**广东省高等教育自学考试《旅游项目策划》课程考试大纲**

**（课程代码：11964）**

**Ⅰ 课程性质与课程目标**

**一、课程性质和特点**

旅游项目策划主要任务是帮助学生了解旅游策划的基本原理、基本方法和实际案例，引导学生学习旅游产品策划、节事活动策划、旅游形象策划、旅游促销策划、数字营销策划、景区项目策划。该课程注重基本理论的学习和技能训练，增强学习者对旅游策划整体结构和各旅游要素相互关系的认识，为从事旅游策划管理工作打下较为扎实的专业基础。

**二、课程目标**

1. 知晓旅游策划的特点、原则、技巧、程序等基本理论知识。
2. 初步掌握项目策划、旅游形象策划、旅游产品策划等理论和方法。
3. 学习策划各种类型旅游活动，提高运用旅游策划理论和方法解决旅游企业实际问题的能力。

**三、与相关课程的联系与区别**

旅游策划与旅游市场学、旅行社经营与管理等课程有着比较紧密的联系。首先，旅游策划是开拓旅游市场的重要手段，只有通过有效的旅游产品策划、节事活动策划、促销策划、项目策划等，旅游地才能在旅游市场上获取关注，旅行社才能在竞争中脱颖而出。旅游市场学更聚焦市场本身，更关注市场规律，促销策划只是市场开拓的手段之一。旅行社经营更关注旅行社这一主体，研究其经营管理规律，旅游策划是其日常经营的一部分。旅游策划则更关注对策划基本规律的学习，具有明显的谋略性、创造性、体验性等特点，研究对象与旅游市场学、旅游社经营与管理有明显差别。

**四、课程的重点和难点**

重点：第三章、第六章、第八章

次重点：第一章、第五章

一般：第二章、第四章、第七章

**Ⅱ 考核目标**

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、简单应用和综合应用四个层次规定其应达到的能力层次要求。四个能力层次是递进关系，各能力层次的含义是：

识记：要求掌握关于旅游策划、旅游产品、旅游形象等名词识记，对旅游策划的类型、特征等有清晰、准确地认识，并能做出正确的判断。

领会：要求了解旅游策划等名词的相关概念，清楚相关知识点之间的联系和区别，并能做出正确的表述与解释。

简单应用：要求能够运用旅游策划的基本原则、原理和方法,对现实中的旅游策划问题作简要的分析。

综合应用：在对旅游策划的基本原理和方法熟悉和深入理解的基础上，分析和解决比较复杂的问题。例如当面对出境旅游规模快速扩大时，能针对国内旅游景区产品策划提出改进措施。

