**《旅游项目策划》课程教学大纲**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | **旅游项目策划** | | | | | | |
| **课程英文名** | **Tourism project planning** | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** | **28112001** | **课程学分** | **3** | **总学时数** | | 48（含实践8） | |
| **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** | 旅游管理系 | | | |
| **面向专业** | 旅游管理 | | **开课学期** | 第5学期 | | | |
| **课程负责人** | 李志民 | | **审核人** | 唐光海 | | | |
| **先修课程** | 旅游学概论、旅游目的地管理、旅游消费者行为、旅游市场营销学、旅游经济学、旅游法规与政策、旅游地理学、旅游文化学、旅游资源学等 | | | | | | |
| **后续课程** | 旅游规划与开发、民族旅游策划、乡村旅游策划、研学旅行策划等 | | | | | | |
| **选用教材** | 旅游策划理论与实务，杨振之主编，华中科技大学出版社，2019年1月. | | | | | | |
| **参考书目** | 1.《旅游项目策划教程》，王庆生主编，清华大学出版社，2013年7月；  2. 现代旅游策划学.沈祖祥，化学工业出版社，2013年8月。 | | | | | | |
| **课程资源** | “旅策网”：http://www.tianyucms.cn/。  “旅游规划设计中心”：http://www.cntalliance.org/。 | | | | | | |
| **课程简介** | 《旅游项目策划》是一门旅游管理专业选修课程，旨在拓展学生的旅游规划、园林规划、旅游管理思路和手法，建立创新理念，并学会创意构思、创意策划技能。通过该课程的教学，学生可以掌握旅游策划的基本原则和原理，了解旅游策划的基本程序和基本方法，并熟悉旅游策划的基本内容。在老师的指导下，学生可以参与具体区域的旅游策划活动，培养具有多重、多方面叠加的思维方式和创新意识的旅游策划基本能力。 | | | | | | |

**二、课程目标**

**表 1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标 1** | 了解旅游策划的发展简史，了解旅游策划的基本职能，理解旅游策划学的研究对象。  理解旅游策划的特点，掌握旅游策划的含义，掌握旅游策划学的几个基本概念。 |
| **课程目标 2** | 掌握旅游项目策划原理，掌握旅游项目策划的原则，掌握旅游项目策划的方法、内容与程序。  能把旅游策划的原则与项目实际结合起来进行运用，能够把握一项具体的旅游项目策划的工作流程  理解可行性研究与策划创意之间的辩证关系，掌握如何进行一项可行性研究 |
| **课程目标** 3 | 根据旅游形象策划的流程，进进行旅游地形象策划，理解研究作为旅游形象策划的逻辑起点、定位作为旅游形象策划的主体与核心、设计作为旅游形象策划的形式表达。  掌握整合营销传播工具的组合与运作。掌握基于游客视角的旅游产品策划技巧。  把握旅游商品的地缘文化特性，理解旅游商品的实用性、艺术性、文化性  掌握旅游项目管理的基本理论和方法。 |

**表2-1 课程目标与毕业要求对应关系（适用于旅游管理、旅游管理（对口高职）专业）**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求1：**政治道德【M】 | 1.1 遵纪守法，树立正确的历史观、民族观、国家观，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，具有爱国主义的崇高情感。 | 1 |
| **毕业要求2：**基础素养【M】 | 2.1 具有良好的文化基础和人文修养。 | 1、3 |
| 2.2 具备良好的职业道德和高度的敬业精神。 | 2、3 |
| **毕业要求3：**核心素养【H】 | 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】 | 5.1 掌握管理学、经济学和旅游策划规划的基本理论、基本知识。 | 2、3 |
| **毕业要求7：**沟通合作【M】 | 7.1 具有团队协作精神，在合作团队中能承担团队成员和负责人的角色。 | 2 |
| 7.2 具有较强的写作能力、语言表达能力、人际沟通和人际交往能力。 | 3 |
| 7.3 具有国际化视野和跨文化的交流与合作能力。 | 2、3 |
| **毕业要求 9：**职业发展【M】 | 9.1 具有开拓精神与创新创业意识。 | 1、3 |
| 9.3 能够运用批判性思维方法，对旅游产业涉及的问题进行探索和研究。 | 3 |

