



# 会展经济与管理专业

## 《管理学原理》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 目 录

《管理学原理》课程大纲 .....	1
《专业导论》课程大纲 .....	23
《微观经济学》课程大纲 .....	31
《管理信息系统》课程大纲 .....	45
《宏观经济学》课程大纲 .....	55
《财务管理》课程大纲 .....	67
《旅游学概论》课程大纲 .....	79
《会展概论》课程大纲 .....	93
《旅游接待业》课程大纲 .....	105
《旅游消费者行为》课程大纲 .....	119
《会展策划与管理》课程大纲 .....	137
《旅游目的地管理》课程大纲 .....	151
《会展项目管理》课程大纲 .....	167
《会展营销》课程大纲 .....	181
《会展人力资源管理》课程大纲 .....	195
《茶文化与茶艺》课程大纲 .....	207
《会展服务》课程大纲 .....	219
《会展文案》课程大纲 .....	231
《会展法规与实务》课程大纲 .....	243
《会展物流》课程大纲 .....	253
《实证研究方法》课程大纲 .....	267
《体育赛事管理》课程大纲 .....	279
《奖励旅游策划与组织》课程大纲 .....	301
《数字会展》课程大纲 .....	315
《会展制图》课程大纲 .....	327

《城市会展业发展前沿》课程大纲 .....	347
《节事活动策划与组织》课程大纲 .....	357
《节事活动实务》课程大纲 .....	373
《新媒体营销与运营》课程大纲 .....	383
《创意展示与设计》课程大纲 .....	405
《活动现场安全管理》课程大纲 .....	419
《会展场馆运营实务》课程大纲 .....	427
《场馆利用与服务》课程大纲 .....	443
《展览场馆空间设计》课程大纲 .....	457
《展示工程与搭建》课程大纲 .....	473
《视觉传播与文化》课程大纲 .....	499
《会展活动调研》课程大纲 .....	513
《专业实习》课程大纲 .....	517
《毕业实习》课程大纲 .....	523
《毕业论文（设计）》课程大纲 .....	529

# 《管理学原理》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	管理学原理	Principle of Management	
课程编码	1510001B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	无	修读学期	第一学期
课程类别	专业基础课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	3	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	52 学时（理论学时 52，实践学时 0）		
执笔人	宋庆峰	审核人	申磊

## 二、课程简介

《管理学原理》是会展经济与管理专业必修的一门基础课程。本课程是研究人类管理活动一般规律的科学。以各项管理普遍适用的原理与方法为研究内容，以一般管理过程的各项职能为框架，全面介绍管理的基本知识、基本原理和基本方法以及管理思想的发展过程，其主要目的是使学生对管理、管理者、管理科学形成系统认识，掌握现代管理的基本原理、一般方法、管理技术并树立科学的管理理念，了解国内外管理思想和理论的形成与发展，为学生进一步学习专业课和日后的实际管理工作奠定理论基础，为新时代中国特色社会主义会展业企事业处在不同情境下的管理实践提供指导。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：扎实人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法【毕业要求：2.1】

课程目标 2：掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。【毕业要求：2.2】

课程目标 3：理解会展业在国民经济中的重要性，掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。【毕业要求：4.1】

### （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能,了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 3	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性,掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
管理的内涵与本质	课程目标 1	讲授、讨论	2
管理理论的历史演变	课程目标 1	讲授、讨论	6
决策与决策过程	课程目标 1	讲授、案例分析	4
环境分析与理性决策	课程目标 3	讲授、讨论	3
决策的实施与调整	课程目标 1	讲授、案例分析	3
组织设计	课程目标 1	讲授、讨论	4
人员配备	课程目标 1	讨论、案例分析	3
组织文化	课程目标 1	讲授、讨论	2
领导的一般理论	课程目标 2	讲授、讨论	3
沟通	课程目标 2	讲授、案例分析	4
激励	课程目标 2	讲授、案例分析	3
控制的类型与过程	课程目标 3	讲授、讨论	3
控制的方法与技术	课程目标 3	讲授、讨论	3
风险控制与危机管理	课程目标 3	讲授、讨论	3
创新原理	课程目标 3	讲授、案例分析	3
组织创新	课程目标 3	讲授、讨论	3
合计			52

### (二) 课程内容

#### 管理的内涵与本质

##### 【学习目标】

1. 理解组织和管理概念
2. 了解管理学的产生与发展历程
3. 明确管理学的研究对象和学习方法

### 【课程内容】

1. 管理的内涵与本质
2. 管理的基本原理与方法
3. 管理活动的时代背景

### 【重点、难点】

1. 重点：管理的基本原理、基本方法
2. 难点：管理的本质

### 【教学方法】

1. 课堂讲授 结合 PPT 讲授管理的内涵和本质，管理的基本原理、方法和工具。
2. 课堂讨论 结合西南航空公司案例，对效率和成效概念开展分组讨论，理解管理的本质。
3. 研究性学习。课题“如何提升酒店管理的效率和成效”。依据管理本质理论，通过文献学习，提出解决问题的策略。

### 【学习要求】

1. 阐释谁是管理者，管理者在组织中工作。
2. 解释为什么管理者对组织很重要。
3. 描述管理职能、管理角色和管理技能。
4. 描述重塑和重新定义管理者工作的因素。
5. 说明学习管理学的价值。

### 【复习与思考】

1. 管理者与非管理者有何不同。
2. 为什么管理者对组织而言很重要。
3. 效率和成效有什么区别。
4. 你的课程老师是管理者吗？讨论管理职能、管理角色和管理技能。
5. 为什么管理者关注顾客很重要。
6. 学习管理的原因哪一个对你最重要，为什么？

### 【学习资源】

1. 学习强国《管理学原理》视频学习
2. 《管理学原理》马工教材自测习题

管理理论的历史演变

### 【学习目标】

1. 描述早期管理的一些例子。
2. 解释古典方法中的各种理论。

3. 讨论行为方法的使用和发展。
4. 描述定量方法。
5. 解释当代方法中的各种理论。

#### 【课程内容】

1. 早期的管理。
2. 古典方法：科学管理理论和一般管理理论。
3. 行为方法：组织行为学。
4. 定量方法。
5. 当代方法：系统理论和权变理论。

#### 【重点、难点】

1. 重点：主要管理理论的分类。
2. 难点：各理论流派代表人物、代表作、主要观点、先进性及局限性。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授 结合 PPT 讲授管理理论各流派主要内容。
2. 课堂讨论：科学管理理论可以帮助我们提高效率吗？选择一项自己经常做的工作（如洗衣服，做饭，复习，去超市等），通过写下完成这项工作的步骤来分析它。看看是否有些活动可以合并或删减。找到做这项工作的“最好方式”。下次做这项工作时，尝试科学管理的方式，看是否变得更有效率。

