

《旅游策划实务》课程标准

一、课程概述

课程代码		课程性质	必修课
总学时	64 学时, 48 理论学时, 16 实践学时	学分	2
开设学期	第四学期	适用专业	旅游管理
实施场所	一体化教室	授课方式	项目教学
课程类型	B 类 (理论 + 实践课)	<input checked="" type="checkbox"/> 专业核心课程 <input type="checkbox"/> 其它课程	
是否为精品课程	省级精品课		
合作开发企业	日照海峡旅行社、日照刘家湾赶海园、日照浮来山风景区		
执笔人	陈万本		
审核人			
制订时间	2015-08-23		

(一) 课程定位

《旅游策划实务》是旅游管理专业的专业核心课程，是一门以项目教学和任务驱动教学为主要教学手段的“教、学、做”一体化课程。本门课程主要针对旅行社计调岗、旅游策划公司策划岗、旅游景区策划与营销岗、会展旅游企业策划与营销岗、旅游节庆策划与营销岗等岗位开设，主要任务是培养学生工作岗位的策划能力和营销能力，要求学生掌握休闲旅游线路策划与营销、旅游地形象策划与营销、会展旅游策划与营销、节庆旅游策划与营销的基本技能。

(二) 先修后续课程

《旅游策划实务》课程是在学生掌握旅游专业基础知识和技能的基础上，对学生行业可持续发展能力进行提升的一门发展课程，担负着旅游管理专业学生从基本的导游、餐饮、客房、康乐、酒水等服务技能向行业可持续发展能力——策划与营销能力迁移的重任。因此，需要学生在学习过《旅游学概论》、《旅游市场

营销》、《导游业务》、《餐饮服务》、《前厅与客房服务》等理论基础课和技术基础课的基础上开展教学，安排在大二下学期开设。后续课程包括《旅游管理学》、《旅游企业经营与管理》、《旅游英语听与说》等能力提升课程。

二. 课程设计思路

根据教育部【2006】16号文件《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》的文件精神，在课程改革建设过程中，突出实践能力的培养，增强学生的职业能力。遵循高职教育高技能人才培养的目标，指导教师首先进行行业企业调研或到企业挂职，根据行业需求设计学习情境，然后根据工作岗位的流程把每个学习情境分解成若干任务。

课程设计以对学生策划能力的培养为主线，在对行业企业人才需求充分调研的基础上，确定目前旅游行业急需和紧缺的岗位，分析岗位所需要掌握的相应技能，将其转化为学习领域。将旅游线路策划、旅游地形象策划、会展旅游策划、节庆旅游策划设定为本门课程的学习情境。通过每个项目的教学，重复策划的方式方法，不重复策划的内容，从而让学生在完成每一项完整的工作任务的过程中掌握相应的技能。

项目成果要求来源于行业企业，并能够应用到行业企业，指导教师需要积极与行业企业联系，促进成果的转化。

本课程的设计充分体现了能力本位的原则，以培养学生实践操作能力为主要目的，通过完成项目任务，使学生的策划能力得到显著提高；

本课程改变了传统的课堂授课方式，体现“学生为主体”的教育理念，教师的任务不再是在课堂上传授知识，更多的是起到指导、监督、引导等作用，学生需要独立完成项目任务。通过完成项目任务，学生能够对整个的策划工作流程有明确的认识，并在与行业企业实际需求的对接中，掌握策划的技能、知识和流程。

三、课程目标

总体目标:

针对目前旅游行业急需和紧缺的策划与营销岗位，以策划典型工作任务为载体，设计三个学习情境，每个学习情境都是一个完整的工作任务，学生在完成项目任务的过程中，能够提升自身的策划能力、营销能力、创新能力等。

能力目标:

1、能够针对不同团队游客的特点，设计具有主题特色的团队旅游线路，并具备将线路推向市场的能力；

2、能够根据自由行游客的个性化需求，设计自由行旅游线路，并具备使用旅游 APP 预定景点门票、机票、酒店住宿等服务的能力；

3、具备分析旅游目的地资源特色和旅游形象内涵的能力，并能够独立完成旅游市场调研工作；

4、能够根据旅游地的资源特色、形象内涵、市场状况，完成旅游目的地形象口号设计、形象标识设计、旅游纪念品开发以及旅游市场营销方案的策划任务；

5、能够分析、评价旅游节庆活动，并能够完成实地的节庆活动调研任务；

6、能够完成小型节庆旅游活动方案的策划，并能够开展节庆活动的准备、组织与营销工作。

知识目标:

