

《旅游概论》课程教学设计方案

课程名称：《旅游概论》

课程编号：

课程类型：理论含实践

课程学时： 60 学时，其中理论教学 30 学时，实践教学 30 学时

适用专业：市场营销

一、课程教学设计的背景

（一）专业认知

市场营销专业培育适应社会主义市场经济须要的德、智、体全面发展，懂得市场经济，基础扎实，学问面广，既懂得市场营销实务和管理，又熟识国家经贸政策和法令，能娴熟运用计算机，懂得进出口业务，通晓外贸学问，驾驭企业管理学问和市场营销技术，实践实力较强的应用型人才。毕业生应具备实力：驾驭本专业必需的基础理论、基本学问和基本技能 熟识相关经济法规、政策；具有肯定的市场调查探讨、市场开发和促销等市场营销工作必备的实力。

实力及职业资格证书

类别	名称	发证机关	等级	对应课程
基本证书	计算机等级考试	天津市教委	一级	计算机基础及应用
	英语应用听力考试	教化部考试中心	A/B 级	好用英语
	汉字录入	学院	合格	计算机基础及应用
	高级推销员	人力资源和社会保障部	高级	

				经济法、消费者行为、市场调查分析、现代谈判、网络营销、广告策划、商务礼仪、网络营
举荐证书	英语应用听力考试	教化部考试中心	A 级	好用英语
	汽车营销师	人力资源和社会保障部	助理	汽车专业学问、汽车营销实务、
	会展商务师	中国商业技师协会 全国商评委 资格考评委员会	初级(助理)	会展策划及管理、会展营销及服务

市场营销毕业生可以从事市场调研、营销策划、广告策划、市场开发、营销管理、推销服务和教学科研等工作。市场营销人员是各个企业、特殊是大型企业不行缺少的人才。依据我国有关资料统计，从 20 世纪 80 年头中期至今，我国企业界自办或协办的人才沟通会约两千多场次，而每一次的人才沟通会上，市场营销人员都是最受欢迎、最供不应求的人才， 随着市场竞争的日趋激烈，这种势头在将来将越来越猛烈。相近专业工商管理、基础会计、财务管理、管理学基础，市场营销学、市场调查及预料、市场营销策划、商务谈判、人力资源管理、经济学基础、商品学、统计学、电子商务、物流管理、国际商务、客户关系管理等。

(二) 课程的性质、地位和作用

旅游业的发展及旅游企业经营必需以满足旅游者的消费需求为中心，而《旅游概论》的探讨体系正是围绕这一中心命题绽开的。旅游产品的不行转移性和生产及消费的同—性，确定了旅游市场的特殊重要性。因此，该课程在营销学科体系中占有重要地位。在市场营销专业培育目标中，本课程的定位是，市场营销专业选修课程之一，培育旅游市场营销管理和旅游市场开发的专业人才。

帮助市场营销专业学生形成对旅游的总体相识，为本专业其他课程的学习奠定基础。要求学生驾驭三大模块学问：旅游活动基础学问、现代旅游三要素、现代旅游关联问题，了相识旅游、相识旅游业。深化分析旅游业发展过程中的基本现象，培育学生相识问题、分析问题和解决问题的实力，对旅游发展过程中的典型问题能独立思索，有独到见解。同时，通过旅游审美的熏陶，培育学生高尚的审美实力，全面提高综合素养，为进一步学习其他专业学问，以及毕业后从事旅游相关工作奠定基础。

该课程在市场营销类专业中的作用有三：一是让学生相识旅游、相识旅游业。二是让学生了解这个专业，激发学生对本专业的学习爱好，帮助学生明确今后的学习方向，尽早地给自己定位。三是培育学生的学习实力以及信息采集、市场调查、比较推断、归纳总结、语言表达等基本技能。

（三）课程国内发展状况

1. 课程发展的主要历史沿革、探讨动态及将来走向

本课程校内发展的主要历史沿革

《旅游概论》课程的发展历程可以分为以下几个阶段：

(1) 初创阶段（2019-2019 年）

《旅游学概论》课程自上世纪八十年初期我国设立旅游管理本科专业之初就起先作为骨干课程，始终持续至今。《旅游学概论》自2019年我院建院伊始，就在旅游管理专业下设的三个专业方向酒店管理、会展管理、高尔夫管理起先讲授，学生达1400人，期间，由南开高校出版社出版同名教材《旅游学概论》作为该门课程的指定教材。此阶段，借助学界资源，对教学的内容体系进行了全面探究，不断充溢和完善，并及国内运用该教材的院校进行沟通、切磋，积累阅历。

（2）发展完善阶段（2019-2019年）

依据初期总结的阅历和发觉的问题，结合旅游管理本科专业教学过程中发觉的问题和积累的阅历，并借鉴期间国内外学术界的探讨成果，我院提出了“大旅游、大休闲、大文化”的战略布局，并将此思想融入教学，自2019年起先，以课程组老师为骨干起先编写讲义，将旅行社管理、酒店管理、高尔夫管理、会展管理以及邮轮管理五大方向内容融入教学。

（3）渐渐成熟阶段（2019年-今）：

2019年以来，为加强课程建设，旅游学概论课程重新编写，在陆丹院长的提倡下，以波德里亚“消费文化”及现代主义观点引入教学，将理论紧密联系实际，同时，在老师培训、课程体系及教学内容改革等方面取得了很多成就，使整个课程体系进入完善和成熟阶段。

理论课或理论课（含实践）教学内容结合本校的办学定位、

人才培育目标和生源状况，说明本课程在专业培育目标中的定位及课程目标。

旅游学概论是旅游管理专业一门专业基础课和必修课，是该专业学生学习和驾驭旅游管理专业学问的入门学科，其后续课程有：旅游市场学、旅游经济学、旅游资源学、旅游规划及开发、酒店管理、景区管理及规划、旅行社管理等。也是国内任何一所高校旅游管理硕士、博士探讨生入学考试必考科目。该门课程的教学内容不仅干脆关系到学习者对旅游学作为一门学科的一些基本概念、范畴及理论的驾驭，而且还会影响到他们对旅游管理专业学习内容框架的清楚、合理相识和专业学习目标的科学确立。假如将整个高校三年学习的最终成果比作一座大厦的话，那么旅游学概论的学习就好比建房的第一块砖。假如这块“砖”的质量不好，将会导致整个大厦的坚实和美观的程度。

2. 同类院校该课程国家级精品课程建设状况

本课程目前还没有国家级的《旅游学概论》精品课程，湖南师范高校和东北财经高校建设了省级的《旅游学概论》精品课程，北京其次外国语学院、桂林旅游高等专科学校、河南高校、渤海高校、吉首高校等高校建立了校级《旅游学概论》精品课程。各高校的校级《旅游学概论》精品课程也都还在建设中。

及各高校的同类课程相比，本课程一改以旅游要素“旅游主体、旅游客体、旅游媒体”构建框架体系的传统，以旅游现象的历史沿革为逻辑起点，从产业入手，并围绕旅游产业绽开，构建全新的课程框架体系。依据回顾上一讲内容并引入下一讲——

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/488055100135006056>