#### 【学习要求】

1. 描述早期管理的一些例子。
2. 解释古典方法中的各种理论。
3. 讨论行为方法的使用和发展。
4. 描述定量方法。
5. 解释当代方法中的各种理论。

#### 【复习与思考】

1. 什么是官僚组织？官僚组织今天还存在吗？
2. 组织行为学方法的早期倡导者对我们理解管理作出了哪些贡献？
3. 解释定量方法对管理学的贡献。
4. 描述全面质量管理。
5. 技术如何影响管理者在今天的工作场所使用量化方法？
6. 系统方法和权变方法如何使得管理者更加胜任工作？
7. 社会趋势如何影响管理实践？对学习管理学的人有何启示？

#### 【学习资源】

1. 学习强国《管理学原理》视频学习

## 2. 《管理学原理》马工教材自测习题

### 决策与决策过程

#### 【学习目标】

1. 理解决策的概念和要素。
2. 解释决策的类型和特征。
3. 描述决策过程。
4. 解释决策的影响因素。

#### 【课程内容】

1. 决策的概念、要素、功能和任务。
2. 决策的类型和特征。
3. 决策过程与影响因素。

#### 【重点、难点】

1. 重点：决策过程的步骤。
2. 难点：不确定性情境下决策方案的选择准则。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授 结合 PPT 讲授决策概念、类型、过程及影响因素。
2. 课堂讨论：考虑你作出一个重大决策。以决策过程为指导描述该决策的制定，在这个过程中，你会做什么来改善你的决策？

#### 【学习要求】

1. 理解决策及其特征。
2. 描述决策制定过程。
3. 区分不同决策类型及其异同。
4. 了解当前影响决策的主要因素及趋势。

#### 【复习与思考】

1. 如何理解决策？决策有哪些基本特征？
2. 请描述决策的制定过程。
3. 请用实例说明不同的决策类型及其异同之处。
4. 请阐述当前影响决策的主要因素及趋势。

#### 【学习资源】

1. 学习强国《管理学原理》视频学习
2. 《管理学原理》马工教材自测习题

### 环境分析与理性决策

#### 【学习目标】

1. 描述组织的环境结构及其要素。



2. 理解理性决策的要求与限制。
3. 学会提高决策理性及正确程度的方法。

#### 【课程内容】

1. 环境的动态性和复杂性，行为决策、非理性决策的主要模型，机会评价框架。
2. 一般环境、具体环境和组织内部环境的主要构成部分和彼此之间的关系。
3. PEST、SWOT 等环境分析工具。
4. 西蒙的理性决策理论，环境不确定性评估模型，活动方案生成方法；决策树技术。

#### 【重点、难点】

1. 重点：PEST、SWOT 等环境分析工具。
2. 难点：决策树技术。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授 结合 PPT 讲授组织环境要素、环境分析方法、理性决策及方案提出方法和方案评估方法。
2. 课堂讨论：分组讨论如何发展环境扫描技能，获取会展行业环境信息，以预测和解释环境中发生的变化。

#### 【学习要求】

学会使用提高决策理性及正确程度的方法。

#### 【复习与思考】

1. 如何理解组织与环境的关系？
2. 环境分析有哪些主要方法？如何应用？
3. 决策方案生成的主要方法。
4. 学会使用决策树方法评价具体的决策方案，使用帝豪斯的机会评价框架评价一个创新或创业机会。

#### 【学习资源】

1. 学习强国《管理学原理》视频学习
2. 《管理学原理》马工教材自测习题

决策的实施与调整

#### 【学习目标】

1. 描述组织的环境结构及其要素。
2. 理解理性决策的要求与限制。
3. 学会提高决策理性及正确程度的方法。

#### 【课程内容】

1. 环境的动态性和复杂性，行为决策、非理性决策的主要模型，机会评价框架。

2. 一般环境、具体环境和组织内部环境的主要构成部分和彼此之间的关系。

3. PEST、SWOT 等环境分析工具。

4. 西蒙的理性决策理论，环境不确定性评估模型，活动方案生成方法；决策树技术。

#### 【重点、难点】

1. 重点：PEST、SWOT 等环境分析工具。

2. 难点：决策树技术。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授：结合 PPT 讲授组织决策方法。

2. 课堂讨论：在会展行业环境扫描基础上，讨论会展业如何决策。

#### 【学习要求】

学会使用提高决策理性及正确程度的方法。

#### 【复习与思考】

1. 如何理解组织与环境的关系？

2. 环境分析有哪些主要方法？如何应用？

3. 决策方案生成的主要方法。

4. 学会使用决策树方法评价具体的决策方案，使用帝豪斯的机会评价框架评价一个创新或创业机会。

#### 【学习资源】

1. 学习强国《管理学原理》视频学习

2. 《管理学原理》马工教材自测习题

### 组织设计

#### 【学习目标】

1. 描述组织设计的六项要素。

2. 比较机械式结构和有机式结构。

3. 讨论组织设计倾向于机械式结构或有机式结构的权变因素。

4. 描述传统组织设计

5. 讨论为灵活性而进行的组织设计

#### 【课程内容】

1. 组织设计的六要素：工作专门化、部门化、指挥链、管理跨度、集权和分权、正规化。

2. 机械式结构：高度的专业化，严格的部门化，清晰地指挥链，较窄的

管理跨度，集权化和较高程度的正规化。有机式结构：跨职能团队，跨层级团队，信息的自由流动，较宽的管理跨度，分权化，较低程度的正规化。

3. 权变因素：战略，规模，技术，环境不确定性。

4. 传统组织设计：简单结构， 职能结构， 事业部结构。

5. 为灵活性而进行的组织设计：团队结构、矩阵结构和项目结构、虚拟组织、远程办公、压缩工作周、弹性工作时间、工作分享和灵活就业员工。

#### 【重点、难点】

1. 重点：几种组织结构的优缺点。

2. 难点：权变因素对组织结构选择的影响机制。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授 结合 PPT 讲授组织结构要素、典型组织结构形式。

