**《旅游品牌管理》课程教学大纲**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | **旅游品牌管理** | | | | | | |
| **课程英文名** | Management of Tourism Brand | | | | **双语授课** | | □是 否 |
| **课程代码** |  | **课程学分** | **2** | **总学时数** | | 32 | |
| **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 | | **开课学期** | 第6学期 | | | |
| **课程负责人** | 毛娟 | | **审核人** | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 旅游市场营销学、旅行社经营与管理、酒店管理、旅游目的地管理 | | | | | | |
| **后续课程** | 旅游新业态管理、乡村旅游策划、会展项目策划与活动管理、世界遗产旅游 | | | | | | |
| **选用教材** | 1.朱立.《品牌管理（第三版）》[M]. 北京: 高等教育出版社，2020. | | | | | | |
| **参考书目** | 1.朱明芳.《旅游企业品牌管理》[M].北京：旅游教育出版社，2007.  2.（英）摩根 著. 杨桂华（译）《旅游目的地品牌管理》[M].天津：南开大学出版社，2006. 3.[马明](https://www.kongfz.com/writer/28872/)、[陈方英](https://www.kongfz.com/writer/2496208/).《旅游地品牌战略管理研究——以“好客山东”为例》[M].北京:经济科学出版社，2020. 4.陈雪钧、马勇、李莉.《酒店品牌建设与管理（第2版）》[M].重庆：重庆大学出版社，2022. | | | | | | |
| **课程资源** | [品牌管理\_重庆大学\_中国大学MOOC(慕课) (icourse163.org)](https://www.icourse163.org/course/-1003647003) | | | | | | |
| **课程简介** | 旅游品牌管理是旅游管理专业的一门专业选修课。本课程主要讲授旅游品牌的内涵与要素构成，旅游品牌形象设计、品牌资产经营、旅游品牌定位、旅游品牌传播、旅游品牌扩张、旅游品牌的保护与危机管理、旅游品牌国际化营销等内容。  通过本课程的教学，意在于使学生比较全面系统地掌握旅游品牌与形象的基本理论、基本知识和旅游品牌形象管理的方法，充分认识在经济全球化背景下旅游品牌的重要性。希望学生能掌握现代旅游品牌经营管理所需要的基本理论、基本原理、 基础知识、基本技巧。通过本课程的学习，为学生将来胜任旅游品牌营销相关实践的规划、实施、评估、控制等经营管理工作奠定专业知识基础。 | | | | | | |

**二、课程目标**

**表1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标 1** | 使学生系统掌握旅游品牌管理方面的基础知识，熟悉旅游品牌管理的基本流程，掌握旅游品牌管理的基本原理、内容体系结构与方法。 |
| **课程目标 2** | 在掌握旅游市场调研知识的基础上，进一步强化旅游品牌管理的方法设置、内容设计以及资料分析等方面的实际操作能力和创意呈现能力。加强对学生的战略性旅游品牌管理思维训练，并以此为指导，形成一定的旅游品牌管理的能力。培养学生多维度、多面向的旅游品牌管理能力，包括旅游品牌塑造、品牌定位、品牌传播、品牌延伸及旅游品牌危机管理和品牌创新能力。 |
| **课程目标** 3 | 从我国旅游品牌建设的角度入手，引导学生思考我国的国家旅游品牌建设，思考如何从品牌建设的视角提升国家旅游形象及民族旅游品牌形象。树立民族自豪感及自信心，尤其是文化自信和制度自信。 |

**表2 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3：**核心素养【M】 | 3.1 系统掌握工商管理类专业基础知识。 | 1 |
| **毕业要求5：**专业知识【H】 | 5.2 掌握在酒店、旅行社、会展企业、旅游行政、旅游职业教育等企事业单位开展服务和管理工作的基本理论。 | 2 |
| 5.3 掌握为旅游企业进行市场调研、旅游产品开发、旅游消费心理分析、旅游营销、企业文化建设、企业财务分析等方面的系统知识。 | 2 |
| **毕业要求6：**专业技能【M】 | 6.2 具有对旅游企业的各种发展资源进行计划、组织、协调和控制的能力。 | 2 |
| **毕业要求8：**职业发展【L】 | 8.1 具有开拓精神与创新创业意识。 | 3 |
| 8.2 及时了解本学科的理论前沿及发展动态，能够不断学习最新的专业知识和技能。 | 3 |

