少数民族文化多样性 |
| 4.能利用相关工具挖掘、收集和整理信息 |
| 课程  目标 3 | 1.记住民族旅游策划核心概念、主要理论 | 2.民族旅游策划理论与方法 | 35% | ☑课程论文 ☑汇报展示  ☑课堂表现 ☑平时作业 |
| 2.掌握民族旅游策划的内容和程序 |
| 3.会分析民族旅游策划的类型、特点 |
| 课程  目标 4 | 1.会分析市场营销环境 | 3.民族旅游形象策划  4.民族旅游产品策划  5.民族旅游服务策划  6.民族旅游节庆策划  7.民族旅游广告策划  8.民族旅游公关策划 | 37% | ☑课程论文 ☑汇报展示  ☑课堂表现 ☑平时作业 |
| 2.能从形象、产品、广告、活动、公关等方面策划民族旅游项目 |
| 3.能够独立地撰写民族旅游策划书 |
| 4.会总结、提炼旅游地宣传口号 |
| 5.会运用旅游策划的原理分析策划案例中存在问题 |

**表4-2 课程目标与考核方式矩阵关系**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程  目标 | 考核方式 | | | | 考核占比（此处需与上表基本一致） |
| 课程论文成绩比例60% | 汇报展示成绩比例20% | 课堂表现成绩比例10% | 平时作业成绩比例10% |
| 课程目标2 | 30% | 20% | 30% | 30% | 28% |
| 课程目标3 | 30% | 40% | 40% | 50% | 35% |
| 课程目标4 | 40% | 40% | 30% | 20% | 37% |

## （二）成绩评定

**1.平时成绩评定**

**（1）课堂表现（10%）**：用“学习通”APP实时记录信息，考查学生在课堂上的表现情况、发言与提问情况，来评价学生相关的能力。

**（2）作业完成情况（10%）**：通过个人作业、小组作业形式考查学生对相关知识的认识、理解情况，根据作业完成度给予相应评分。

**（3）案例撰写（15%）**：学习通过小组作业形式完成规定类型的教学案例收集、撰写，根据案例质量给予相应评分。

**（4）翻转课堂与实践教学（15%）**：通过课堂教案设计、课堂片段展示与汇报，考查学生收集资料能力、研究设计能力、解决实际问题能力和合作研究能力等课堂实践能力。

**2.期末成绩评定**

期末考核以课程大论文（**50％**）形式考查学生对基本概念、操作程序和具体方法的理解与运用，要求学生掌握基本概念、操作程序，运用具体方法解决相关问题。

**3.总成绩评定**

总成绩（**100%**）=平时成绩（**50%**）+期末成绩（**50%**）

## （三）评分标准

**表5 评分标准（非试卷考核项目）**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核项目** | **评分标准** | | | | |
| **优秀**  **(100>x≥90)** | **良好**  **(90> x≥80)** | **中等**  **(80> x≥70)** | **及格**  **(70> x≥60)** | **不及格**  **(x <60)** |
| 课堂表现 | 上课认真听讲，不做与上课无关的事，积极与老师互动 | 上课较认真听讲，有说话的行为，但无其他行为 | 上课较认真听讲，有说话与玩手机的行为 | 上课较认真听讲，有说话与玩手机的行为 | 旷课3次及以上，上课时干扰教学秩序 |
| 作业完成情况 | 按时完成并提交，内容准确无误，字迹清楚工整，符合规定要求，独立完成。 | 作业完成延期3天提交，内容准确无误，字迹清楚工整，符合规定要求，独立完成。 | 作业完成延期5天提交，内容较准确，字迹清楚工整，符合规定要求，独立完成。 | 作业完成延期7天及以上，内容有较多错误，字迹潦草，符合规定要求，独立完成。 | 不提交作业，严重抄袭别人成果 |
| 案例撰写 | 案例具有丰富的一手资料，案例内容完整，案例逻辑结构清晰、行文表达流畅、语言精准客观 | 案例具有一手资料，案例内容较完整，案例逻辑结构清晰、行文表达较流畅、语言较精准客观 | 案例具有一定资料，案例内容一般完整，案例逻辑结构、行文表达与语言精准客观度一般 | 案例资料信息少，案例内容不完整，案例逻辑结构不清晰、行文表达不流畅、语言不精准客观 | 不提交案例，严重抄袭别人成果 |
| 翻转课堂与实践教学 | 汇报内容符合课程规定，PPT制作精美，报告人仪态大方得体，交流互动好 | 汇报内容符合课程规定，PPT制作较精美，报告人仪态较大方得体，交流互动较好 | 汇报内容符合课程规定，PPT制作一般，报告人仪态不佳，交流互动少 | 汇报内容符合课程规定，PPT制作不美，报告人仪态不佳，没有交流互动 | 不参与翻转课堂或实践教学活动 |
| 课程论文 | 论文选题符合课程性质，选题范围适中，具有较高的研究价值和意义，表现出很强的问题意识。论证过程严谨，所使用的证据或材料充分，结论清晰，具有相当的说服力和解释力。文章结构合理，组织严密，连贯一致。语言表达准确，叙述清楚，所使用的教育专业术语规范。论文符合学术规范。 | 论文选题恰当合理，具有较高的研究价值和意义，表现出较强的问题意识。论证过程较为严谨，所使用的证据或材料较为充分，结论清晰，具有较强的说服力和解释力。文章结构合理，组织较为严密，连贯一致。语言表达较为准确，叙述清楚，所使用的教育专业术语较为规范。论文基本符合学术规范，无明显错误。 | 论文选题较为合理，具有一定的研究价值和意义，表现出一定的问题意识。论证过程具有一定的严谨性，所使用的证据或材料较为充分，结论清晰，具有一定的说服力和解释力。文章结构较为合理，组织较为严密。语言表达较为准确，叙述较为清楚，所使用的教育专业术语较为规范。论文基本符合学术规范，有部分错误。 | 论文主题具有一定的研究价值和意义，但选题凝练不够，问题意识欠佳。论证过程较为合理但不太严谨，具有一定的证据或材料但不够充分，结论基本清晰。文章结构较为合理，组织具有一定的严密性，但存在部分不连贯现象。语言表达基本清楚，所使用的教育专业术语基本规范。论文基本符合学术规范，有部分错误。 | 论文选题不符合课程性质，或主题不明确论证过程随意，所使用的证据或材料极其不充分，结论不清晰。文章结构混乱，存在前后不连贯现象。语言不通顺，所使用的教育专业术语不规范。论文明显不符合学术规范，或存在抄袭现象。 |

## 五、其它说明

本课程大纲依据2023版旅游管理专业人才培养方案，由管理学院旅游管理教学系讨论制定，管理学院教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。