2. 课堂讨论：你更愿意在一个机械式组织还是有机式组织中工作。

#### 【学习要求】

1. 明确组织设计的要素。

2. 辨识机械式组织结构和有机式组织结构。

3. 掌握影响组织结构的权变因素。

4. 掌握各种组织结构的优缺点。

#### 【复习与思考】

1. 机械式组织和有机式组织具有哪些特点？影响组织设计的因素有哪些？

2. 组织层级和管理幅度的关系是什么？

3. 各种组织结构的优缺点是什么？

#### 【学习资源】

1. 学习强国《管理学原理》视频学习

2. 《管理学原理》马工教材自测习题

#### 人员匹配

#### 【学习目标】

1. 理解人力资源管理的重要性及人力资源管理过程。

2. 描述影响人力资源管理过程的外部因素。

3. 讨论与识别和甄选合格员工相关的工作任务。

4. 解释企业如何向员工提供技能和知识。

5. 描述留住胜任的高绩效员工的策略。

6. 识别组织中职业生涯发展的两种重要趋势。

7. 讨论当代人力资源管理问题。

#### 【课程内容】

1. 人力资源管理的重要性：竞争优势、组织战略和绩效。人力资源管理的过程：识别甄选合格员工：人力资源规划，招聘，甄选；向员工提供与时俱进的技能和知识：入职培训，员工培训；留住胜任的高绩效员工：绩效管理，薪酬与福利，职业生涯发展。

2. 影响人力资源管理过程的外部因素：经济、法律和人口趋势。

3. 识别和甄选合格员工：人力资源规划，招聘和解聘，甄选。

4. 向员工提供技能和知识。

5. 留住胜任的高绩效员工：绩效管理，薪酬与福利

6. 职业生涯发展。

7. 当代人力资源管理问题：性骚扰和职场欺凌

#### 【重点、难点】

1. 重点：人员选聘与人员培训的主要方法及各自的优缺点。

2. 难点：绩效考评的方法和程序。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授 结合 PPT 讲授人力资源管理的重要性；人力资源管理的过程；影响人力资源管理过程的外部因素；识别和甄选合格员工；向员工提供技能和知识；留住胜任的高绩效员工；职业生涯发展；当代人力资源管理问题。

2. 课堂讨论：终生学习对于旅游职业发展的重要性。

#### 【学习要求】

1. 知道人力资源管理过程。

2. 掌握识别和甄选合格员工的工具。

3. 会组织入职培训和员工培训。

4. 掌握绩效管理的方法。

#### 【复习与思考】

1. 讨论人力资源管理实践如何成为企业的竞争优势。

2. 讨论最直接影响人力资源管理过程的外部因素。

3. 请描述不同的甄选工具，以及哪种工具最适用于哪些工作。

4. 真实工作预览有什么优缺点？

5. 请描述入职培训和员工培训的不同类型，以及组织该如何提供每种培训方式。

6. 请列举一些影响员工薪酬和福利的因素。

7. 请描述不同的绩效评估方法。

#### 【学习资源】

1. 学习强国《管理学原理》视频学习

## 2. 《管理学原理》马工教材自测习题

### 组织文化

#### 【学习目标】

1. 理解组织文化的内涵、分类及特征。
2. 描述组织文化的影响因素。
3. 描述组织文化的构成。
4. 讨论组织文化的功能。
5. 解释如何塑造组织文化。

#### 【课程内容】

1. 组织文化的内涵及分类：从六个维度把握组织文化的本质：适应性、关注细节、结果导向、人本导向、团队导向和诚实守信。分类：按组织文化内在特征；对组织成员的影响；涵盖范围；权利集中度；文化、战略与环境配置分类。组织文化特征：精神性、系统性、相对稳定性、融合性。

2. 组织文化的影响因素：文化从哪里来以及如何延续：领导者素质、组织、高层管理者、社会化。

3. 组织文化的构成：物质层、制度层和精神层。

4. 组织文化的功能：导向、凝聚、激励和约束；反功能：变革的障碍；多样化障碍和并购障碍。组织文化如何影响管理者。

5. 组织文化的塑造。故事、仪式、物质象征和语言。

#### 【重点、难点】

1. 重点：组织文化的塑造过程。
2. 难点：组织文化的内涵。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授 结合 PPT 讲授组织文化的内涵及分类；组织文化的影响因素；组织文化的构成；组织文化的功能；组织文化的塑造。

2. 课堂讨论：使用组织文化的维度描述班级文化。

#### 【学习要求】

1. 知道组织文化是什么。
2. 理解文化从哪里来以及如何延续。
3. 知道组织文化的影响。
4. 学会如何向员工传播组织文化。

#### 【复习与思考】

1. 文化可能对组织不利吗？
2. 讨论强文化对组织和管理的影响。

3. 讨论员工学习组织文化的四种方式。

**【学习资源】**

1. 学习强国《管理学原理》视频学习
2. 《管理学原理》马工教材自测习题

领导的一般理论

**【学习目标】**

1. 解释明确领导的内涵与特征。
2. 阐释领导者、被领导者和领导情景三项影响领导有效性的决定性因素。
3. 应用领导的一般理论解释管理活动。

**【课程内容】**

1. 领导是管理的重要内容，理解领导和管理各自的内涵以及二者之间的关系。
2. 领导的三要素分别是什么？
3. 密歇根大学对领导行为的研究内容。
4. 俄亥俄州立大学确立的定规和关怀维度的含义以及对领导行为是如何划分的？
5. 费德勒权变领导理论的内容。
6. 路径-目标领导理论的内容。

**【重点、难点】**

1. 重点：领导行为理论。
2. 难点：情景领导模型。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授 结合 PPT 讲授领导的基本概念和一般理论。
2. 课堂讨论：权力的来源。

**【学习要求】**

1. 结合阅读材料，理解领导的概念、职能和领导力理论。
2. 结合权力来源，学习涵盖个人品格修养、专业知识和技能培养、沟通能力、团队合作能力等，以系统性地提升领导者自身的管理智慧和领导艺术。

**【复习与思考】**

1. 理解领导力，领导者和被领导者之间的关系。
2. 讨论如何提升自身的领导力。

**【学习资源】**

1. 学习强国《管理学原理》视频学习
2. 《管理学原理》马工教材自测习题

## 激励

### 【学习目标】

1. 解释激励的实质和激励理论。
2. 运用科学的方法对人的行为进行调节和激励。

### 【课程内容】

1. 理解激励的内涵，了解有代表性的人性的假设以及不同假设下的激励方法。
2. 马斯洛的需要层次理论的基本观点。
3. 双因素理论的内容和意义，准确理解保健因素和激励因素的内涵。
4. 公平理论的内容和不足之处。
5. 期望理论的内容。
6. 强化理论的主要观点，四种强化类型和应用原则。