- 1、了解团队旅游线路的概念、特点，熟悉目前旅游线路开发中存在的主要问题是什么，掌握团队旅游线路策划的基本原则和方法；
- 2、知道日照市以及周边旅游城市（青岛、临沂等）主要的旅游景点，了解各景点的特点、位置、特色项目等内容；熟悉日照市及周边旅游城市与旅游线路有关的交通、住宿、餐饮、停车、娱乐、购物等情况；
- 3、了解自由行、自助游、半自助游的概念区分，理解自由行的概念内涵，熟悉自由行的特点和发展趋势，掌握自由行线路策划的要点；
- 4、熟悉目前网络上流行的 10 种旅游 APP（携程、去哪儿、同程、途牛、驴妈妈、蚂蜂窝、去啊、大众点评、艺龙旅行、墨迹天气），掌握其使用方法；
- 5、了解中国最美的风景，熟悉这些景点的基本信息和交通，以便在自由行旅游线路策划中使用；
- 6、知道旅游目的地的概念、分类；了解旅游目的地形象的概念、特征；掌握旅游目的地形象分析的内容、方法；
- 7、了解日照市旅游业发展所处的整体旅游环境、经济环境、社会环境、政治环境、交通环境、市场环境等内容；掌握 SWOT 分析方法；
- 8、了解旅游目的地形象定位的基础、方法和内容；
- 9、知道全国知名的旅游形象口号，理解这些形象口号的内

涵，掌握旅游形象口号设计的原则、技巧、方法；

10、知道全国知名的旅游形象标识，理解这些形象标识的内涵，掌握旅游形象标识设计的原则、技巧、方法；

11、知道全国知名的旅游纪念品，了解旅游纪念品的概念、特点、分类，掌握旅游纪念品开发的方法思路；

12、知道节庆旅游的概念、特点、类型，了解节庆旅游的发展现状和趋势；

13、熟悉山东省知名的节庆旅游活动（曲阜国际孔子文化节、青岛啤酒节、潍坊风筝节）；

14、熟悉日照市主要的节庆活动（茶博会、水运会、世帆赛、刘家湾赶海节），掌握日照市开发节庆旅游可以依托的旅游资源有哪些？（海洋文化资源、民俗文化资源、历史文化资源、自然资源、社会资源等）

15、了解节庆旅游策划的要点，掌握节庆旅游策划的步骤、方法、内容等。

素质目标：

1、具有改变团队旅游线路低价恶性竞争的意愿，具备创新精神和精品意识；

2、将自由行游客的行程计划看成是自己的出游计划，像规划自己的行程计划一样细心规划自由行旅游线路；

3、通过团队合作完成旅游地形象的实地调研工作和资料搜集工作，能够有效沟通、真诚合作；

4、以饱满的热情投入旅游地形象策划工作之中，以促进当地旅游形象发展为已任，把自己家乡的旅游形象口号、标识设计，旅游纪念品开发看作自己的社会责任；

5、主动参与到当地的节庆旅游活动之中，善于发现问题、提出建议；

6、对节庆旅游市场具有敏锐的观察能力，善于发掘节庆旅游资源，具备行业可持续发展能力。

四、课程内容

本课程以对学生策划与营销能力的培养为主线，在对行业企业人才需求充分调研的基础上，确定目前旅游行业急需和紧缺的岗位，分析岗位所需要掌握的相应技能，将其转化为学习领域。将休闲旅游线路策划与营销、旅游地形象策划与营销、会展旅游策划与营销、节庆旅游策划与营销设定为本门课程的学习情境。通过每个项目的教学，重复策划与营销的方式方法，不重复策划与营销的内容，从而让学生在完成每一项完整的工作任务的过程中掌握相应的技能。

表一 课程内容与学时分配表

序号	模块（或子模块）名称	学时
1	日照海峡旅行社“亲子游”线路策划	12
2	日照市旅游形象策划	12
3	日照刘家湾赶海园“赶海节”方案策划	8

五、课程实施

（一）教学设计

根据教育部【2006】16号文件《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》的文件精神，在课程改革建设过程中，突出实践能力的培养，增强学生的职业能力。遵循高职教育高技