**Ⅲ 课程内容与考核要求**

**第一章 旅游策划概述**

**一、学习目的与要求**

1.理解策划的含义与类型，识别未来可能遇到的策划任务类型。

2.深入理解旅游策划的含义与类型，了解旅游策划需要完成的任务。

3.区分旅游策划与旅游规划、旅游计划、旅游决策的区别。

**二、课程内容**

1.1 策划的概念与分类

1.1.1 策划概况

1.1.2 策划的分类

1.2 旅游策划的概念与类型

1.2.1 旅游策划的概念与任务要求

1.2.2 旅游策划的功能和特征

1.2.3 旅游策划的主要类型

1.2.4 旅游策划的相关概念

**三、考核知识点与考核要求**

（一）策划的概念与分类

识记：策划的概念。

领会：策划的常见分类。

综合应用：识别未来可能遇到的实践任务类型。

（二）旅游策划的概念与类型

识记：①旅游策划的概念；②旅游策划的分类；③旅游策划的特征。

简单应用：①旅游策划与旅游规划之间的联系与区别；②区分旅游策划与相关概念的异同。

综合应用：①旅游策划需要完成的任务；②旅游策划有着怎样的发展趋势；

1. **本章重点、难点**

本章重点：策划的概念。策划的常见分类。旅游策划的特征。

本章难点：区分旅游策划与相关概念的异同。

**第二章 旅游策划的原理与方法**

**一、学习目的与要求**

1.了解旅游策划的原理，熟练运用旅游策划的原理分析和解决实际问题。

2.深入理解旅游策划的基本原则和核心程序，在从事旅游策划时能熟知旅游策划的各个阶段，提高风险意识。

3.掌握旅游策划的创新技巧，能运用旅游策划的创新技巧从事旅游策划活动。

**二、课程内容**

1.1 旅游策划原理

1.1.1 需求导向原理

1.1.2 意义生产原理

1.1.3 体验塑造原理

1.2 旅游策划的原则与程序

1.2.1 旅游策划的基本原则

1.2.2 旅游策划的核心程序

1.3 旅游策划创新技巧

1.3.1 创新思维

1.3.2 创新思维的培养与训练

**三、考核知识点与考核要求**

（一）旅游策划原理

识记：旅游策划的三种原理。

领会：旅游策划的意义。

简单应用：深入理解旅游策划原理的主要内容并举出相关案例。

1. 旅游策划的原则与程序

识记：旅游策划的基本原则。

领会：旅游策划的核心程序。

综合应用：从事旅游策划时熟知各个核心程序。

1. 旅游策划创新技巧

识记：①创新思维概念；②灵感思维的概念；③灵感思维的特征。

领会：①常见的几种发散思维；②想象的三类主要方法；

简单应用：分析旅游产品的创新技巧。

**四、本章重点、难点**

本章重点：旅游策划的原理。旅游策划的基本原则。创新思维。

**第三章 旅游产品策划**

**一、学习目的与要求**

1.有效识别旅游产品的类型及其市场需求量，需求特征。

2.能依据不同分类方式，设计完整的旅游产品体系。

3.根据实际情况，设计特定主体或任务的旅游产品。

4.能利用多种途径搜集特定主题的文献资料。

5.能比较分析既有旅游产品的优劣势。

**二、课程内容**

1.1 旅游产品

1.1.1 旅游产品的内涵

1.1.2 旅游产品的层次构成

1.1.3 旅游产品的类型

1.1.4 旅游产品的特点

1.2 旅游产品策划的内容

1.2.1 旅游产品策划程序

1.2.2 旅游专项产品策划

1.2.3 旅游产品组合策划

1.3 旅游线路策划

1.3.1 旅游线路策划步骤

1.3.2 旅游线路策划常用工具介绍

1.3.3 旅游线路策划的要点

1.3.4 线路文本的基本格式

**三、考核知识点与考核要求**

（一）旅游产品

识记：①旅游产品的概念；②旅游产品的四个层次。

领会：①旅游产品的策划；②旅游产品的分类；③旅游产品的特点。

简单应用：①识别旅游产品的类型及市场需求特征；②分析既有旅游产品的优劣势。

（二）旅游产品策划的内容

识记：①旅游产品策划的程序；②旅游产品组合的概念。

领会：①旅游产品定位的6种方法；②产品策划的创意来源。

简单应用：理解产品概念的“5W1H”。

综合应用：①市场供需关系对旅游产品的竞争力有何影响；②面对出境旅游规模快速扩大，国内旅游景区产品策划应采取怎样的改进措施。③能够综合判断旅游产品的市场可行性。

（三）旅游线路策划

识记：旅游线路策划的常用工具。

领会：①旅游线路的策划步骤；②旅游线路策划的要点。

简单应用：根据目标人群策划最佳旅游线路。

综合应用：能制作新颖详细的线路文本。

**四、本章重点、难点**

本章重点：旅游产品的概念。旅游产品的层次构成。旅游产品的特点。

本章难点：综合应用旅游线路策划。

**第四章 节事活动策划**

**一、学习目的与要求**

1.清楚的区分节事活动的几个相关概念的内涵。