### 【重点、难点】

1. 重点：行为强化理论的先进性和局限性。
2. 难点：过程激励理论。

### 【教学方法】

1. 课堂讲授 结合 PPT 讲授激励的基本概念、基本理论和激励方法。
2. 课堂讨论：人力资源经理的激励措施。

### 【学习要求】

1. 知道激励是什么。
2. 理解激励理论基本内涵。
3. 掌握激励方法。

### 【复习与思考】

1. 阅读学术论文《企业发展中遗忘的激励要素》（《管理世界》2003 年第 2 期），说说你的观点。
2. 案例分析：奥康公司对知识型员工的激励。讨论奥康公司所采取的的激励方法，如果你是奥康公司领导者，你如何去做。

### 【学习资源】

1. 学习强国《管理学原理》视频学习
2. 《管理学原理》马工教材自测习题

## 沟通

### 【学习目标】

1. 定义沟通的本质和功能。
2. 描述沟通过程。

3. 解释沟通如何在组织中实现最有效的传达。
4. 描述互联网与社交媒体如何影响管理沟通与组织。
5. 讨论如何成为更好的沟通者。

#### 【课程内容】

1. 组织文化的内涵及分类：从六个维度把握组织文化的本质：适应性、关注细节、结果导向、人本导向、团队导向和诚实守信。分类：按组织文化内在特征；对组织成员的影响；涵盖范围；权利集中度；文化、战略与环境配置分类。组织文化特征：精神性、系统性、相对稳定性、融合性。

2. 组织文化的影响因素：文化从哪里来以及如何延续：领导者素质、组织、高层管理者、社会化。

3. 组织文化的构成：物质层、制度层和精神层。

4. 组织文化的功能：导向、凝聚、激励和约束；反功能：变革的障碍；多样化障碍和并购障碍。组织文化如何影响管理者。

5. 组织文化的塑造。故事、仪式、物质象征和语言。

#### 【重点、难点】

1. 重点：组织文化的塑造过程。
2. 难点：组织文化的内涵。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授 结合 PPT 讲授组织文化的内涵及分类；组织文化的影响因素；组织文化的构成；组织文化的功能；组织文化的塑造。

2. 课堂讨论：使用组织文化的维度描述班级文化。

#### 【学习要求】

1. 知道组织文化是什么。
2. 理解文化从哪里来以及如何延续。
3. 知道组织文化的影响。
4. 学会如何向员工传播组织文化。

#### 【复习与思考】

1. 文化可能对组织不利吗？
2. 讨论强文化对组织和管理的影响。
3. 讨论员工学习组织文化的四种方式。

#### 【学习资源】

1. 学习强国《管理学原理》视频学习
2. 《管理学原理》马工教材自测习题

控制的类型与过程



**【学习目标】**

1. 阐释控制的内涵和类型。
2. 解释控制的原则和过程。

**【课程内容】**

1. 从多方面理解控制的内涵，掌握控制系统的构成。
2. 进行有效控制需要遵循哪些原则？
3. 理解不同的控制类型以及各自的优缺点。
4. 控制的过程包含哪些步骤？

**【重点、难点】**

1. 重点：控制的系统。
2. 难点：控制的过程。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授 结合 PPT 讲授控制的内涵和类型，原则和过程。
2. 课堂讨论：比较前馈控制与后馈控制的优缺点。

**【学习要求】**

查询相关资料，举例说明控制的类型和过程。

**【复习与思考】**

1. 案例讨论：毛泽东应对三大战役的战略控制。
2. 案例讨论：齐鲁石化公司的“信得过”管理。

**【学习资源】**

1. 学习强国《管理学原理》视频学习
2. 《管理学原理》马工教材自测习题

控制的方法和技术

**【学习目标】**

1. 设计层级控制、市场控制与团体控制三个层面的控制方法和质量控制方法。
2. 应用质量控制技术。

**【课程内容】**

1. 理解层级控制、市场控制与团体控制三类方法不同的控制逻辑。
2. 产品质量和工作质量之间的联系和区别。
3. 全面质量管理的基本要求、事实原则和基本方法。
4. 如何从管理哲学的高度来理解六西格玛管理方法。
5. 柔性对企业的重要性，以及柔性工作系统如何能提高企业的应变能力。

**【重点、难点】**

1. 重点：质量控制方法。
2. 难点：控制的过程。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授 结合 PPT 讲授控制的方法和技术。
2. 课堂讨论：奇迹半导体公司的变革。

**【学习要求】**

掌握控制的方法和技术是本专业的核心内容,要通过理论和实践相结合的方式系统地学习。

**【复习与思考】**

1. 拓展阅读： COSO 组织的内部控制框架及企业风险管理。
2. 案例讨论：奇迹半导体公司的变革。

**【学习资源】**

1. 学习强国《管理学原理》视频学习
2. 《管理学原理》马工教材自测习题

风险控制与危机管理

**【学习目标】**

1. 举例说明风险对企业经营的影响。
2. 阐释风险和危机之间的联系和区别。
3. 制定风险管理和危机管理方案（目标、内容和方法）。

**【课程内容】**

1. 风险管理目标具有两面性,风险管理不仅只为了应对风险发生后的影响,更应该深谋远虑,尽可能地消除、降低或转移风险事故的发生。

2. 为了更全面地识别出风险,需要重点关注哪些方面。
3. 有哪些风险控制策略,这些策略的实质是什么?
4. 风险和危机之间的关系。
5. 有效的危机反应和恢复过程应当包括哪些?

**【重点、难点】**

1. 重点：风险控制的过程和主要方法。
2. 难点：风险控制的策略。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授 风险控制的过程和主要方法。
2. 课堂讨论：我国电力工业风险的管理现状。

**【学习要求】**

1. 阅读相关参考资料,理解健全的财务管理制度、加强财务风险管理、控

制成本和提高效率、多元化经营等措施对于风险控制的重要性。

2. 结合案例，学习制定危机管理计划，定期检查风险控制措施的执行等风险控制方案。

#### 【复习与思考】

1. 案例分析：我国电力工业风险的管理现状。
2. 案例分析：强生毒素事件的危机管理。

#### 【学习资源】

1. 学习强国《管理学原理》视频学习
2. 《管理学原理》马工教材自测习题

### 创新原理

#### 【学习目标】

1. 举例说明创新的必要性和重要性。
2. 阐述不同的组织创新类型和创新逻辑。

#### 【课程内容】

1. 如何理解创新的内涵。
2. 如何理解管理工作的维持与创新关系。
3. 如何理解创新和管理的其他职能之间的关系。
4. 分别从形式角度、过程角度和要素角度对创新进行不同的考察。
5. 创新的动力来源。
6. 创新管理决策主要涉及到哪些方面。
7. 创新领导过程。
8. 创新评估方法和技术。