**三、课程学习内容与方法**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 | 旅游策划的基本概念 | 1.旅游策划的概念 | 个人作业：  收集并整理一份旅游策划案例，分析其成功之处及不足之处。  要求：选择一份旅游策划案例，收集和整理相关的资料和信息，进行分析和总结，提出其成功之处和不足之处，并给出改进建议。 | 1 | 重点：  1. 旅游项目与旅游产品的关系  2. 旅游项目建设与管理的关系  3.旅游策划学的几个基本概念  难点：  1.从旅游策划的发展史中领会策划思想  2. 理清旅游策划与旅游规划的关系 | 1.讲授法：通过教师讲解，使学生了解旅游策划的基本概念、原则、流程等基本知识，为后续的学习打下基础。  2.案例分析法：结合具体的旅游策划案例，引导学生分析并掌握旅游策划的实际应用和方法。通过分析案例，可以帮助学生更加深入地理解旅游策划的基本概念和思路。  3.小组讨论法：组织学生进行小组讨论，共同探讨旅游策划的相关问题。通过小组讨论，可以培养学生的团队协作精神，提高学生的思维能力和创新能力。 | 5 |
| 2.旅游规划与旅游策划的主要区别。 | 2 |
| 2 | 旅游策划的基本原理 | 1. 旅游项目策划思路 | 个人作业：  旅游体验报告：选择一个你亲自体验的旅游目的地或旅游项目，从游客的角度出发，撰写详细的旅游体验报告，包括行程安排、食宿体验、景点游览、人员服务等环节。 | 1、2 | 重点：  旅游项目策划原理  2.旅游项目策划的原则  难点：  1.具体的旅游项目策划的工作流程  2.著名的旅游项目策划案例分析  3.策划的创意性 | 1.案例分析法：通过分析具体的旅游策划案例，引导学生深入理解旅游策划的基本原理和应用。通过分析案例，学生可以了解旅游策划的流程、技巧和方法，同时也可以从实践中学习如何运用旅游策划的基本原理。  2.小组讨论法：组织学生进行小组讨论，共同探讨旅游策划的基本原理和实际应用。通过小组讨论，可以培养学生的团队协作精神，提高学生的思维能力和创新能力。同时也可以鼓励学生通过讨论发现和解决问题，提高其解决问题的能力。 | 5 |
| 2.旅游项目策划的主要内容和方法 | 2、3 |
| 3.旅游项目策划的程序 | 3. |
| 3 | 旅游策划的条件及环境分析 | 1. 旅游外部环境调查与分析 | 练习：  分析一个成功的旅游策划案例，探讨其条件和环境分析的思路和方法，如何影响方案的设计和实施。  针对一个实际的旅游景区或目的地，进行条件和环境分析，包括政治、经济、社会、技术等方面，并提交分析报告。 | 1 | 重点：  1.旅游项目发展的外部环境要素  2.地块分析的三个层次  难点：  1.区位和区位理论 | 1.讲授法  2.案例分析法：选取典型的旅游策划案例，引导学生深入分析其中条件和环境分析的思路、方法和技巧。通过案例分析，学生可以直观地了解旅游策划的条件及环境分析的实际应用和效果。 | 4 |
| 2. 旅游区位分析 | 1、3 |
| 3. 旅游地块分析 | 2 |
| 4 | 旅游策划的市场调查 | 1. 游客行为分析 | 1.练习：  分析一个成功的旅游策划案例，探讨其市场调查的方法和步骤，如何影响方案的设计和实施。  设计一个旅游市场调查方案，包括调查目的、调查对象、调查内容、调查方法等方面，并对其进行可行性分析。 | 1、2 | 重点：  1重点：  旅游市场细分  难点：  旅游消费的时空行为特点 | 1.讲授法：通过教师对旅游策划市场调查的基本概念、方法和技巧的讲解，帮助学生了解市场调查的基本知识和流程。  2.案例分析法：选取典型的旅游策划市场调查案例，引导学生分析案例中市场调查的步骤、方法和应用效果，帮助学生掌握市场调查的实际应用技巧。 | 3 |
| 2. 竞争者调查分析 | 1、2 |
| 3.商业业态调查 | 2、3 |
| 5 | 旅游策划的定位分析 | 1. 旅游形象定位 | 1.练习：可以设计一些与旅游策划定位分析相关的练习题或思考题，例如：  分析一个成功的旅游策划案例，探讨其定位分析的方法和思路，如何影响方案的设计和实施。  设计一个旅游策划的定位分析方案，包括目标市场、产品定位、品牌形象等方面，并对其进行可行性和合理性分析。  针对一个实际的旅游景区或目的地，进行定位分析，包括其市场潜力、竞争优势、游客需求等方面，并提交分析报告。 | 1 | 重点：  1.影响形象定位的因素。  2.竞争定位理论。  难点：  1.形象定位与口号  2.旅游产品结构与特色产品库。 | 1.讲授法：教师通过讲解旅游策划的定位分析的基本概念、原理和方法，使学生掌握相关知识。  2.案例分析法：教师选取一些成功的旅游策划案例，让学生通过对这些案例的分析，了解旅游策划定位分析的具体应用和实践。  3.小组讨论法：将学生分成若干小组，让他们针对某一旅游项目进行定位分析，然后各小组之间进行交流和讨论，以提高学生的实际操作能力。 | 5 |
