**《旅游目的地管理》实训课程教学大纲**

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | 旅游目的地管理实训 | | | | | | | | |
| **课程英文名** | Practical Training on Tourism Destination Management | | | | | | **双语授课** | | □是 否 |
| **课程代码** | 28114077 | **课程学分** | | 2 | **周（学时）** | | | 2周（40学时） | |
| **课程类别** | 专业认知实习  □专业见习  □工程实训  □毕业实习  □其他 | **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、旅游管理（对口高职） | | **开课学期** | | | 第5学期 | | | |
| **课程负责人** | 谭舒月 | | **审核人** | | | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 管理学、旅游学概论、旅游经济学、旅游市场营销学、旅游规划与开发 | | | | | | | | |
| **后续课程** | 生态旅游与可持续发展、旅游人力资源管理、康养休闲旅游 | | | | | | | | |
| **选用教材** | [1]黄安民.旅游目的地管理（第二版）[M].华中科技大学出版社，2021. | | | | | | | | |
| **参考书目** | [1]张朝枝,陈钢华.旅游目的地管理[M].重庆大学出版社，2021  [2]邹统钎.旅游目的地地格理论研究[M].中国旅游出版社,2022 | | | | | | | | |
| **课程资源** | 超星学习通https://mooc1-1.chaoxing.com/course-ans/ps/233025154 | | | | | | | | |
| **课程简介** | 《旅游目的地管理实训》是旅游管理类专业教育必修课程。学生应在掌握旅游目的地管理相关理论知识的基础上，掌握旅游目的地经营管理的基本技能，能够充分运用大数据等信息技术手段去分析旅游目的地的发展，具备一定的视野前瞻性和深入探究的能动性，在对问题及对策的分析上具有一定创新性和可行性，通过实践训练进一步服务于地方旅游发展。 | | | | | | | | |

**二、课程目标**

**表1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标1** | 知识传授：在理论课程学习基础上，通过实训学习能够掌握旅游目的地管理的研究方法。熟悉旅游目的地主要的类型、特征及运行管理，掌握旅游目的地定位、空间布局、利益相关者均衡、竞争力提升、数字化营销、安全管理等方面的技术、手段和方法。 |
| **课程目标2** | 能力培养：能够熟练使用旅游目的地管理理论分析现实旅游地管理中存在的现象与问题，并熟练掌握旅游目的地认识与规划、营销与推广、服务体系建设、资源保护与利用、社区增权与营造、危机管理与预防等能力，能够结合理论和现实问题完成高质量的调研报告，并进行展示交流。 |
| **课程目标3** | 价值引导：建立科学系统的旅游地管理思维和方法，具备良好的团队协作和人际沟通素养，具备一定的案例调研意识。依托“一山两江”地方旅游发展特色，树立旅游助力乡村振兴、社区增权、非遗传承、共同富裕的理念。关注旅游目的地的历史人文、景观美感和协调、环保与社会发展等因素，具备相关的人文素养、审美素养、社会责任感和环保意识。 |

**表2-1 课程目标与毕业要求对应关系（适用于旅游管理非师范专业课程）**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求4：通识知识**【M】 | 指标点4.1：掌握哲学、法学、社会学、科学技术、语言文学、艺术、职业发展与教育培训等方面的通识知识。 | 3 |
| **毕业要求5：专业知识**【H】 | 指标点5.1：掌握管理学、经济学和现代市场营销学的基本理论、基本知识。 | 1 |
| **毕业要求6：专业技能**【L】 | 指标点6.1：了解国际旅游产业发展规律、格局和趋势，熟悉我国旅游领域的方针、政策和法规。 | 2 |

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

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求3：核心素养**【H】 | 指标点3.2：具备广博的专业知识、专业技能和审美素养。 | 1、2、3 |
| **毕业要求5：专业知识**【M】 | 指标点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**【H】 | 指标点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】 | 指标点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。 | 1、3 |