#### 【重点、难点】

1. 重点：创新管理决策。
2. 难点：创新评估方法和技术。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授：创新的基本概念和基本理论。
2. 课堂讨论：上海施贵宝公司的管理创新。

#### 【学习要求】

1. 阅读相关参考资料，全面学习领会创新理论和技能。
2. 结合案例，掌握创新方法和技术，头脑风暴、6W1H、TRIZ 理论。

#### 【复习与思考】

1. 拓展阅读：学术论文《中国企业管理创新的驱动力——兼与西方企业的比较》（《管理世界》2005 年第 1 期）。

2. 案例讨论：上海施贵宝公司的管理创新。

**【学习资源】**

1. 学习强国《管理学原理》视频学习
2. 《管理学原理》马工教材自测习题

组织创新

**【学习目标】**

1. 解释组织创新的主要模式和变革中的障碍。
2. 举例说明学习型组织。

**【课程内容】**

1. 组织变革的模式和四条路径。
2. 组织变革的障碍。
3. 组织变革过程中的管理。
4. 工业社会和后工业社会组织结构的变化和创新。
5. 企业知识理论。
6. 知识创新的模式， 知识创新的五个阶段。
7. 组织学习的中断和智障。

**【重点、难点】**

1. 重点：组织学习和组织修炼的基本观点。
2. 难点：制度结构创新。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授：组织创新的基本概念和基本理论。
2. 课堂讨论：格力电器的技术创新。

**【学习要求】**

1. 阅读相关参考资料，系统学习创新理论知识， 了解创新的本质、过程与模式， 掌握创新方法。
2. 掌握创新思维方法和工具， 培养创新意识。

**【复习与思考】**

1. 案例分析：格力电器的技术创新。
2. 阅读《第五项修炼》（[美]彼得·圣吉）并完成读后感。

**【学习资源】**

1. 学习强国《管理学原理》视频学习
2. 《管理学原理》马工教材自测习题

## 五、实践教学安排

《管理学原理》课程主要以理论教学为主，通过学习，让学生对管理学有初步的认识，了解管理学的产生与发展历程，明确管理学的研究对象和学习方法是什么，为什么要学习管理学。同时，积极参加社会实践，通过案例分析、模拟解决实际问题，形成心得体会，提升学生对解决实际问题能力和简单的调研能力。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核方式包括：课堂表现、平时作业、课堂笔记等，过程性评价主要是根据学生在整个课程教学过程中的表现来完成，如学生的到课率、课堂参与的积极性主动性、课程作业完成情况、日常学习的记录等。

期末考核采用闭卷考试。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1：扎实人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。	管理的内涵与本质、管理理论的历史演变、决策与决策过程、决策的实施与调整、组织设计、人员配备、组织文化 30%	课堂笔记、课堂表现、小测验、期末考试
课程目标 2：掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。	沟通、领导的一般理论、激励 40%	课堂讨论、实践表现、作业、期末考试
课程目标 3：理解会展业在国民经济中的重要性，掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。	环境分析与理性决策、环境分析与理性决策、控制的类型与过程控制的方法与技术、风险控制与危机管理、创新原理、组织创新 30%	作业、实践、讨论、期末考试

## 七、成绩评定

### （一）评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩=（课堂表现×40%+平时作业×40%×读书笔记×20%）×30%+期末考试成绩×70%

## 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现：根据学生到课率、课堂参与程度与质量量分。

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量、平时小测验等进行评价。

(3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

## 3. 期末成绩评定

根据期末闭卷考试卷面成绩评定。

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
4	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写比较整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
管理学	管理学编辑组	高等教育出版社	2019.1	是	

## 九、主要参考书目

[1] 苏勇. 改变世界——中国杰出企业家管理思想精粹. 北京: 企业管理出版社. 2016

[2]梁漱溟. 中国文化要义. 上海: 上海人民出版社. 2018

[3]彼得·德鲁克. 卓有成效的管理者. 北京: 机械工业出版社. 2005

[4]彼得·圣吉. 第五项修炼. 上海: 上海三联书店. 1997

[5]丹尼尔·A·雷恩. 管理思想史. 北京: 中国人民大学出版社. 2009

## 十、课程学习建议

1. 理解核心概念。要牢牢掌握管理学中的核心概念,如计划、组织、领导、控制等管理职能,以及管理过程、组织文化等重要理论。

2. 联系实际案例。通过分析案例将所学理论与实际管理情况结合,有助于加深对知识点的理解和运用。课程通常会安排案例分析环节,同学们可以积极参与讨论。

3. 项目实践锻炼。最好能够以小组为单位,通过模拟管理项目来实践所学的管理理论和方法。这样可以培养解决实际问题的能力。

4. 主动学习互动。上课时要积极思考、主动提问,与同学、老师进行互动交流。管理学很多知识需要通过案例讨论、头脑风暴等方式深入理解和吸收。

5. 利用学习资源。可以参考教材之外的管理学习丛书、视频课程等资源。互联网上也有很多优质的公开课供参考。

总之,要主动学习、理论联系实际,才能真正掌握好管理学原理这门富有挑战的课程。







# 会展经济与管理专业

## 《专业导论》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《专业导论》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	专业导论 Professional Introduction		
课程编码	231510601B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	无	修读学期	第一学期
课程类别	专业基础课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	0.5	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	8 学时（理论学时 8，实践学时 0）		
执笔人	申磊	审核人	李静

## 二、课程简介

本课程是会展经济与管理专业的学科专业基础课程，是一门引领学生步入该领域、了解该专业的基础性课程。本课程为会展经济与管理专业的前导性课程，对学生了解自己所学专业的背景、课程设置、毕业生能力和素质要求及未来工作去向起到引导性作用，使学生明确大学阶段专业学习目标。通过本课程使刚进入大学不久的一年级学生了解学科的基本理念、专业范围、发展趋势及主要研究方向；使学生更为清晰地认识该专业的定位并树立牢固的专业思想；了解会展专业学习的任务与重点、确立自己的学习目标和努力方向。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：把握会展业发展的最新信息，对会展前沿动态有基本认知。领会会展专业课程设置、人才培养方向、实践教学活动开展内容、专业核心能力和主要就业岗位群，明确我国会展业的市场化发展与会展人才的培养问题。