2.深入理解节事活动的特征、功能，并能有效识别不同类型的节事活动。

3.熟练掌握节事活动策划的各个步骤，熟练完成相应的工作内容。

4.贯彻实施小型节事活动，并能对其进行综合评价。

**二、课程内容**

1.1 旅游节事活动

1.1.1 旅游节事活动的概念和类型

1.1.2 旅游节事活动的特征

1.1.3 旅游节事活动的功能

1.2 旅游节事活动策划流程

1.2.1 决策阶段

1.2.2 内容策划阶段

1.2.3 执行阶段

1.2.4 评价阶段

**三、考核知识点与考核要求**

（一）旅游节事活动

识记：①旅游节事活动的概念；②旅游节事活动的特征。

领会：①旅游节事活动的类型；②旅游节事活动的经济和社会功能。

综合应用：理解节事活动的特征、功能，并能有效识别不同类型的节事活动。

（二）旅游节事活动策划流程

识记：旅游节事活动策划过程的四个阶段。

领会：①旅游节事活动决策阶段的步骤流程；②执行阶段需要重点做好的三方面工作。

简单应用：①能贯彻实施各种小型节事活动，并能对其进行综合评价；②分析既有旅游节事活动的优劣势。

综合应用：分析旅游节事策划对地方发展的影响和意义。

**四、本章重点、难点**

本章重点：旅游节事活动的概念。旅游节事活动的特征。旅游节事活动的类型。旅游节事活动策划的四个阶段。旅游节事活动的影响和意义。

本章难点：节事活动的评估。

**第五章 旅游形象策划**

**一、学习目的与要求**

1.能有效识别旅游形象的概念、构成。

2.理解旅游形象策划概念及意义。

3.掌握旅游形象策划的理论基础。

4.能利用多种方法，对一个旅游目的地或景区的旅游形象进行调查，并诊断。

5.能分析旅游地形象定位。

6.能对旅游地形象进行宣传口号及简单logo的设计。

**二、课程内容**

1.1 旅游形象策划

1.1.1 旅游形象的概念

1.1.2 旅游形象策划的概念

1.1.3 旅游形象策划的意义

1.1.4 旅游形象策划的理论基础

1.2 旅游地形象策划的技术方法

1.2.1 旅游地形象调查

1.2.2 旅游形象诊断

1.2.3 旅游地形象定位

1.2.4 旅游地形象设计与塑造

1.2.5 旅游地形象的传播策略

**三、考核知识点与考核要求**

（一）旅游形象策划

识记：①旅游形象的概念；②旅游形象的构成；③旅游形象策划的概念。

领会：①旅游形象策划的意义；②旅游形象的效应。

简单应用：梳理城市形象与城市旅游形象的关系。

综合应用：旅游地形象策划的意义。

（二）旅游地形象策划的技术方法

识记：①旅游地形象概念；②旅游地形象诊断概念；③旅游地形象定位概念。

领会：①旅游地形象调查内容；②旅游地形象诊断任务；③影响旅游地形象塑造的因素。

简单应用：①分析旅游地形象定位；②运用旅游地形象的传播策略对目的地进行宣传。

综合应用：①对旅游目的地的旅游形象进行调查并诊断；②对旅游地形象进行简单logo的设计。

**四、本章重点、难点**

本章重点：旅游形象的概念。旅游地形象策划的主要任务。

本章难点：旅游地形象调查。

**第六章 旅游促销策划**

**一、学习目的与要求**

1.了解旅游促销，旅游促销组合等概念。

2.掌握旅游促销组合和影响旅游促销组合的因素。

3.理解不同促销工具的特点，并选择有效促销工具及其组合。

4.能针对旅游地进行促销方案策划并开展某种旅游产品的促销组合活动。

**二、课程内容**

1.1 旅游促销

1.1.1 旅游促销概述

1.1.2 旅游促销组合

1.2 旅游促销的技术方法

1.2.1 促销策划的步骤

1.2.2 促销策划的目标

1.2.3 选择促销工具及其组合

**三、考核知识点与考核要求**

（一）旅游促销

识记：①促销的概念；②旅游促销的概念；③旅游促销组合的概念。

领会：①旅游促销的分类；②旅游促销的作用；③影响旅游促销组合的因素；④促销的基本方式。

简单应用：区分促销、营销和推销。

（二）旅游促销的技术方法

识记：①促销策划的步骤；②促销工具的选择。

领会：①促销工具的基本内容；②旅游广告的含义及功能；③旅游企业的人员推销策略；④营业推广的实施；⑤公共关系的构成要素及特征。

简单应用：①分析几种促销方式的优劣势；②分析旅游促销组合中有哪些工具并说明各自的优缺点。

综合应用：①旅游产品促销组合策划中应怎样做好促销方式和工具的结合；②独立完成旅游企业或产品促销方案策划书。

**四、本章重点、难点**

本章重点：促销的概念。促销的基本方式。影响旅游促销组合的因素。

本章次重点：旅游企业的人员推销策略。营业推广的实施。公共关系的构成要素及特征。

本章难点：促销方式和工具的结合。

**第七章 旅游数字营销策划**

**一、学习目的与要求**

1.有效识别旅游电子商务，旅游新媒体营销的概念与类型。