**三、课程学习内容与方法**

**表3 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 | 品牌概述 | 1.品牌的内涵及作用 | 1.拓展阅读：查阅有关旅游品牌的案例及发展历程资料。  2.线上学习：慕课视频 | 课程目标1 | 重点：  品牌的内涵及作用  难点：  旅游品牌的类型及特征 | **1.课堂讲授：**能够引导学生掌握品牌的基本内涵，掌握品牌的类型及特征。  **2.视频学习：**使学生通过慕课视频学习其他高校的教学资源。 | 2 |
| 2.品牌的类型及特征 | 课程目标1 |
| 2 | 旅游品牌系统构成 | 1.旅游品牌构成机理 | 1.个人作业：分析xx旅游企业的品牌构成要素。  2.线上学习：慕课视频 | 课程目标1 | 重点：  旅游品牌的构成  难点：  旅游品牌元素的设计 | **1.课堂讲授：**能够引导学生学习有关旅游品牌系统的构成要素。  **2.案例教学：**能够使学生通过案例学习巩固旅游品牌系统的构成内容。  **3.视频学习：**能够使学生通过慕课视频的学习接触其他高校的教学资源，进一步巩固本节课的理论知识。 | 4 |
| 2.有形品牌元素系统 | 课程目标1 |
| 3.无形品牌元素系统 | 课程目标1 |
| 3 | 旅游品牌资产经营 | 1.旅游品牌资产的概念、要素与意义 | 1.练习：  旅游品牌资产评估的各类方法  2.线上学习：慕课视频 | 课程目标2 | 重点：  旅游品牌资产的评估方法  难点：  旅游品牌资产的管理 | **1.课堂讲授：**  能够使学生掌握旅游品牌资产的基本概念、评估方法与经营管理策略。  **2.案例教学：**能够通过案例分析使学生了解品牌资产评估的过程。  **3.视频学习：**通过慕课视频使学生学习其他高校的课程资源，并进一步巩固有关旅游品牌资产的知识点。 | 6 |
| 2.旅游品牌资产价值评估 | 课程目标2 |
| 3.旅游品牌资产经营管理 | 课程目标2 |
| 4 | 旅游品牌传播管理 | 1.旅游品牌传播概述 | 1.拓展阅读：旅游品牌传播的经典案例  2.线上学习：慕课视频 | 课程目标2 | 重点：  旅游品牌传播模式  难点：  旅游品牌生命周期阶段的传播策略 | **1.课堂讲授：**能够引导学生学习旅游品牌传播的流程、方法及策略。  **2.查阅文献：**能够使学生通过资料阅读拓展知识面。  **3.课堂汇报：**分享阅读心得，能够培养学生的语言表达能力和团队配合意识。 | 4 |
| 2.旅游品牌传播流程 | 课程目标2 |
| 3.旅游品牌传播的战略模式 | 课程目标2 |
| 4.旅游品牌传播的方式 | 课程目标2 |
| 5.旅游品牌生命周期各阶段的传播策略 | 课程目标2 |
| 5 | 旅游竞争力培育 | 1.旅游品牌竞争力的内涵与重要意义 | 1.练习：浅谈旅游品牌竞争力培育与提升对策。  2.线上学习：慕课视频 | 课程目标1 | 重点：  旅游品牌竞争力评价  难点：  旅游品牌竞争力的培育与提升 | **1.课堂讲授：**能够引导学生学习旅游品牌竞争力的构成、影响因素、评价方法、制约因素及提升策略。  **2.小组讨论：**能够锻炼学生的思辨和语言能力，培养团队合作意识。  **3.案例教学：**能够使学生进一步了解不同的旅游品牌在竞争力提升方面的经验教训。 | 4 |
| 2.影响旅游品牌竞争力的因素 | 课程目标2 |
| 3.旅游品牌竞争力的构成与评价 | 课程目标2 |
| 4.制约我国旅游品牌竞争力的障碍 | 课程目标3 |
| 5.培育与提升我国旅游品牌竞争力的对策 | 课程目标3 |
| 6 | 旅游品牌扩张管理 | 1.旅游品牌扩张的动因 | 1.拓展阅读：查阅世界知名旅游品牌扩张经典案例。  2.线上学习：慕课视频 | 课程目标2 | 重点：  旅游品牌扩张路径的构建  难点：  旅游品牌扩张路径的选择 | **1.课堂讲授：**能够引导学生学习旅游品牌扩张的动因、优势、风险及扩张模式。  **2.查阅文献：**能够使学生通过文献阅读了解旅游品牌扩张的经验。  **3.视频学习：**能够通过视频资料的学习开拓学生的眼界，丰富课堂教学内容，同时培养学生的自学能力。 | 4 |
| 2.旅游品牌扩张的优势与风险 | 课程目标2 |
| 3.旅游品牌扩张路径模型的构建 | 课程目标2 |
| 7 | 旅游品牌危机管理 | 1.旅游品牌危机的特征与形式 | 1.个人作业：你认为我国旅游品牌存在哪些危机？如何进行品牌危机管理？  2.线上学习：慕课视频 | 课程目标2 | 重点：  旅游品牌危机处理  难点：  酒店品牌危机的恢复管理 | **1.课堂讲授：**能够引导学生学习旅游品牌危机的特征和类型，掌握旅游品牌危机处理的基本方法，并能够进行品牌危机的恢复管理。  **2.调研：**能够使学生通过调研，了解我国旅游品牌在危机管理方面的现状。 | 4 |
| 2.旅游品牌危机管理的内涵与原则 | 课程目标2 |
| 3.旅游品牌危机管理的内容 | 课程目标2 |
| 8 | 旅游品牌国际化管理 | 1.旅游品牌国际化的内涵与动因 | 1.小组作业：当前我国旅游品牌国际化的制约因素。  2.线上学习：慕课视频 | 课程目标3 | 重点：  旅游品牌国际化的模式选择  难点：  旅游品牌国际化的战略措施 | **1.课堂讲授：**能够引导学生学习旅游品牌国际化的模式及策略。  **2.小组讨论：**能够使学生通过讨论进一步认清我国旅游品牌在国际化方面的成就及障碍。  **3.视频学习：**能够使学生通过慕课视频的观看，巩固旅游品牌国际化的知识点，并启发学生进行更深入的思考。 | 4 |
| 2.旅游品牌国际化的模式选择 | 课程目标3 |
| 3.延滞我国旅游品牌国际化的障碍 | 课程目标3 |
| 4.推进我国旅游品牌国际化的动力 | 课程目标3 |