| 1. 旅游市场定位 | 2 |
| 1. 旅游产品定位 | 2、3 |
| 1. 竞争定位 | 3 |
| 6 | 旅游产品策划 | 1. 旅游产品策划的内涵 | 小组作业：安排学生进行小组讨论并合作完成一些旅游产品策划项目，例如针对一个实际的旅游景区或目的地，进行基于旅游产品策划的产品设计方案，并提交方案。组织小组间的方案展示和交流，共同探讨不同方案的优缺点和可行性。  劳动参与和体验：强调旅游项目策划中应包含让游客参与和体验劳动的机会。例如，通过农业体验项目、手工艺体验项目等，让游客亲身参与劳动过程，体验劳动的乐趣和价值。 | 1 | 重点：  1. 把握旅游产品策划中的资源要素。  难点：  1. 资源要素与产品要素间的逻辑联系。 | 1.讲授法：教师通过讲解旅游产品策划的基本概念、原理和方法，使学生掌握相关知识。  2.案例分析法：教师选取一些成功的旅游产品策划案例，让学生通过对这些案例的分析，了解旅游产品策划的具体应用和实践。  3.小组讨论法：将学生分成若干小组，让他们针对某一旅游项目进行产品策划，然后各小组之间进行交流和讨论，以提高学生的实际操作能力。 | 1 |
| 2. 旅游资源与旅游产品 | 1、2 |
| 3. 专项旅游产品策划 | 2、3 |
| 7 | 旅游营销策划 | 1. 旅游营销策划的“智慧之树”理论 | 拓展阅读：《旅游市场营销案例分析》   1. 小组作业：    * 分组讨论一个旅游目的地的市场营销问题，提出解决方案，并进行展示。    * 分组进行一次模拟的旅游营销策划活动，包括市场分析、营销策略制定和营销组合设计等环节。 | 1 | 重点：  1.旅游营销战略  2.营销推广策划的方法  难点：  1. 营销组合 | 1.讲授法：教师通过讲解旅游营销策划的基本理论和实践方法，使学生掌握相关知识。  2.案例分析法：教师选取一些成功的旅游营销策划案例，让学生通过对这些案例的分析，了解旅游营销策划的具体应用和实践。  3.小组讨论法：将学生分成若干小组，让他们针对某一旅游目的地进行营销策划，然后各小组之间进行交流和讨论，以提高学生的实际操作能力。 | 3 |
| 2.旅游营销策划战略与策略 | 2、 |
| 3.新媒体营销技术 | 3 |
| 8 | 旅游项目投资估算 | 1.投资估算概念及其内容 | 练习：  分析一个实际的旅游项目投资案例，探讨其投资估算的思路和方法，以及与项目实际投资成本的差异分析。  设计一个旅游项目的投资估算方案，包括项目投资总额、各项费用预算、收益预测等方面，并对其进行财务分析和风险评估。  针对一个实际的旅游景区或目的地，进行旅游项目投资估算，包括项目建设期、运营期各项费用预算、资金计划等方面，并提交估算报告。 | 1、2 | 重点：  1.投资估算的依据与作用  2.土地过敏经济费用的计算方法  难点：  1. 建设期利息的估算 | 1.讲授法：教师通过讲解旅游项目投资估算的基本理论和实践方法，使学生掌握相关知识。  2.案例分析法：教师选取一些成功的旅游项目投资估算案例，让学生通过对这些案例的分析，了解旅游项目投资估算的具体应用和实践。  3.小组讨论法：将学生分成若干小组，让他们针对某一旅游项目进行投资估算，然后各小组之间进行交流和讨论，以提高学生的实际操作能力。 | 3 |
| 2.分类投资估算 | 1、2 |
| 3.项目投入总资金与分期投资计划 | 2、3 |
| 9 | 旅游项目管理 | 1.旅游项目管理概述 | 练习：  分析一个实际的旅游项目管理案例，探讨其项目管理的思路和方法，以及成功或失败的原因。  设计一个旅游项目的项目管理方案，包括项目目标、实施计划、时间管理、质量管理等方面，并对其进行风险评估和应对策略设计。  针对一个实际的旅游景区或目的地，进行旅游项目管理方案的设计和讨论，并提交方案。 | 1 | 重点：  1.项目管理的基本理论  难点：  1. 项目风险的识别、度量和应对措施 | 1.讲授法：通过教师对旅游项目管理的基本概念、原则、方法和流程的讲解，帮助学生了解旅游项目管理的基本知识和理论。  2.案例分析法：选取典型的旅游项目管理案例，引导学生分析案例中的项目目标、实施过程、时间管理、质量管理等方面的经验和教训，帮助学生掌握旅游项目管理的实际应用技巧。  3.小组讨论法：组织学生进行小组讨论，探讨旅游项目管理的难点和解决方法。通过小组讨论，培养学生的团队协作精神和沟通能力。 | 3 |
| 2.旅游项目时间管理 | 1、2 |
| 3.旅游项目成本管理 | 1、2 |
| 4.旅游项目质量管理 | 2 |
| 5.旅游项目风险管理 | 3 |