**三、教学内容及要求**

**（一）学习内容**

**1.学习内容**

旅游目的地管理实训课程教学根据任务和教学方式分解为五个模块化实训。

**模块一**：旅游目的地竞争力分析及提升策略

对旅游目的地旅游发展现状进行调研，从旅游目的地区位条件、旅游产品供给构成、经营管理模式、空间分布、市场供需情况等多方面进行旅游地竞争力分析。

重点分析：旅游目的地产品的整体布局和经营类型、市场满意度分析。

难点分析：旅游目的地竞争力模型评价指标体系构建及进一步的提升策略分析。

**模块二**：旅游目的地利益相关者行为分析

了解旅游地利益相关者构成，结合各利益相关者的目标述求，怎样协调各方发展。

重点分析：旅游目的地发展演变过程中，社区居民的角色、旅游参与机会如何变化，以及给他们生产、生活带来的各种影响，社区居民与旅游目的地方依恋、在旅游发展过程中的权力与责任等。

难点：旅游目的地利益相关者之间协调机制和路径的构建。

**模块三**：旅游目的地服务体系建设

结合信息化管理与智慧旅游建设理念，调研分析旅游目的地服务体系建设现状及存在的问题，进一步提出改进措施。

重点：旅游目的地接待服务体系和公共服务体系的构成现状及智慧化建设

难点：旅游目的地服务质量管理分析。

**模块四：**旅游地的人力资源开发分析

旅游目的地人力资源是影响地方旅游发展的关键因素，因而需要对旅游目的地的人力资源构成进行调研分析，结合其现状、问题及人力资源开发原则做好进一步的人力资源规划。

重点：调研旅游目的地人力资源体系的构成，做好旅游地人力资源规划。

难点：人力资源结构的合理性分析

**模块五**：旅游目的地品牌营销策划

首先对品牌建设的核心理念进行梳理；进一步思考品牌形象定位及营销战略。

重点：旅游地品牌形象定位及形象塑造

难点：旅游地品牌建设的核心价值理念构建

**（二）时间安排**

安排在第5学期后两周进行，集中实训与分散调研相结合。

**（三）工作流程**

1.制定实训计划书和安全预案

2.实训准备

3.调研实施

4.撰写调研报告

**（四）业务指导**

校内老师1—2名

校外老师1名

## 四、课程考核

**（一）考核内容与考核方式**

**表3 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** | **所属环节** | **考核**  **占比** | **考核方式** |
| 课程目标 1 | 能够对旅游目的地业态的整体布局和经营类型、市场满意度进行科学合理地调研、分析、评价 | 课程实训实施 | 24×% | 调研过程评价、调研报告 |
| 模块实训内容中创新思维、方法、手段的体现 | 调研报告 |
| 旅游目的地接待服务体系和公共服务体系的构成现状及智慧化建设 | 课程实训实施、调研报告或课程论文撰写 |
| 课程目标 2 | 掌握旅游目的地竞争力模型评价指标体系构建及提升策略分析。 | 调研报告及课程论文撰写 | 41×% | 调研报告、课程论文、作品设计 |
| 旅游发展对社区居民的影响，社区居民在旅游发展与旅游目的地方依恋程度、在旅游发展过程中的权力与责任分析。 | 课程实训实施、调研报告及课程论文撰写 |
| 旅游目的地人力资源规划 | 课程实训实施、调研报告及课程论文撰写 |
| 对旅游目的地进行品牌营销策划，并结合线上平台运营进行考核 | 调研报告或课程论文撰写、作品设计 |
| 模块任务外的延伸型学习和实践 | 调研报告或课程论文 |
| 课程目标 3 | 调研过程态度评价 | 课程实训实施 | 35×% | 考勤、调研报告或论文、成果展示 |
| 与旅游目的地利益相关者的沟通交流能力 | 课程实训实施 |
| 项目小组中的配合程度 | 课程实训实施 |
| 调研资料的获取能力 | 课程实训实施 |
| 调研过程中对旅游目的地建设的贡献 | 课程实训实施 |

