

《旅游策划实务》第一次课

人文与旅游学院
陈万本

人文与旅游学院

一、关于本门课程

课程代码：31069

课程名称：旅游策划实务

课程性质：专业核心课

开设学期：第四学期

课程学时：36

课程学分：2

开设专业：旅游管理

合作开发企业：日照市旅游局、日照海峡旅行社、日照刘家湾赶海园等

授课方式：项目教学、任务驱动

（一）为什么开设本门课程

目前企业对人才的需求更注重动手能力，如果学校的教学一直以知识的传授为主，将无法适应社会对人才的需求。

策划可以存在于工作的任何一个环节之中，创意可以使你把工作做的更好；

每个人都会有一个职业生涯的发展过程，不可能一直在导游、景区、酒店等基层服务岗位工作，随着职业生涯的进步，必然会涉及到策划能力，学习本门课程，有助于学生的职业生涯发展。

(二) 课程发展历史

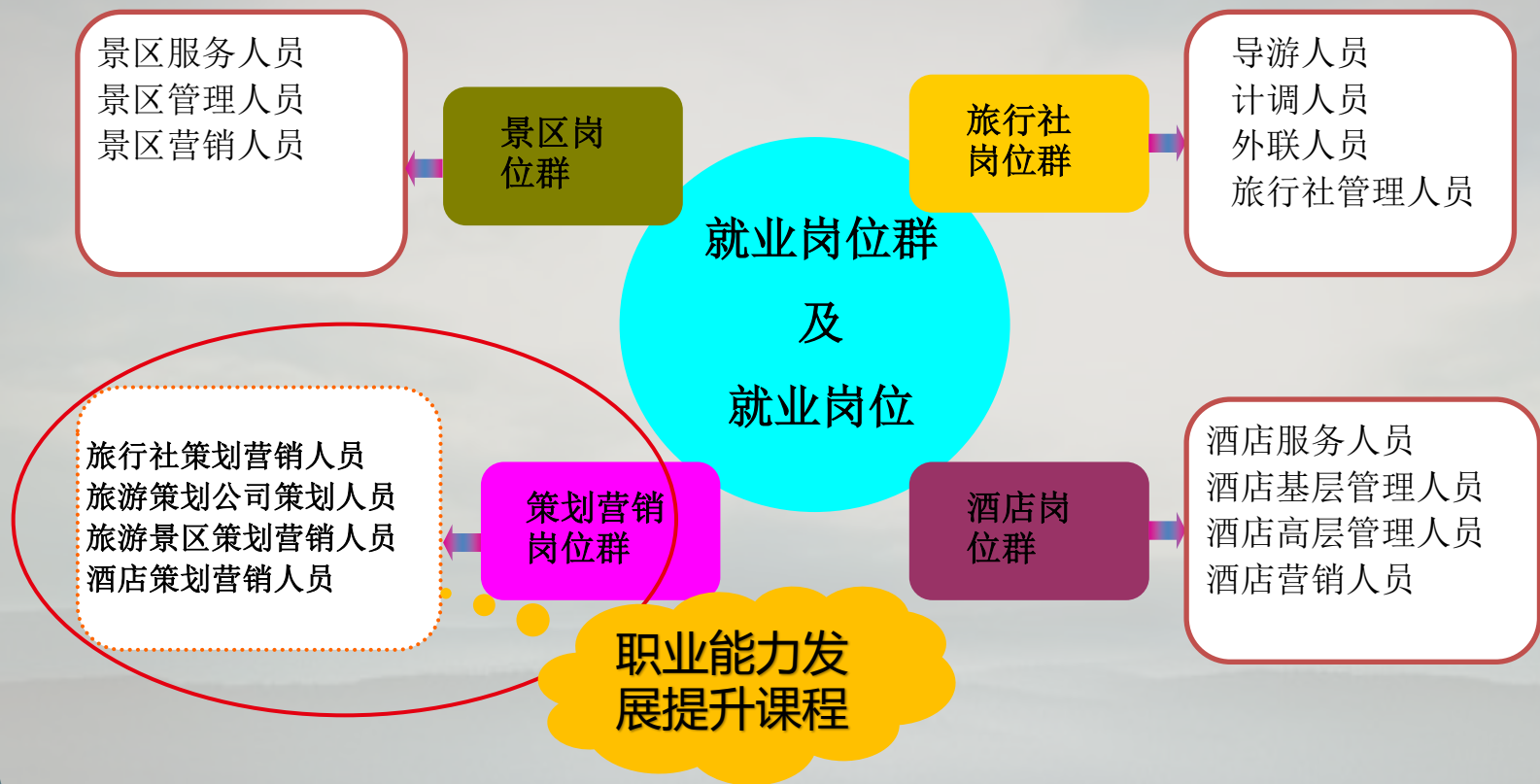
建设阶段（2008—2010） 发展阶段（2010—2014） 改造阶段（2014至今）

