

《线路营销》

《旅游策划实务》1-7 单元

课程单元教学设计

(2014~ 2015 学年第二学期)

单元名称：线路营销

所属专业（教研室）：旅游管理教研室

制定人：陈万本

合作人：黄花香

制定时间：2015 年 6 月

日照职业技术学院

《旅游策划实务》课程单元教学设计

单元名称： 线路营销				单元教学学时	2
				在整体设计中的位置	
授课班级	2016 旅游管理	上课时间	周一 3 月 30 日 第 1、2 节	上课地点	和 润 楼 AB303
教学目标	能力目标			知识目标	素质目标
	1、能够分析市场对线路产品的需求情况，有针对性的进行宣传； 2、能够设计线路宣传页面，将线路推向市场。			1、熟悉旅游市场对线路的需求，熟悉线路宣传的方法和渠道； 2、掌握线路宣传页的制作方法。	1、具备较高的审美眼光； 2、善于沟通交流和团队协作。
本单元任务	情境描述			引出任务	
	情境 1：旅游旺季已经来临，你设计的旅游线路也可以推向市场了，你需要设计一份有关旅游线路的宣传页面，可以针对组团社和游客两个情境。			任务 1：设计一份线路宣传页，要求页面包含旅行社的基本信息、旅游线路的基本信息等内容，页面要整洁、美观、大方。（可以选择针对游客，也可以选择针对组团社）	
本次课使用的外语单词					
宣传：propaganda；市场：market					
单元教学资源					
教材：陈万本等，《旅游营销策划与服务管理》，中国书籍出版社，2011 年 12 月					
课件：见精品课程网站					
案例：①日照海峡旅行社线路宣传页。					
参考资料：①线路产品采购的相关知识；②采购合同相关知识					
设备：每个小组需要一台电脑，联网。					

单元教学进度设计（简表）

步骤	教学内容及能力/知识目标	教师活动	学生活动	时间(分钟)
1 引入	引入案例：旅行社与酒店订房合同不清楚住宿惹来纠纷； 能力目标：学生能够分析案例，总结经验。	布置：教师给出案例	学生阅读相关案例	20
		引导：教师引导学生思考	在教师引导下独立思考	
		讨论：在外联过程中应该注意哪些问题？如何避免类似的事情发生？	学生小组讨论	
		提问：请学生描述旅行社在与酒店、景区、餐饮、购物等企业签订采购合同时，都应该考虑到哪些方面的细节问题？	学生回答问题	
2 讲解	教学内容：线路产品采购的相关知识；采购合同相关知识以及采购的技巧； 知识目标：学生熟悉线路采购的相关知识，学会沟通交流的相关技巧。	讲解：教师简要讲解旅游线路产品采购涉及到的食、宿、行、游、购、娱等方面的知识。	学生了解旅游线路采购的相关知识，熟悉采购的技巧。	30
3 布置任务	教学内容：教师给出预设情境，要求学生完成任务。	讲解：教师对创设情境进行解释	理解领会	10
		布置：教师说明学生要完成的任务	领取任务	
4 模拟业务操作	教学内容：学生分成小组，分别扮演旅行社外联人员和相关旅游企业人员，进行产品采购过程的模拟； 能力目标：通过模拟业务洽谈，具备外联	指导：教师对学生的模拟过程进行指导	小组为单位进行业务操作的模拟	30
		检查：教师监控学生的模拟过程		

	工作的基本能力。			
5 线路宣传页制作	案例：日照海峡旅行社针对组团社的线路宣传页； 能力目标：能够解读案例中的基本信息，并根据案例举一反三设计丰富多彩的线路宣传页。	布置：教师给出案例	学生阅读相关案例	60
		讨论：教师请学生讨论线路宣传页面的设计思路和内容	学生小组讨论	
		监控：教师监控学生小组的工作	学生小组完成线路宣传页的制作	
6 检查反馈		展示：教师请学生小组将成果在全班进行展示	以小组为单位展示成果	30
		点评：教师对学生的成果进行点评，指出优点和存在的问题	理解、记录	
		总结：教师对本次课的任务进行总结提升	反思提升	
作业	课下请同学们以小组为单位，到一家旅行社进行调研，搜集旅行社经营的线路产品，分析产品的类型、特点，并给出自己的建议。			
课后体会				