2.掌握旅游数字营销的渠道与特征。

3.理解旅游数字营销的功能与意义。

4.能够运用网络技术，熟悉多种数字营销手段。

5.分析旅游企业营销特点。

6.运用多种网络手段对旅游企业进行数字营销。

**二、课程内容**

1.1 旅游数字营销

1.1.1 旅游互联网营销

1.1.2 旅游社会化媒体营销

1.1.3 旅游互联网营销的特征

1.1.4 旅游互联网营销的功能与意义

1.2 旅游数字营销策略与技术方法

1.2.1 旅游数字营销策略

1.2.2 旅游数字营销策划技术方法

1.2.3 旅游社会化媒体营销策略

1.2.4 其他自媒体营销

**三、考核知识点与考核要求**

（一）旅游数字营销

识记：旅游数字营销概念。

领会：①旅游互联网营销的特征；②旅游互联网营销的功能与意义；③旅游数字营销的类型。

简单应用：合理使用数字营销手段。

综合应用：对数字营销的科学评价体系。

（二）旅游数字营销策略与技术方法

识记：旅游目的地网络整合营销定义。

领会：①旅游数字网络营销策划内容；②旅游数字网络营销策划技术方法；③旅游社会化媒体营销策略。

简单应用：分析旅游企业营销特点。

综合应用：①分析旅游数字营销和传统营销方式的区别；②使用网络营销手段开展有效的旅游网络营销。

**四、本章重点、难点**

本章重点：旅游数字营销概念。旅游互联网营销的功能。旅游数字网络营销策划技术方法。

本章难点：旅游数字营销和传统营销方式的区别。

**第八章 景区项目策划**

**一、学习目的与要求**

1.深入理解景区项目策划的特征，功能、内容与分类。

2.熟练掌握景区项目策划的程序或步骤，熟练完成相应的工作内容。

3.根据实际地形等综合自然环境条件，实现策划项目的科学布局。

4.根据特定主题定位完成景区的项目内容策划或创新设计。

5.对策划项目的投资效益进行评价。

**二、课程内容**

1.1 景区项目策划

1.1.1 景区项目策划概念和实践

1.1.2 景区项目策划的功能和特征

1.1.3 景区项目策划的内容

1.2 景区项目策划的技术方法

1.2.1 景区项目策划的组织和调研

1.2.2 景区项目的综合评价分析

1.2.3 景区项目的总体策划与布局

1.2.4 景区项目的评估与实施

**三、考核知识点与考核要求**

（一）景区项目策划

识记：①旅游区概念；②旅游项目概念；③景区项目策划概念。

领会：①景区项目策划存在的问题；②景区项目策划的功能和特征；③景区项目策划的内容。

简单应用：分析景区项目策划与旅游规划之间的异同。

（二）景区项目策划的技术方法

领会：①景区项目策划的调研内容；②景区项目的背景分析与综合条件分析；③影响景观功能分区项目空间布局的因素；④旅游景区项目可行性分析。

简单应用：①获取前期调研资料；②实现策划项目的科学布局；③完成景区的项目内容策划或创新设计；④掌握项目投资收益的测算方法。

综合应用：①根据综合调研与评价，确定景区项目策划的名称、主题及相应的发展目标；②对不同功能区进行合理的空间布局，设计相应的产品体系与线路，分析判断项目投资的可行性。

**四、本章重点、难点**

本章重点：景区项目策划存在的问题。景区项目策划的特征。景区项目策划的内容。

本章难点：确定景区项目策划的名称、主题及相应的发展目标。分析判断项目投资的可行性。

**Ⅳ 关于大纲的说明与考核实施要求**

一、自学考试大纲的目的和作用

课程自学考试大纲是根据专业自学考试计划的要求，结合自学考试的特点而确定。其目的是对个人自学、社会助学和课程考试命题进行指导和规定。

课程自学考试大纲明确了课程学习的内容以及深广度，规定了课程自学考试的范围和标准。因此，它是编写自学考试教材和辅导书的依据，是社会助学组织进行自学辅导的依据，是自学者学习教材、掌握课程内容知识范围和程度的依据，也是进行自学考试命题的依据。

二、课程自学考试大纲与教材的关系

课程自学考试大纲是进行学习和考核的依据，教材是学习掌握课程知识的基本内容与范围，教材的内容是大纲所规定的课程知识和内容的扩展与发挥。课程内容在教材中可以体现一定的深度或难度，但在大纲中对考核的要求一定要适当。

大纲与教材所体现的课程内容应基本一致；大纲里面的课程内容和考核知识点，教材里一般也要有。反过来教材里有的内容，大纲里就不一定体现。

三、自学教材

《旅游策划实务》，顾雅青、郎富平主编，浙江大学出版社，2021年第1版。

四、自学要求和自学方法的指导

本大纲的课程基本要求是依据专业考试计划和专业培养目标而确定的。课程基本要求还明确了课程的基本内容，以及对基本内容掌握的程度。基本要求中的知识点构成了课程内容的主体部分。因此，课程基本内容掌握程度、课程考核知识点是高等教育自学考试考核的主要内容。