能人才培养的目标,指导教师首先进行行业企业调研或到企业挂职,根据行业需求设计学习情境,然后根据工作岗位的流程把每个学习情境分解成若干任务。

根据行业企业的调查研究,旅游行业目前的策划与营销岗位包括旅行社计调岗位、旅游策划公司岗位、旅游景区营销策划岗位、酒店策划与营销岗位、会展旅游公司策划与营销岗位、户外活动策划与营销岗位、节庆活动策划与营销岗位等。其中,旅行社计调岗位、旅游策划公司岗位、旅游景区营销策划岗位、会展旅游公司策划与营销岗位以及节庆活动策划与营销岗位是目前旅游行业中人才最为紧缺的岗位。因此,本门课程设计了休闲旅游线路策划与营销、旅游地形象策划与营销、会展旅游策划与营销和节庆旅游策划与营销四个学习情境。

表二 教学内容和课程进度表

第 × 单 元	周 次	学 时	单元 标题	项 目 编 号	能/知 目标	师生活活动	其它(含考 核内容、方 法)
1	1	2	第一次课:让你喜欢上策划		能力目标: 1、能够搜集旅游策划的成功案例,并分析成功的原因; 2、能够观察身边策划的实例,并在自己的日常生活中运用策划。 知识目标: 1、了解策划的概念、本质、基础、类型; 2、熟悉策划的十大原则; 3、知道策划与规划的异同。	教师: 知识讲解、布置任务、检查指导、点评考核; 学生: 查阅旅游策划经典案例,写出案例分析	考核内容: 经典旅游策划案例分析; 考核方法: 小组互评、课堂展示、教师点评
2	1	2	搜集线路策划所需要的景点、	1-1	能力目标: 1、学会使用网络搜集所需资料; 2、学会资料的筛选、整理和分类。	教师: 知识讲解、布置任务、检查指导、点评考核;	考核内容: 日照市景点、酒店资讯单; 考核方法: 小组

			住宿等资料		知识目标: 1、熟悉日照市旅游景点基本情况; 2、熟悉日照市住宿基本情况。	学生: 收集资料, 形成资讯单	互评、课堂展示、教师点评
3	2	2	搜集线路策划所需的餐饮、购物、娱乐等资料	1-1	能力目标: 1、学会使用网络搜集所需资料; 2、学会资料的筛选、整理和分类。 知识目标: 熟悉日照市餐饮业基本情况; 2、熟悉日照市购物、娱乐业基本情况。	教师: 知识讲解、布置任务、检查指导、点评考核; 学生: 收集资料, 形成资讯单	考核内容: 日照市餐饮、购物、娱乐资讯单; 考核方法: 小组互评、课堂展示、教师点评
4	2	2	确定线路主题和特色	1-2	能力目标: 1、能够分析线路的特点; 2、能够针对不同目标客户设计不同的线路主题。 知识目标: 1、熟悉旅游线路的类型、特点等; 2、掌握旅游线路特色创新知识。	教师: 案例分析、检查指导、点评考核; 学生: 讨论主题创意、确定线路特色	考核内容: 各小组确定的线路特色; 考核方法: 小组互评、课堂展示、教师点评
5	3	2	安排线路行程	1-2	能力目标: 1、能够结合主题合理安排线路行程。 知识目标: 1、熟悉文本线路的主要内容; 2、熟悉线路的供应标准、分解报价、特别说明等。	教师: 案例分析、交代文本格式、检查指导、点评考核; 学生: 安排线路行程、形成文本。	考核内容: 线路文本; 考核方法: 小组互评、课堂展示、教师点评
6	3	2	模拟外联工作	1-3	能力目标: 1、能够实现有效沟通; 2、能够顺利完成外联工作。 知识目标: 1、熟悉交通、住宿、购物、娱乐等基本知识; 2、熟悉采购合同的主要内容, 合同签订的注意事项。	教师: 操作示范、检查指导、点评考核; 学生: 设计场景、模拟计调外联工作	考核内容: 现场模拟外联工作; 考核方法: 现场模拟
7	4	2	设计线路宣传页	1-3	能力目标: 1、能够设计针对组团社和游客的宣传页; 2、做到页面设计美观大方、内容准确完整; 知识目标: 1、线路宣传的方法、渠道等; 2、线路宣传页制作的方	教师: 操作示范、案例介绍、检查指导、点评考核; 学生: 设计线路宣传页	考核内容: 线路宣传页; 考核方法: 小组互评、课堂展示、教师点评

