

《旅游市场营销策划》实践教学大纲

一、课程的性质和任务

本课程为理论为主，实践为辅的课程。学生们在大二时一般都已学过市场营销学，为此在三年级开设旅游专业的课程时，将这门旅游营销开设成一门策划课程。学生在学期初将回顾、了解有关营销的基本内容，然后结合旅游行业的特点，并通过实践教学的方法，帮助同学们了解旅游营销的特点及策划的基本程序与操作。

二、教学要求与教学方法

全部内容包括旅游产品及品牌案例讨论、旅游产品定价案例讨论、旅游广告案例讨论、市场调研（团队作业）等都要与课堂理论教学有机地结合起来，穿插进行。

每次案例实践之前，教师重点讲授相关理论原理并将案例提前发给学生，案例实践课时由学生自己讲解对案例的领悟与问题，然后指导学生展开相关的讨论。目的：为了让学生切实把握基础理论，并在此基础上，让学生理论联系实践。课外实践课前，老师会提前就相关问题重点讲解，提前安排问卷的设计与答疑，解决学生疑难。到课外实践课时由老师具体安排课外时间，把学生分组，让学生自己有序地进行相关调研活动。

理论教学全部运用多媒体、视频展示台等形象手段来进行，提高教学效率和教学质量。

三、教学学时分配和安排

见下表：

周次	实 验 内 容	学时
第 6 周	案例讨论一：产品及品牌案例	
第 8 周	案例讨论二：定价案例	
第 10、11 周	课外实践：市场调研（团队作业）	
第 13 周	案例讨论三：广告案例	
第 周		
第 周		
第 周		
第 周		

四、教学内容和要求

案例讨论一：旅游产品及品牌案例

- 1、目的要求：通过案例分析，学生从中了解到旅游产品的定位、创新以及品牌竞争的重要性和旅游产品如何实施品牌策略。
- 2、教学内容：2个相关的案例。

案例讨论二：定价案例

- 1、目的要求：通过案例分析，学生从中了解到旅游产品与有形产品定价的差异以及旅游产品定价策略。
- 2、教学内容：2-3个相关的案例。

课外实践：市场调研（团队作业）

- 1、目的要求：通过实践学生们可以亲历调研的艰难，以及团队作业协调的重要性。当然，通过实践报告的完成，学生们可以清楚地了解调研问卷的设计、调研的过程，相关策略的制定以及市场营销策划报告的撰写。
- 2、教学内容：

根据以下内容分组调查并提交报告（ppt文件），并附上相关的调查内容和数据。

 - (1) 访问调查附近3-4家零售店超市，比较其购物环境，分析其对象、环境对购物的影响、以及商品选择的策略，并谈谈你对其策略性趋向的看法。（家乐福、中百仓储、麦德龙、武商量饭店等）
 - (2) 访问调查附近3-4家零售商场，比较其购物环境，分析其对象、环境对购物的影响、以及商品选择的策略，并谈谈你对其策略性趋向的看法。（群光广场、亚贸、中南广场、中南商业大楼、鲁巷广场）
 - (3) 访问调查武汉市的2-3家主要的英语培训机构，比较消费者的特点，分析培训机构的相应策略，并发现他们的弱点、提出相应的解决方法。
 - (4) 通过问卷调查，分析大学生的消费心理，并对以下产品（服务、或商家）中的2项命名，针对其特点设计1条广告语：
a. 网吧 b.酒吧 c.餐厅 d.礼品（饰品店） e.运动鞋
 - (5)选择一种产品或服务，以本校学生为目标市场，调查、分析其行为特征，并提出全面的、可行的市场分析报告。

案例讨论三：广告案例

- 1、目的要求:通过案例分析，学生们可以了解广告的魅力及其对旅游业的重要性。特别是网络的快速发展，网络营销将会给旅游业带来的冲击与影响。
- 2、教学内容:2个相关的案例。