为有效地指导个人自学和社会助学，本大纲已指明了课程的重点和难点，在章节的基本要求中一般也指明了章节内容的重点和难点。

（一）系统学习、深入重点

自学者首先应系统地学习各章内容，掌握要求识记的概念，深入理解和掌握旅游策划的理论和基本方法，在此基础上深入知识点，掌握重点。

（二）深入理解教材例题，注意理论与实践相结合

注意理论与实践相结合,旅游策划实务的实践性较强，自学者对教材中的实际例题应深入理解。例如第三章旅游产品策划的内容，理解旅游产品的策划活动，运用旅游产品策划理论与方法分析企业产品定位中的实际问题，以提高分析问题和解决问题的能力，使得自学者做到学以致用。

五、对社会助学的要求

（一）帮助自学者梳理重点和一般内容之间的关系

助学者在辅导时应帮助自学者梳理重点内容和一般内容之间的关系，在他们全面掌握全部考试内容的基础上，进行切实有效的辅导，深入旅游产品、旅游形象、旅游营销和景区策划等重点内容。

（二）注意培养自学者应用知识的能力

要善于处理掌握基础知识与培养应用能力的关系,引导自学者关注社会实践，帮助自学者了解旅游策划原理、程序和方法的应用，适当增加一些例题培养自学者对方法应用的兴趣，深入理解基础理论，提高他们认识和分析现实问题的应用能力。

（三）提醒自学者时刻关注国家旅游发展的重大方针政策的变化。

（四）建议每学分12-16个助学学时。

六、对考核内容的说明

1. 本课程要求考生学习和掌握的知识点内容都作为考核的内容。课程中各章的内容均由若干知识点组成，在自学考试中成为考核知识点。因此，课程自学考试大纲中所规定的考试内容是以分解为考核知识点的方式给出的。由于各知识点在课程中的地位、作用以及知识自身的特点不同，自学考试将对各知识点分别按四个认知（或叫能力）层次确定其考核要求。

2. 在考试之日起6个月前，由全国人民代表大会和国务院颁布或修订的法律、法规都将列入相应课程的考试范围。凡大纲、教材内容与现行法律、法规不符的，应以现行法律法规为准。命题时也会对我国经济建设和科技文化发展的重大方针政策的变化予以体现。

七、关于考试命题的若干规定

1.本课程考试为闭卷笔试。按百分制记分,60 分为及格。考试时间150分钟。

2.本大纲涉及章所规定的基本要求、知识点及知识点下的知识细目，都属于考核的内容。要注意突出课程的重点、章节重点，加大重点内容的覆盖度。

3.命题不应有超出大纲中考核知识点范围的题，考核目标不得高于大纲中所规定的相应的最高能力层次要求。命题应着重考核自学者对基本概念、基本知识和基本理论是否了解或掌握，对基本方法是否会用或熟练。不应出与基本要求不符的偏题或怪题。

4.本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为：识记占20%，领会占30%，简单应用占30%，综合应用占20%。

5.要合理安排试题的难易程度，试题的难度可分为：易、较易、较难和难四个等级。每份试卷中不同难度试题的分数比例一般为：2:3:3:2。

6.课程考试命题的题型一般有单项选择题、名词解释题、简答题、论述题、四种题型。在命题工作中必须按照本课程大纲中所规定的题型命制，考试试卷使用的题型可以略少，但不能超出本课程对题型规定。

**附录 题型举例**

1. 单项选择题

1、对于旅游策划与旅游规划的联系，下列说法不正确的是( )

A.旅游规划重宏观考虑,策划重微观操作

B.旅游规划重战略研究,策划重创意生成

C.旅游规划重逻辑思维,策划重创造性思维

D.旅游规划重技术,策划重艺术

2、下列不属于旅游策划依据的一项是( )

A.旅游资源 B.旅游需求 C.旅游计划 D.相关信息

1. 名词解释
2. 旅游地形象策划
3. 旅游产品
4. 简答题
5. 请简述旅游策划的特征。
6. 旅游项目策划应坚持哪些原则?
7. 论述题
8. 旅游数字营销与传统营销方式有何不同？是否可以取代传统营销方式？
9. 你认为当前国内旅游景区的产品策划有何缺点，如何改进？