说明：“学习任务”和“教学方法”只是主要部分、并非全部，仅供参考，任课教师在教学过程中可以根据实际和需要自行选择和调整。

## 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**  **学习内容** | **考核占比** | **考核方式** |
| 课程  目标1 | 旅游项目策划的概念、类型与特征：  1.旅游策划的概念。  2.旅游规划与旅游策划的主要区别。  旅游策划的研究对象是什么，旅游项目的概念  3.旅游策划的研究对象是什么，旅游项目的概念 | 模块一 | 25% | 课堂表现  项目策划 |
| 课程  目标2 | 1.旅游项目策划思路  2.旅游项目策划的方法  3.旅游项目策划的内容  4.旅游项目策划的程序 | 模块二 | 50% | 平时作业  项目策划 |
| 1.旅游外部环境调查与分析  2.旅游区位分析  3.旅游地块分析 | 模块三 |
| 1.旅游形象定位  2.旅游市场定位  3.旅游产品定位  4.竞争定位 | 模块五 |
| 1.旅游产品策划的内涵  2.旅游资源与旅游产品 | 模块六 |
| 1.旅游营销策划的“智慧之树”理论  2.旅游营销策划战略与策略 | 模块七 |
| 1.投资估算概念及其内容  2.分类投资估算 | 模块八 |
| 课程  目标3 | 1.理解并掌握旅游策划的基本原理。  2.掌握旅游策划的主要内容和方法  3.掌握旅游项目策划的程序 | 模块二 | 25% | 小组讨论  项目策划 |
| 1.游客行为分析  2.竞争者调查分析  3.商业业态调查 | 模块四 |
| 新媒体营销技术 | 模块七 |
| 项目投入总资金与分期投资计划 | 模块八 |
| 旅游项目时间、成本、质量和风险管理 | 模块九 |

**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% | 课堂表现成绩比例  10% |
| 课程目标1 | 25% | 0% | 100% | 0% | 25%=60%\*25%+10%\*100% |
| 课程目标2 | 50% | 100% | 0% | 0% | 50%=60%\*50%+20%\*100% |
| 课程目标3 | 25% | 0% | 0% | 100% | 25%=60%\*25%+10%\*100% |

## （二）成绩评定

**1.平时成绩评定**

以量化为准，具体衡量指标为平时作业、小组讨论、课堂表现等学习情况，按百分制计算。

（1）课堂表现（25分）：通过学生在课堂上的表现情况、发言、课堂展示、提问与小组讨论交流情况，来评价学生相关的能力。

（2）平时作业（25分）：围绕课程的学习目标进行作业的设计。包括个人作业和小组作业。

（3）小组讨论（50分）：学生收集资料能力，研究设计能力，管理能力，解决实际问题能力和研究能力；

**2.期末成绩评定**

采取考查方式，通过分组分工合作完成具体的旅游项目策划，并以PPT展示讲解，考查学生对本课程知识的掌握程度、应用水平和策划能力。

**3.总成绩评定**

总成绩由平时考核成绩和期末考核成绩构成，根据该门课程的特点，结合应用型本科的办学特点，学生课程考核方法采用结构分数制，总评成绩＝平时成绩×40%＋期末成绩×60%。

## （三）评分标准

旅游项目策划能结合本课程有关概念、理论进行分析，恰当运用相关研究方法；有理有据，论述充分、透彻；结构完整，逻辑严密，条理清楚；语言表达准确，讲解清晰；有自己的思考和观点，切合实际可操作性强，同时富有创意。

## 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。