2008年，旅游管理专业被确定为国家示范建设专业，《休闲旅游策划与实务》课程作为专业核心课程，开始建设。当时确定了旅游线路策划、旅游形象策划、会展旅游策划和节庆旅游策划四个学习情境。建设建设在2010年通过国家示范验收。

2010年，《休闲旅游策划实务》课程被评为院级精品课程，2011年被全国旅游教学指导委员会评为委教指委精品课程。并与2011年相继出版了《休闲旅游策划与营销》和《旅游营销策划与服务管理》两本教材。之后课程经过实践之后进行了改造，课程名称改为《旅游策划实务》，并与2014年被评为山东省精品课程。

2014年开始，根据高职教育发展的最新趋势，开始对课程进行一体化改造，按照项目教学的模式，对教学组织和教学内容进行了重新设计，优化课程标准，完成了课程整体设计和单元设计，并在2015年以优秀的成绩通过执教能力测评验收。

(三) 课程定位



（四）面对的职业岗位和工作

旅行社

职业岗位

计调外联
线路策划

工作内容

进行旅游线路设计，进行旅行社线路产品的营销。

旅游景区

景区策划
景区营销总监

进行旅游景区形象策划、节庆活动策划和旅游景区市场营销工作。

旅游策划公司

旅游策划师
会展策划师

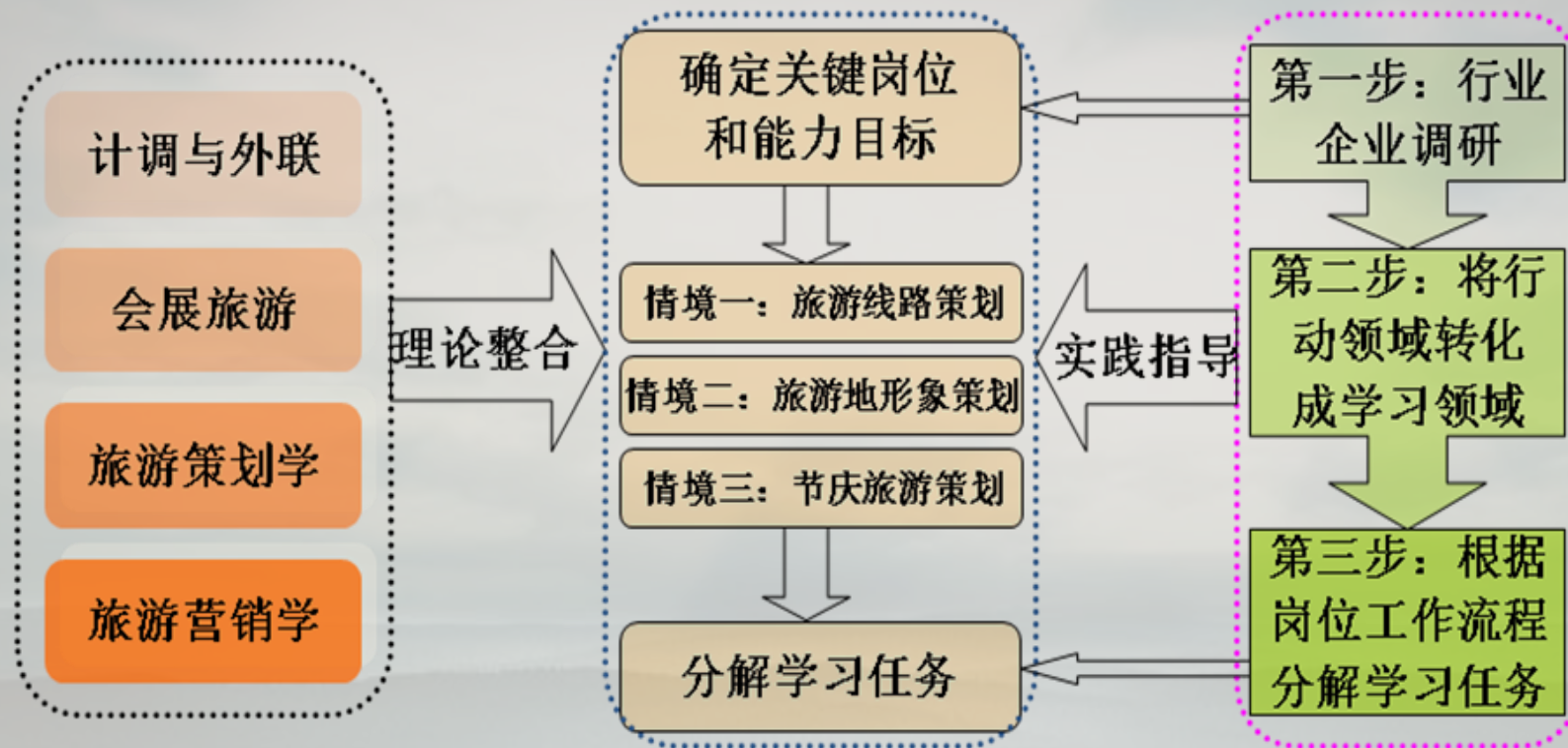
进行旅游总体规划、详细性规划、控制性规划、建设性规划和专项规划以及会展规划等工作。