**表3-2 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） |
| 期末考试成绩比例50% | 阶段性调研报告成绩比例30% | 课堂成果展示7.5% | 调研表现7.5% | 出勤5% |
| 课程目标1 | 30% | 20% | 20% | 20% | 0% | 24.00% |
| 课程目标2 | 40% | 50% | 40% | 40% | 0% | 41.00% |
| 课程目标3 | 30% | 30% | 40% | 40% | 100% | 35.00% |

**（二）成绩评定**

**1.平时成绩评定**

平时成绩为100分，各比例分配如下：平时成绩（100%）=调研表现（15%）+阶段性调研报告（60%）+课堂成果展示（15%）+出勤（10%）

**（1）调研表现（15%）**：通过学生在调研现场的态度、调研技能、团队协作等多方面进行考核。

**（2）阶段性调研报告（60%）**：按时上交阶段性调研报告等实训材料，按照期末课程调研报告的严格要求进行过程考核。

**（3）课堂成果展示（15%）**：以小组为单位进行课堂展示与汇报。每小组人数为6人，展示时间为8—10分钟，主要从展示内容、演讲效果、时间掌握等方面进行评分。

**（4）出勤（10%），**实训课程出勤以及外出调研出勤及纪律。

**2.期末成绩评定**

期末成绩的评定围绕课程模块要求重点考核学生的问题分析及理论综合运用能力。以小组调研报告形式为主，作品设计为辅，期末成绩（100%）=调研报告（70%）+旅游短视频设计（30%）。

**3.总成绩评定**

总成绩应由平时考核成绩和期末考核成绩构成，其中：总成绩（100%）=平时成绩（50%）+期末成绩（50%）

**（三）评分标准**

**表4 评分标准**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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)** |
| 调研报告 | 调研报告格式十分规范，条理清晰、框架合理、逻辑分明；调查数据详实准确，定性分析与定量分析相结合；调查报告内容符合旅游地经营管理的现状，问题分析十分具有针对性；策略分析具有充分的创新性和运营的可操作性；有一定的图表辅助说明；重复率在10%以内。 | 调研报告格式规范，条理清晰、框架合理、逻辑分明；调查数据较为详实准确，有适当的定量分析；调查报告内容符合旅游地经营管理的现状，问题分析具有针对性；策略分析符合旅游目的地的发展目标，具备可操作性；重复率在15%以内。 | 调研报告格式规范，条理较为清晰、框架合理、逻辑分明；调查数据较为准确，有基础性的统计分析，调查报告内容符合旅游地经营管理的现状；问题分析具有一定的针对性，策略分析基本符合发展目标，可操作性一般；重复率在20%以内。 | 调研报告格式基本规范，不太注重数据分析和理论结合，条理基本清晰，报告框架结构基本合理；调查数据不够详实；问题分析针对性不强，策略分析基本符合旅游目的地的发展目标；重复率在30%以内。 | 调研报告格式不规范；条理不清晰，逻辑混乱；调研数据缺失；没有自己的思想观点，分析没有针对性；网上资料摘抄较多。 |
| 短视频设计 | 充分弘扬中华优秀传统文化精神或展现中华大地之美；融思想性、创新性、趣味性、沉浸式互动为一体，主题鲜明，能够引起观众共鸣；短视频的流量（包括点赞数、评论数、转发数）非常高（流量高低按照组间水平综合衡量）；画面清晰流畅，字幕与画面和谐。 | 弘扬中华优秀传统文化精神或展现中华大地之美；有较高的创新性和趣味性，主题较鲜明，能够引起大众关注；短视频的流量（包括点赞数、评论数、转发数）较高（流量高低按照组间水平综合衡量）；画面较清晰流畅，字幕与画面较和谐。 | 旅游短视频内容健康向上，有一些创新性、趣味性，主题一般；短视频的流量一般；画面基本清晰流畅，字幕与画面基本和谐。 | 旅游短视频内容健康向上，但创新性不足，主题不突出；短视频的流量很低；画面不够清晰流畅，字幕与画面较不够和谐。 | 旅游短视频内容一般；没有创新，主题混乱；短视频几乎没有流量；画质较差，字幕与画面不匹配 |
|  |  |  |  |  |  |

## 五、其他说明

本课程大纲依据2023版旅游管理、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。

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**