#### 【毕业要求 2.2】

课程目标 2：具备自我发展、终生学习的观念和能力，具有良好的职业道德，健康的心理素质，为以后学习其它专业课程和从事实际工作奠定基础。【毕业要求 9.1】

## (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能,了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	持续发展	9.1 能认识到自主学习和终身学习的重要性,并养成持续学习能力。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
会展专业概况	课程目标 1	课堂讲授、问题导向法	4
专业学习	课程目标 1、2	课堂讲授、讨论法	4
合计			8

### (二) 课程内容

#### 会展专业概况

##### 【学习目标】

1. 知道会展专业相关行业背景、国内会展专业设置及发展情况、本专业招生及就业状况分析;领会专业核心研究对象——会展活动的内容。

2. 对会展前沿动态有基本认知。

##### 【课程内容】

1. 会展经济与管理专业概况
2. 专业核心研究对象——会展活动
3. 专业就业

##### 【重点、难点】

1. 重点: 专业相关行业背景分析,会展概况
2. 难点: 专业核心研究对象——会展活动

##### 【教学方法】

1. 课前导学(布置课前学习任务)
2. 课中探究(问题导入、重点讲解、课堂讨论、小结)
3. 课后拓展(布置作业)

##### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲,积极思考并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记,思考课上内容

### 【复习与思考】

1. 你理解的会展是什么？
2. 你身边有哪些会展活动？请举例说明。

### 【学习资源】

哔哩哔哩观看《秒懂百科——会展经济与管理专业》

推荐关注微信公众号：中国会展、中外会展 CICE、第一会展、会展 BEN

微信公众文章：《什么是会展？》《关于会展和活动的辨析》《会展与会展产业》

## 专业学习

### 【学习目标】

1. 把握会展产业对从业人员的核心素质要求，正确认识知识、素质与能力的辩证关系，知道我系人才培养方案及专业人才培养情况，掌握专业学习方法。
2. 培养自我发展、终生学习的观念和能力，具有良好的职业道德，健康的心理素质。

### 【课程内容】

1. 会展产业对从业人员的核心素质要求
2. 知识、素质与能力的辩证关系
3. 我系人才培养情况
4. 专业学习方法

### 【重点、难点】

1. 重点：把握会展产业对从业人员的核心素质要求，掌握专业学习方法
2. 难点：会展产业对从业人员的核心素质要求，知识、素质与能力的辩证关系

### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（问题导入、重点讲解、课堂讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，思考课上内容

### 【复习与思考】

1. 会展从业人员需要具备哪些素质？
2. 你将如何进行专业学习？请做详细规划。

### 3. 如何查找会展专业资料？

#### 【学习资源】

推荐关注微信公众号：活动研究、会展学研究、张凡的会展洞察

微信公众号文章：《会展专业培养什么样的人？》《会展人的五种工作角色》《专业学习的五条捷径》《在哪里可以找到会展文献？》《会展专业学生的职场定位与未来发展》

## 五、实践教学安排

1. 实践教学学时：0 学时

2. 课外实践方式：会展前沿动态搜集与讨论。

3. 课程学习成果展示：课堂展示，在课堂教学过程中，学生分组进行分享与汇报，启发学生理论结合实践。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、读书笔记。

期末考核采用论文考查。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	会展专业概况、专业学习，占比50%	课堂表现、平时作业、期末考试、读书笔记
课程目标 2	专业学习，占比50%	课堂表现、平时作业、期末考试、读书笔记

## 七、成绩评定

### （一）评定方式

1. 总成绩评定

总成绩=（课堂表现×20%+平时作业×50%+读书笔记×30%）×50%+期末成绩评定×50%

2. 平时成绩评定

（1）课堂表现：根据学生到课率、课堂参与程度与质量评分。

（2）平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量进行评价。

(3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

### 3. 期末成绩评定

期末成绩以论文形式考查。

优（90-100分）：见解独特、论证严密、论据充分，系统性、条理性强；论文的重点和中心突出、结构严谨、层次清楚；能运用所学知识分析、说明、解决问题；论证过程合理，结论自然；语言标准、简洁、流畅，并有一定文采；格式规范，无抄袭。

良（80-89分）：论证过程合理、结构自然，层次较清楚，语言基本通顺；有较强的系统性和条理性；文章结构合理、条理清楚、中心和重点突出；格式规范，论点明确，论据充分，无抄袭。

中（70-79分）：论文观点尚正确，论文基本上达到文从字顺的要求；论证过程有不太合理之处，有结论，层次可辨；格式规范，论点基本清楚，有论据，使用恰当；语言有部分错误。无抄袭。

及格（60-69分）：论文观点无明显错误；行文格式较规范；立论基本明确，能围绕立论进行论证，并有一定说服力；有论据，论证过程含混较多，结论较牵强，层次不太清楚；语言错误较多；无抄袭。

不及格（0-59分）：格式不规范，论点含混不清，论据使用错误，无说服力；论证过程含混。

## （二）评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。

3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写比较整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。
---	------	-----------------------	-------------------------	---------------------------	-------------------------	--------------------

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
无					

## 九、主要参考书目

- [1]张义，杨顺勇. 会展导论. 上海：复旦大学出版社. 2009.
- [2]许传宏. 会展创意设计源流. 北京：清华大学出版社，2019.
- [3]（西）费尔南德斯编著，古颖译. 会展活动的创意与设计. 上海：上海人民美术出版社，2016.

## 十、课程学习建议

1. 明确学习目标，课前做好预习，带着问题进入课堂，保证课堂效果。
2. 在课程内容的学习上，结合会展活动案例对基本概念和基础理论进行理解和掌握。课后要搜集身边的会展活动案例，运用所学知识进行分析及并归纳总结。
3. 要关注会展行业动态，找寻学习资源，在学习过程中遇到问题时，可以利用网络平台学习资源等方式解决问题。







# 会展经济与管理专业

## 《微观经济学》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《微观经济学》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	微观经济学 Microeconomics		
课程编码	231510102B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	高等数学 IIII	修读学期	第三学期
课程类别	专业基础课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	3	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	48 学时（理论学时 48，实践学时 0）		
执笔人	陈文慧	审核人	申磊

## 二、课程简介

《微观经济学》是西方经济学的两个组成部分之一，是管理学学科的专业基础课程，具有涉及知识领域广、知识逻辑性和综合性强的特点。本课程使学生掌握市场运行机制和资源优化配置的基本原理和各微观主体利益最大化行为的基本条件和原则，了解政府对微观经济行为激励和约束的效应，熟悉微观经济变量之间的关系，了解现代西方微观经济学的最新进展，以便运用所学理论和方法解释现实中厂商和消费者行为背后的基本动机，预测微观经济因素变化可能带来的经济行为结果和对资源配置效率的影响，指导企业经营管理实践，评价政府微观经济政策的影响。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：掌握微观经济学基础理论知识，加强对消费者、生产者、市场等个量行为的理解。【毕业要求指标点 2.1】