## 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 1 | 1.品牌的内涵及作用 | 学习模块1 | 20% | 1.课堂表现  2.平时作业  3.阶段性测试  4.开卷考试 |
| 2.品牌的类型及特征 | 学习模块1 |
| 3.旅游品牌构成机理 | 学习模块2 |
| 4.有形品牌元素系统 | 学习模块2 |
| 5.无形品牌元素系统 | 学习模块2 |
| 6.旅游品牌竞争力的内涵与重要意义 | 学习模块5 |
| 课程  目标 2 | 1.旅游品牌资产的概念、要素与意义 | 学习模块3 | 50% | 1.课堂表现  2.平时作业  3.阶段性测试  4.开卷考试 |
| 2.旅游品牌资产价值评估 | 学习模块3 |
| 3.旅游品牌资产经营管理 | 学习模块3 |
| 1.旅游品牌传播概述 | 学习模块4 |
| 2.旅游品牌传播流程 | 学习模块4 |
| 3.旅游品牌传播的战略模式 | 学习模块4 |
| 4.旅游品牌传播的方式 | 学习模块4 |
| 5.旅游品牌生命周期各阶段的传播策略 | 学习模块4 |
| 2.影响旅游品牌竞争力的因素 | 学习模块5 |
| 3.旅游品牌竞争力的构成与评价 | 学习模块5 |
| 1.旅游品牌扩张的动因 | 学习模块6 |
| 2.旅游品牌扩张的优势与风险 | 学习模块6 |
| 3.旅游品牌扩张路径模型的构建 | 学习模块6 |
| 1.旅游品牌危机的特征与形式 | 学习模块7 |
| 2.旅游品牌危机管理的内涵与原则 | 学习模块7 |
| 3.旅游品牌危机管理的内容 | 学习模块7 |
| 课程  目标 3 | 1.旅游品牌国际化的内涵与动因 | 学习模块8 | 30% | 1.课堂表现  2.平时作业  3.阶段性测试  4.开卷考试 |
| 2.旅游品牌国际化的模式选择 | 学习模块8 |
| 3.延滞我国旅游品牌国际化的障碍 | 学习模块8 |
| 4.推进我国旅游品牌国际化的动力 | 学习模块8 |

**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 |
| 期末考试成绩比例60% | 小组讨论成绩比例20% | 平时作业成绩比例10% | 课堂参与成绩比例10% |
| 课程目标1 | 20% | 20% | 15% | 15% | 19% |
| 课程目标2 | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% |
| 课程目标3 | 30% | 30% | 35% | 35% | 31% |