行政部门

规划科
营销科

组织当地旅游规划的开展、协调，当地节庆活动的策划以及旅游市场营销等工作。

(五) 课程设计思路



(六) 课程目标

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。

（六）课程目标

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，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；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。

(六) 课程目标

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己任，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。

(七) 课程项目设计

旅游线路策划

搜集线路策划需要的资料——景点、酒店

搜集线路策划需要的资料——交通、购物等

确定线路主题和特色

安排线路行程

模拟外联工作

设计线路宣传页

日照市旅游形象策划

调查日照旅游形象

撰写日照旅游形象分析报告

设计日照旅游形象口号

设计日照旅游形象标识

开发日照旅游纪念品

撰写日照旅游形象策划方案

节庆旅游策划

调查分析节庆市场

确定主题和活动内容

撰写节庆旅游策划方案

开展节庆营销

(八) 教学方法与手段

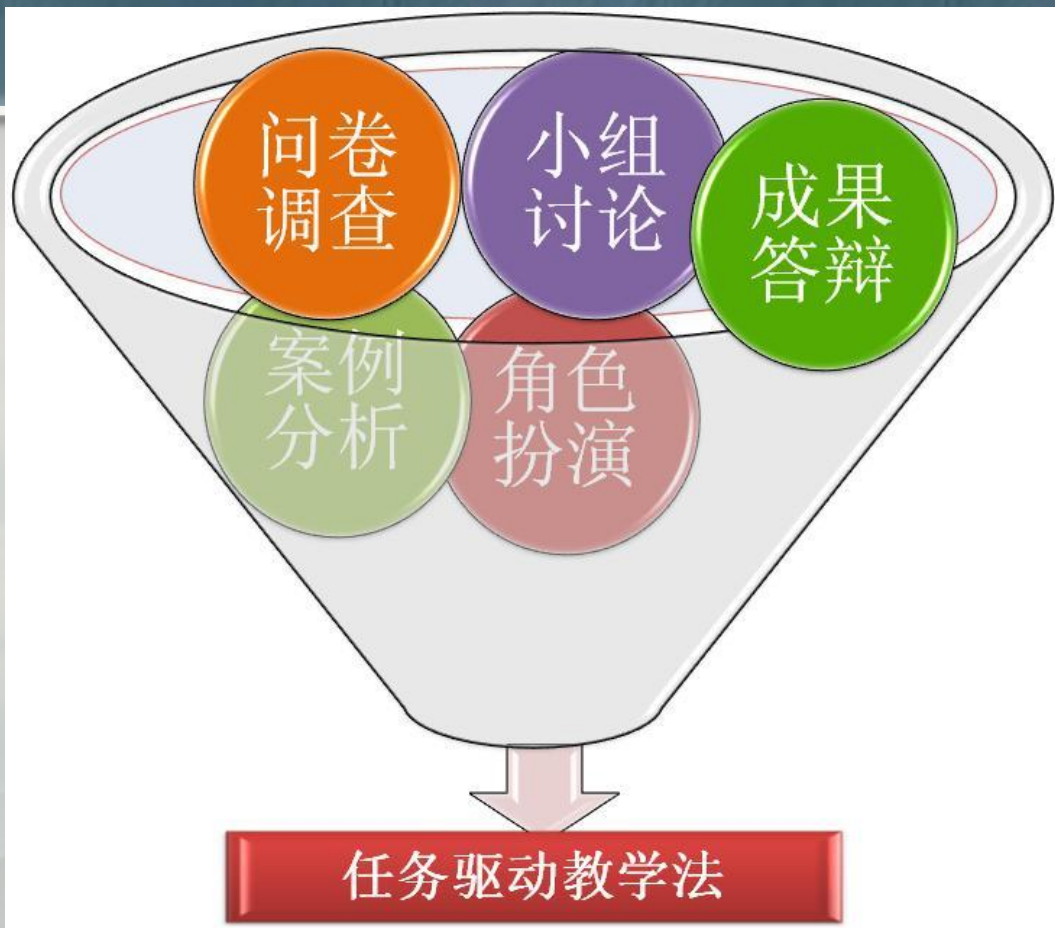
全程贯彻“任务驱动”教学模式。分别采用：

1、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；

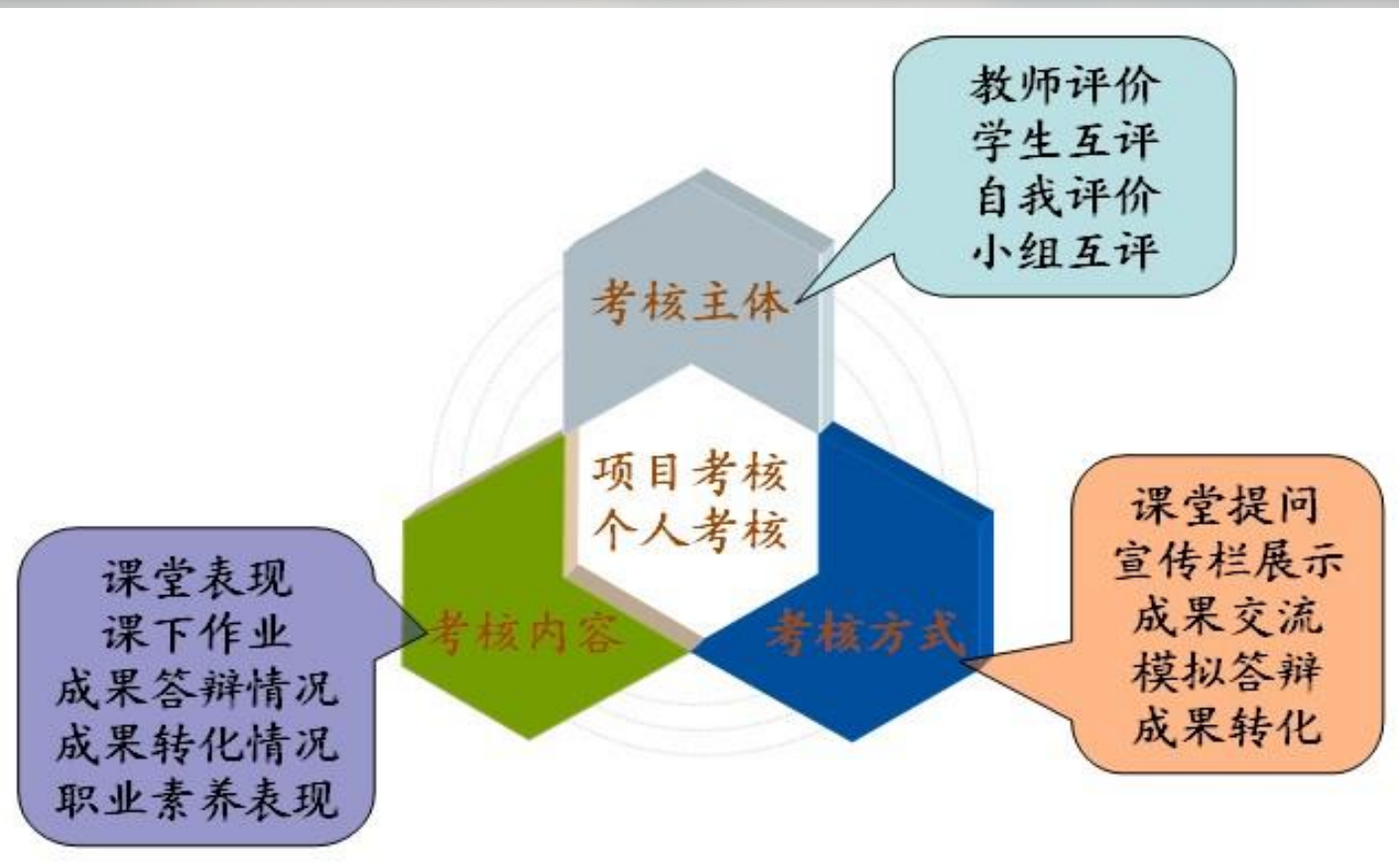
2、案例教学：课程的每个学习情境都有案例库，在主讲教师分配项目任务之前和项目任务完成之后，都可以通过案例教学的方式进行任务的引入、分析或总结；