					法、内容。		
8	4	2	调查日照旅游形象	2-1	能力目标: 1、能够设计旅游形象调研问卷; 2、能够完成实地调研工作。 知识目标: 1、市场调查的知识; 2、调研问卷结构、内容、注意事项等。	教师: 知识讲解、方法介绍、检查指导、点评考核; 学生: 设计问卷、实地调研	考核内容: 旅游地形象调研问卷; 考核方式: 小组互评、课堂展示、教师点评
9	5	2	撰写旅游地形象分析报告	2-1	能力目标: 1、能够分析整理调研数据; 2、能够根据调研资料完成旅游地形象分析报告。 知识目标: 1、旅游地形象相关知识; 2、调查报告的格式、内容等知识。	教师: 知识讲解、方法介绍、检查指导、点评考核; 学生: 查阅资料, 结合调研结果形成分析报告	考核内容: 日照旅游形象分析报告; 考核方式: 小组互评、课堂展示、教师点评
10	5	2	设计旅游形象口号	2-2	能力目标: 1、能够解读知名旅游形象口号; 2、能够根据旅游地特点设计旅游形象口号。 知识目标: 1、熟悉全国各地知名旅游形象口号; 2、旅游形象口号设计的思路、方法等。	教师: 分析案例、提供思路方法、检查指导、点评考核; 学生: 完成形象口号设计	考核内容: 日照旅游形象口号设计; 考核方式: 小组互评、课堂展示、教师点评
11	6	2	设计旅游形象标识	2-2	能力目标: 1、能够解读知名旅游形象标识; 2、能够根据旅游地特点设计旅游形象标识。 知识目标: 1、熟悉全国各地知名旅游形象标识; 2、旅游形象标识设计的思路、方法等。	教师: 分析案例、提供思路方法、检查指导、点评考核; 学生: 完成形象标识设计	考核内容: 日照旅游形象标识设计; 考核方式: 小组互评、课堂展示、教师点评
12	6	2	开发旅游纪念品	2-2	能力目标: 1、能够解读知名旅游纪念品; 2、能够设计特色旅游纪念品。 知识目标: 1、熟悉全	教师: 分析案例、提供思路方法、检查指导、点评考核; 学生: 完成旅	考核内容: 日照旅游纪念品设计; 考核方式: 小组互评、课堂展

					国各地知名旅游纪念品; 2、旅游纪念品设计的思路、方法等。	游纪念品设计	示、教师点评
13	7	2	撰写旅游地形象策划与营销方案	2-3	能力目标: 1、能够根据前几次课的内容, 完成完整的旅游地形象策划方案的撰写。 知识目标: 1、熟悉旅游形象策划方案的范本; 2、掌握旅游形象策划方案的格式、内容等知识。	教师: 介绍方案内容格式、提供范本、检查指导、点评考核; 学生: 完成旅游地形象策划与营销方案	考核内容: 日照旅游形象策划方案; 考核方式: 小组互评、课堂展示、教师点评
14	7	2	调查分析日照节庆旅游	3-1	能力目标: 1、能够设计节庆旅游调查的访谈问题; 2、能够实地完成调查工作; 3、能够撰写节庆旅游调查分析报告。 知识目标: 1、了解节庆旅游相关知识; 2、熟悉日照市节庆旅游现状; 3、掌握节庆旅游的调查方法和分析思路。	教师: 知识讲解、案例分析、检查指导、点评考核; 学生: 完成节庆旅游调查分析	考核内容: 节庆旅游调查分析报告; 考核方式: 小组互评、课堂展示、教师点评
15	8	2	确定“赶海节”主题和活动内容	3-2	能力目标: 1、能够根据调查的结果确定节庆主题; 2、能够合理安排节庆活动内容。 知识目标: 1、熟悉节庆旅游的主题确定知识; 2、掌握节庆旅游活动方案的主要内容。	教师: 案例分析、检查指导、点评考核; 学生: 确定节庆主题, 策划活动主要内容	考核内容: “赶海节”活动设计方案; 考核方式: 小组互评、课堂展示、教师点评
16	8	2	撰写刘家湾赶海园“赶海节”活动方案	3-2	能力目标: 1、能够完成日照市节庆旅游策划方案的撰写。 知识目标: 1、掌握节庆旅游策划方案的格式、内容。	教师: 案例分析、提供范本、检查指导、点评考核; 学生: 完成日照市节庆旅游方案策划工作	考核内容: 刘家湾赶海园“赶海节”策划方案; 考核方式: 小组互评、课堂展示、教师点评
17	9	2	撰写刘家湾赶海园“赶海节”营销方案	3-3	能力目标: 1、能够完成日照市节庆旅游营销方案的撰写。 知识目标: 1、掌握节庆旅游营销方案的格	教师: 案例分析、提供范本、检查指导、点评考核; 学生: 策划节	考核内容: 节庆旅游邀请函、活动日程表等; 考核方式: 小组互评、课堂展