## （二）成绩评定

**1.平时成绩评定**

**（1）课堂表现（20%）**：通过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。每学生每学期至少发言三次，基准分85分，每回答错误一次扣5分，不完整、不全面一次扣3分；自愿举手发言一次加3分，回答比较完整、全面或有道理加5分，每学生累计加分后的课堂讨论成绩不得超过100分。

**（2）作业完成情况（20%）**：围绕课程的学习目标进行作业的设计。平时作业至少3次，即旅游品牌概述、旅游品牌传播、旅游品牌国际化模块结束后各做一次作业，并分别以100分制计成绩。作业评分严格按照参考答案和评分标准进行评阅。

**（3）阶段性测验（20%）**：计划在授课过程中不定期进行章节小测验和中期考试，拟进行4次阶段性测验，考察学生在平时掌握课程的情况。

**（4）课程论文（20%）**：考察学生收集资料能力，研究设计能力，解决实际问题能力和合作研究能力；并根据主题论文的撰写情况评价学生解决实际问题的能力和学术研究的能力。

**（5）实践教学（20%）**：以小组为单位完成调研报告、小制作、小作品等，进行课堂展示与汇报。每小组人数为3—4人，汇报演讲时间为8—10分钟，主要从演讲内容、演讲技巧、演讲效果、时间掌握及脱稿要求五部分对演讲选手进行评分。

**2.期末成绩评定**

期末考核主要考察学生对旅游品牌的基本概念、构成要素、品牌资产运营、品牌扩张、品牌危机管理、品牌传播及品牌国际化等知识点的理解与运用等。考试范围以授课内容为主，方式为开卷考试。要求学生掌握旅游品牌管理的基本知识、旅游品牌的管理理论，以及运用理论知识解决实际问题。

**3.总成绩评定**

总成绩（100%）=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）

## （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)** |
| 课堂表现与作业完成情况 | 上课认真听讲，不做与上课无关的事，能够按照时间节点完成作业。 | 上课较认真听讲，有说话的行为，但无其他行为，能够按照时间节点完成90%以上作业，作业完成延期不超过1天。 | 上课较认真听讲，有说话与玩手机的行为，能够按照时间节点完成80%以上作业，其他作业完成延期不超过2天。 | 上课较认真听讲，有说话与玩手机的行为，能够按照时间节点完成70%以上作业，其他作业完成延期不超过3天。 | 上课不认真听讲，不能够按照时间节点完成70%以上作业，严重超期。 |
| 实践教学 | 能够以小组为单位团结协作，按照要求高质量完成实践调研报告，数据详实、内容充实、结论正确，能够脱稿汇报，准确的回答师生提问。 | 能够以小组为单位团结协作，按照要求比较高质量完成实践调研报告，数据详实、内容充实、结论正确，能够脱稿汇报，比较准确的回答师生提问。 | 能够以小组为单位团结协作，按照要求较好的完成实践调研报告，数据较详实、内容较充实、结论较正确，能够较流畅的汇报，能够准确回答大部分提问。 | 能够以小组为单位团结协作，按照要求基本完成实践调研报告，数据基本详实、内容基本充实、结论基本正确，能够读稿汇报，能够准确回答一半提问。 | 不能以小组为单位团结协作，不能按照要求完成实践调研报告，调研报告内容不完整、数据不充分、结论不正确，不能完整的进行汇报，不能准确回答全部提问。 |
| 课程论文 | （1）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。（2）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。（3）文章结构合理，组织严密，连贯一致。（4）语言表达准确，叙述清楚，所使用的教育专业术语规范。（5）论文符合学术规范。 | （1）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。（2）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。（3）文章结构合理，组织较为严密，连贯一致。（4）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。（5）论文基本符合学术规范，无明显错误。 | （1）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。（2）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。（3）文章结构较为合理，组织较为严密。（4）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。  （5）论文基本符合学术规范，有部分错误。 | （1）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。（2）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。（3）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。（4）语言表达基本清楚，所使用的教育专业术语基本规范。（5）论文基本符合学术规范，有部分错误。 | （1）论文选题不符合课程性质，或主题不明确（2）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。（3）文章结构混乱，存在前后不连贯现象。（4）语言不通顺，所使用的教育专业术语不规范。（5）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（对口高职）专业人才培养方案，由管理学院旅游管理系讨论制定，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。