3、问卷调查：旅游地形象调查与分析任务、节庆旅游调查与分析任务、旅游市场营销调查与分析任务，需要学生进行实地的调研，以获取第一手的资料；

4、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。



(九) 考核与评价



学生成绩

素质考评
(30%)

完成项目过程中表现出的积极主动、协作意识、创新能力等。

成果答辩 (50%)

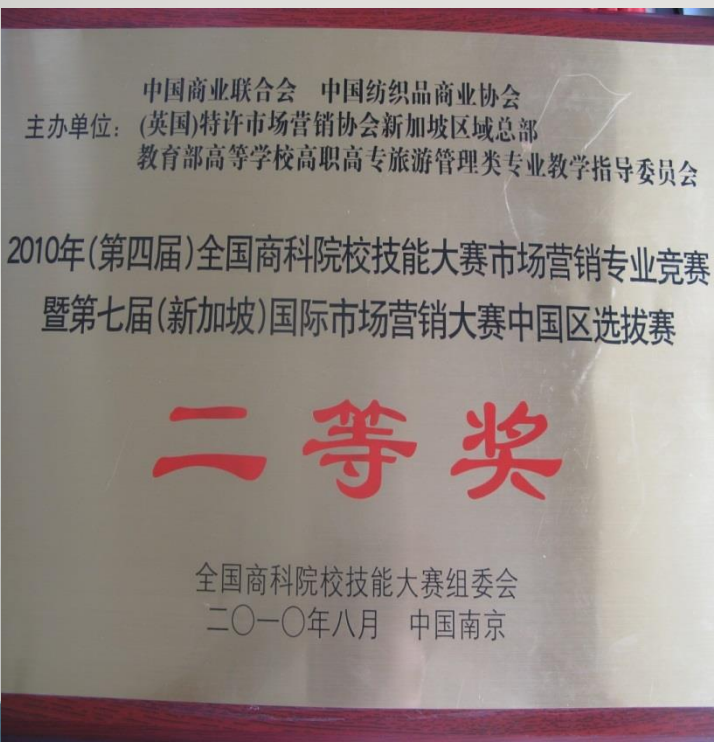
包括现场表现、成果的完整性、科学性、应用价值等。

考勤 (20%)

包括出勤、课上提问、课下作业等。

(十) 教学效果

在2010年第四届全国商科院校技能大赛市场营销专业竞赛中，《跳进浪花，追逐太阳之吻》日照旅游营销策划方案，获大赛二等奖。



（十）教学效果

在2010年第四届全国商院校技能大赛会展专业竞赛中，《日照市首届人才交流与职业发展论坛》和《日照赶海节策划方案》分别获一等奖和三等奖。



(十) 教学效果

2012年，在第六届全国商科院校技能大赛会展专业竞赛中，《弘扬龙山文化 品味黑色经典----2013年日照黑陶展览会》、《雕刻时光----跨世纪青春纪念品展览》，分获一等奖和三等奖。



(十) 教学效果

社会
竹洞
以及
训等
山景



区、
莒县
划培
浮蓬

(十一) 相关教学资源

- 1、课程网站：省级精品课程<http://222.133.182.252/2010/xxlych/>
- 2、各旅游策划公司网站：
上海奇创旅游规划咨询机构：<http://www.kchance.com/index.asp>
北京绿维创景规划设计院：<http://www.lwcj.com/>
巅峰智业：<http://www.davost.com/>
湖南一诺旅游策划公司：<http://www.yinuogh.com/>
大地风景旅游景观规划院：<http://www.beltourism.com/>。
- 3、关注日照旅游政务网。
- 4、教材：
《休闲旅游策划营销》，上海交通大学出版社
《旅游营销策划与服务管理》，中国书籍出版社



谢谢大家！

人文与旅游学院