					式、内容。	庆旅游邀请函、活动日程表等资料	示、教师点评
18	9	2	最后一次课：工作中如何运用策划		能力目标：能够将所学技能运用到以后的工作之中。 知识目标：优秀的线路策划、旅游形象策划和节庆旅游策划文本。	教师：提问、检查、点评； 学生：思考、讨论、写出以后的设想	考核内容：今后学习策划的计划和工作设想； 考核方式：小组互评、教师点评

（二）实施方法

教学实施过程围绕任务工单和实训记录单展开。任务工单采取咨询、决策、计划、实施、检查、评估六步教学法设计，充分体现学生中心、自主学习的教学理念。每个学习任务都可以让学生通过查阅资料、作出决策、制定计划、开展实施、检查评估的步骤，逐步掌握岗位工作的流程，培养岗位工作能力。实训记录单完全按照岗位工作流程设计，既可以指导学生在实训过程中的实训步骤，又可以让学生在实训中记录下自己的实训成果。

教学过程全程贯彻“任务驱动”教学模式。学生在教师的指导、监督和协助下，紧紧围绕一个共同的任务活动中心，在问题动机的驱动下，通过对学习资源的积极主动应用，进行自主探索和互动协作的学习，并在完成既定任务的同时，引导学生产生一种学习实践活动。

在教学过程中还主要采用以下几个教学方法：

小组讨论：每个学习情境都是通过小组协作的方式完成项目任务，每个小组以4—6人为宜。在任务完成过程中，小组成员需要有明确的任务分工，互通有无，培养学生的团队协作精神和不同角色的适应能力；

案例教学：课程的每个学习情境都有案例库，在主讲教师分配项目任务之前和项目任务完成之后，都可以通过案例教学的方式进行任务的引入、分析或总结；

角色扮演：模拟业务洽谈任务、会展旅游组织与服务任务、节庆旅游组织与服务任务，需要学生通过角色扮演的方式，在课堂上进行模拟训练。同时要求学生在课下或校外顶岗的过程中，进行实际的实践锻炼；

问卷调查：旅游地形象调查与分析任务、会议旅游调查与分析任务、节庆旅游调查与分析任务，需要学生设计调研表，并进行实地的调研，以获取第一手的资料；

成果答辩：每个项目完成以后，项目成果要进行模拟答辩，并进行项目成果的考核。对于优秀的项目成果，指导教师可以向行业企业推荐，实现项目成果转化。

教学实施后的教学评价方法与思路：考核主体：体现多主体性，包括教师评价、小组评价、自我评价、同学互评；考核内容：包括课堂表现、课下项目任务完成情况、项目成果质量、成果转化情况等；考核方式：包括课堂提问、宣传栏展示、成果交流、模拟答辩、项目成果转化等。

在教学实施过程中采取企业式教学分组方法，具体做法如下：

一个班级分成若干个公司，每个公司由若干个学生组成，每个学生均被“任免”相应的公司职务。

1、学生的角色设计。每个班级由 6-7 人组成一个小组，即“公司”。确定公司名称、经营理念、经营口号和组织架构，确定好每位同学在“公司”中担任的职务。总经理：负责公司的整体运作，带领整个团队实现“任务目标（学习目标）”；人事主管：负责公司人员的“业绩考评（团队成员的学习评价）”；运营主管：负责公司“生产和销售（各项学习任务的组织分配）”；后勤主管：负责公司的“后勤保障（作业的缴交及其他后勤事