课程目标 2：掌握微观分析的工具与方法，并将其用于不同经济主体分析，并能够提出对策和建议，形成解决方案。【毕业要求指标点 2.2】

课程目标 3：能够借助现代分析工具进行自主学习，形成专业敏感性，进行深入研究与创新。【毕业要求指标点 4.1】

课程目标 4：了解微观经济学在实践中的具体应用，把握产业发展规律，

加强国家意识,有效传导正确的价值在追求和理想信念。【毕业要求指标点 4.2】

## (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实的人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法
课程目标 2	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能,了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 3	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性,掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 4	应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中,将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
导论	课程目标 1	讲授法、问题导向法、讨论式教学法	4
需求、供给和均衡价格	课程目标 3	讲授法、问题导向法、讨论式教学法	8
消费者选择	课程目标 4	讲授法、问题导向法、讨论式教学法	8
企业的生产和成本	课程目标 3	讲授法、问题导向法、讨论式教学法	8
市场理论	课程目标 2	讲授法、问题导向法、讨论式教学法	8
生产要素市场和收入分配	课程目标 2	讲授法、问题导向法、讨论式教学法	6
市场失灵和微观经济政策	课程目标 4	讲授法、问题导向法、讨论式教学法	6
合计			48

### (二) 课程内容

#### 导 论

##### 【学习目标】

1. 概述现代西方经济学的由来和演变过程,对西方主流经济学的思想演变经历有一个大致的认识。

2. 解释西方经济学的双重性质、西方经济学的研究起点;归纳西方经济学的方法论;总结西方经济学的研究方法和如何学习西方经济学。

3. 识记西方经济学的研究对象,罗列微观经济学和宏观经济学的区别;区分实证经济学和规范经济学的不同。

### 【课程内容】

1. 什么是西方经济学；
2. 西方经济学的产生和发展；
3. 西方经济学的研究对象与研究方法；
4. 怎样学习西方经济学

### 【重点、难点】

**重点：**西方经济学的内涵及外延、稀缺性的含义、西方经济学的研究对象以及学习西方经济学的态度西方经济学的研究对象；如何科学地学习西方经济学。

**难点：**经济学的研究方法、实证经济学与规范经济学的区别、实证分析方法中假设与理论的关系。

### 【教学方法】

1. 讨论式教学：案例讨论，引出本章学习内容
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解
3. 问题导向式：向学生提问重点、难点知识，并对重难点进行深度分析

### 【学习要求】

学生提前预习并做基本的知识储备；课堂中积极参与教学过程；课后复习

### 【复习与思考】

1. 什么是经济学，资源的稀缺性和选择性假定的意义何在？
2. 机会成本与你原来理解的成本有何联系和区别？
3. 微观经济学和宏观经济学有何区别？

**【学习资源】**延伸阅读：两个基本假设（熊秉元：《不完美的世界——熊秉元经济学十五讲》，东方出版社 2018 年版第 35-37 页）

需求、供给和均衡价格

### 【学习目标】

1. 记忆供求概念、供求函数
2. 描述经济模型的结构、蛛网模型
3. 说明影响供给和需求的因素、从单个消费者的需求到市场需求和从单个生产者的供给到市场供给
4. 划分需求变化与需求量变动、供给变化与供给量变动
5. 计算需求价格弹性、交叉弹性、收入弹性和供给价格弹性并解释结果
6. 分析市场均衡条件下的支持价、限制价，税收效应。

### 【课程内容】

1. 需求

2. 供给
3. 市场均衡（其中：经济模型的结构和一个动态经济模型可以拓展学习）
4. 弹性
5. 供求分析的应用事例；
6. 本章评析

#### 【重点、难点】

重点：供求曲线、供求定理、均衡价格，需求弹性的含义与弹性系数的计算、需求弹性与总收益的关系、弹性和税收的分摊、供求理论评析

难点：需求变动与需求量变动的区别、供给变动与供给量变动的区别、蛛网理论、如何将弹性概念与斜率和导数等联系起来

#### 【教学方法】

1. 案例讨论式教学：案例讨论，引出本章学习内容
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解
3. 问题导向式：以问题带动学生学习主动性
4. 课后布置作业，督促学生及时复习和反馈

#### 【学习要求】

学生课堂中积极参与教学讨论；课后按时完成作业进行复习巩固

#### 【复习与思考】

1. 需求和供给的变动对均衡价格、均衡数量产生怎样的影响？
2. 何为需求价格弹性？需求价格弹性的大小与销售收入变动有何关系？
3. 运用供求曲线和弹性理论，分析粮食丰收了为什么农民收入反而可能下降？依此分析你认为政府应对农业实施怎样的保护政策？

#### 【学习资源】

钮文新：《注重需求和供给的辩证关系 认真领会中共中央政治局会议精神》，《中国经济周刊》2023（14）。

### 消费者选择

#### 【学习目标】

1. 归纳基数效用论、序数效用论
2. 记忆效用、总效用、边际效用、消费者剩余
3. 描述边际效用递减规律、效用最大化原则
4. 解释无差异曲线与预算线及各自特点
5. 演示消费者均衡的图形分析和均衡条件

#### 【课程内容】

1. 效用理论概述；

2. 无差异曲线;
3. 预算约束线;
4. 消费者均衡;
5. 价格变动的替代效应和收入效应;

**【重点、难点】**

重点：效用、总效用与边际效用、边际效用递减规律、消费者剩余，无差异曲线及其特点、边际替代率，预算约束线及其变动，消费者均衡的公式和用图形说明消费者均衡，消费者选择理论的评析。

难点：效用最大化原则，特殊的无差异曲线，收入和价格变动对消费者均衡的影响，价格变动的替代效应和收入效应，不确定性和风险。

**【教学方法】**（此处详细说明如何组织教学）

1. 讨论式教学：案例讨论，引出本章学习内容
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解
3. 问题导向式：向学生提问重点、难点知识，并对重难点进行深度分析