项)”。根据岗位,学生各司其职,按老师的要求完成指定的工作任务。

2、教师的角色设计。教师根据自己的教学设计在不同的时期担任不同角色,引导学生的学习。董事长:作为各个公司董事的代表,对各个公司提出“任务要求(学习目标的要求)”,并定期检查公司成果;客户:在课堂上,作为客户,将课程的学习任务作为“业务”,让班级内的各个公司通过积极的学习来获得相应的“业务额”,由教转为导。

五、课程考核

评价因素:基于以下几个方面的考虑:建设性地利用课堂时间完成作业(个人得分);你们的成果质量(小组得分);对参考资料的运用(小组得分);课堂发言的逻辑性、创见性(小组及个人得分);与组员合作、平等、分享(个人得分)。

表四 课程教学评价表

(1) 在完成任务过程中表现出来的能力和任务方案的质量。30%

项目	具体指标	好 40%	一般 30%	差 20%
成果内容	较好地表现了线路策划与营销工作的要求。			
艺术效果	各种信息载体配合协调、合理,页面布局简洁、美观、和谐。			
创新特色	成果的整体设计有新意,启发性强,原创成分高,具有个性表现力。			

(2) 综合评价 70%

考评项目		自我评估	小组互评	教师评估	备注
素质考评 10	工作纪律 3				
	网德意识 3				
	协作精神 4				
工单考评 20					
实操考评 40	工具使用 5				
	任务方案 10				
	实施过程 20				
	完成情况 5				
	其他				
合计 70					
综合评价 70					

六、实施条件要求

（一）师资队伍要求

《旅游策划实务》课程采取“教学做”一体化的教学模式，要求进行小班授课，每个班级人数最多不能超过 40 人，否则会影响教学质量。在教学过程中，每个班级需要配备理论指导教师和实践指导教师各一名。因此，师生比例要求在 20:1，按照旅游管理专业 120 人的招生规模，《旅游策划实务》课程组至少有 6 名指导教师组成（包括实践指导教师）。其中专兼职教师的比例为 1:1。

课程主讲教师必须有 2 年以上的企业挂职工作经历（包括旅行社、景区、策划营销等企业），至少具备导游、会展策划师、旅游营销师其中一个职业任职资格。企业兼职教师要求有 3 年以上工作经验，从事旅游策划与营销相关工作岗位，熟悉高职教育教学理念。

（二）教学场所要求

《旅游策划实务》课程教学要求在旅游策划与营销实训室中进行，整个实训室至少需要包括教师策划工作室、学生策划工作

台、小组教学区和模拟教学区四个教学区，以满足“一体化”教学的要求。

教师策划工作室需要配备教师工作电脑一台、办公桌一套、打印机一台、电话机一部、沙发一套、档案柜一组，条件具备可配备 GPS 定位仪、测距仪等设备。教师策划工作室作为课程校企合作的平台，对外联络合作企业，承接企业策划与营销项目，并将企业策划与营销项目作为课程真实的教学情景，教学成果再应用到企业中去；学生策划工作台需要配备电脑一台（可上网），供学生小组在上课过程查阅资料和完成策划任务时使用；小组教学区需要配备可围坐的座椅，以便于小组教学和小组讨论；模拟教学区需要培训会议桌椅一套，用于学生上课过程中模拟教学。

七、课程资源

本门课程的教材为《休闲旅游策划与营销》（自编教材），参考教材包括《旅行社 OP 计调手册》、《旅游目的地形象策划：理论与实务》、《旅游目的地形象策划》、《会展策划与管理》、《旅游节庆策划与营销研究》、《旅游购物品开发与营销》、《旅游产品设计与操作手册》、《旅游线路设计》、《旅游策划学》、《旅游策划理论与实务》、《会展管理——理论与实务》等。课程网站和试题库请参阅《休闲旅游策划与营销》精品课程网站。

八、课程制定依据

结合教育部 16 号文件的精神，课程标准的制订以加强对学生策划与营销能力的培养为目标，在对行业企业人才需求充分调研的基础上，确定目前旅游行业急需和紧缺的岗位，分析岗位所需要掌握的相应技能，将其转化为学习领域。通过分析旅游行业策划与营销岗位任职要求和资格标准，将休闲旅游线路策划与营销、旅游地形象策划与营销、会展旅游策划与营销、节庆旅游策划与营销设定为本门课程的学习情境。通过每个项目的教学，重复策划与营销的方式方法，不重复策划与营销的内容，从而让学生在完成每一项完整的工作任务的过程中掌握相应的技能。

九、其他

2017 年 9 月