**【学习要求】**

课前预习做好知识点储备，积极参与课堂讨论，完成课后阅读

**【复习与思考】**

1. 根据基数效用理论，边际效用与总效用的关系是怎样的？
2. 序数效用论是如何通过对消费者效用最大化均衡的分析，进一步推导需求曲线的？

**【学习资源】**

视知 TV 网络视频：职场经济学“为什么公司加薪越频，你的干劲儿越低？”  
企业的生产和成本

**【学习目标】**

1. 回忆生产、企业组织、企业决策含义、企业筹资方式
2. 描述总产量、边际产量和平均产量含义及生产扩展曲线
3. 区分企业的短期和长期
4. 描述总产量、平均产量和边际产量之间的关系及其生产的三个阶段
5. 定义经济学中的成本概念
6. 描述边际报酬递减规律、等产量线及性质、边际技术替代率
7. 描述等成本线及其变动
8. 演示生产要素最优组合的条件及图形分析

**【课程内容】**

1. 企业

2. 生产函数
3. 短期生产函数
4. 长期生产函数
5. 短期成本函数
6. 长期成本函数
7. 本章评析

#### 【重点、难点】

重点：是短期和长期生产函数，边际报酬递减规律，平均产量与边际产量的关系，等产量线及其性质，边际替代率及其递减规律，等成本线，经济学中的成本，短期成本和长期成本概念

难点：两种生产要素最优组合的公式与图形，短期成本和长期成本的变动规律，短期平均成本与长期平均成本的关系，规模经济和长期平均成本曲线的形状。

#### 【教学方法】

1. 案例讨论式教学：案例讨论，引出本章学习内容
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解
3. 问题导向式：以问题带动学生学习主动性
4. 课后布置作业，督促学生及时复习和反馈

#### 【学习要求】

学生课堂中参与小组讨论；课后按时完成作业进行复习巩固

#### 【复习与思考】

1. 用边际报酬递减规律分析企业为何不能无限制地增加某一种生产要素。
2. 分析在一种可变投入生产函数下 TP、AP、MP 曲线之间的关系，说明在短期内企业对劳动要素的使用量并非越少越好。
3. 运用图形分析厂商在两种可变投入生产函数下，如何实现资本与劳动要素的最佳组合？

#### 【学习资源】

《西方经济学》精要与案例解析 案例 3.5 “机会成本与成本收益分析：只有一位乘客的航班与中国古典智慧”

《西方经济学》精要与案例解析 案例 3.6 “规模经济：证券公司规模扩张”  
市场理论

#### 【学习目标】

1. 记忆市场结构及其划分依据；识别完全竞争、完全垄断、垄断竞争和寡头垄断厂商的特征

2. 描述完全竞争企业利润最大化的均衡、垄断竞争企业利润最大化的均衡、寡头企业利润最大化的均衡、完全垄断企业利润最大化的均衡

3. 讨论博弈模型中的决策

#### 【课程内容】

1. 企业收益、市场结构和利润最大化

2. 完全竞争企业的短期均衡

3. 完全竞争企业和市场的长期均衡

4. 垄断的形成原因与市场均衡

5. 垄断竞争、寡头的市场均衡、博弈分析

6. 本章评析

#### 【重点、难点】

重点：企业利润最大化的必要条件，为什么做到了边际收益与边际成本相等短期内企业仍然可能亏损；理解正常利润（盈亏平衡）；理解竞争市场中企业在长期中只能做到收支相抵；垄断企业的收益与价格歧视

难点：理解供给曲线与边际成本之间的关系；为什么长期市场供给曲线有可能是向右下方倾斜的；不同市场结构的静态和动态比较

#### 【教学方法】

1. 回顾之前相关内容，由供给需求引出市场理论

2. 讲授法：对各个知识点进行讲解，难点重点适当强调。

3. 案例讨论：结合案例，让学生领会运用知识重点分析问题

4. 问题导向式：向学生提问，鼓励发言，调到课堂气氛

#### 【学习要求】

结合前几章需求供给的知识进行预习，积极参与课堂案例讨论，及时回顾课堂内容。

#### 【复习与思考】

1. 分析完全竞争厂商的短期均衡，并说明完全竞争厂商的短期供给曲线。

2. 试述厂商实现最大利润的原则，并谈谈你的看法。

3. 试述完全竞争厂商的长期均衡并评价其效率。

4. 试述垄断竞争厂商的两条需求曲线的含义及相互关系。

5. 短期均衡时，完全竞争厂商与完全垄断厂商有何不同？

6. 为什么垄断厂商的需求曲线是向右下方倾斜的？说明相应的 AR 曲线和 MR 曲线的特征及关系。

#### 【学习资源】

1. 哔哩哔哩网站视频资料“从可口可乐和星巴克咖啡看垄断竞争”



2. 延伸阅读：《进击与失意中我国家电行业的魂与根》，《家电科技》2020  
(11)

### 生产要素市场和收入分配

#### 【学习目标】

1. 记忆劳动、资本、土地等要素供给及其特点
2. 定义劳动供给、闲暇需求、资本和利息、地租与准地租
3. 描述劳动、资本、土地等要素价格决定机制

#### 【课程内容】

1. 完全竞争和要素需求
2. 要素供给的一般理论
3. 劳动和工资的决定
4. 土地和地租
5. 资本和利息
6. 本章评析

#### 【重点、难点】

重点：要素的边际收益、劳动市场的均衡与工资的决定、土地的供求与地租的决定、资本市场的需求和供给。

难点：完全竞争市场的要素需求曲线、预算线-无差异曲线分析、劳动供给均衡、资本供给和垄断条件下要素使用量和价格的决定。

#### 【教学方法】

1. 案例教学：案例分析，引出本章学习内容
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解，重点、难点知识进行深度分析
3. 讨论式教学：学生举例说明自己看到的收入分配问题，进行小组讨论

#### 【学习要求】

知识点贯通性学习，结合现实经济思考市场结构类型

#### 【复习与思考】

1. 要素使用原则和利润最大化原则有何关系？
2. 简析完全竞争厂商使用要素的原则。
3. 简述单个劳动的供给曲线的特征、含义、原因。
4. 简述资本供给曲线与均衡利率的形成。

#### 【学习资源】

1. 哔哩哔哩网站视频：日本的房地产泡沫
2. 许永明：《中国利率的市场化改革》中共山东省委党校 2016 年硕士论文。

### 市场失灵和微观经济政策

### 【学习目标】

1. 解释垄断与低效率的关系
2. 定义外部性的含义、信息不对称、收入分配平等
3. 描述对垄断的公共管制、针对外部性的政策
4. 解释公共物品与市场失灵
5. 描述针对公共物品供给的微观政策
6. 描述针对信息不完全和不对称的微观政策
7. 描述收入不平等的度量，解读当前我国社会收入分配政策

### 【课程内容】

1. 垄断（该部分可以在市场结构理论中结合讲授）
2. 外部性
3. 公共物品和公共资源
4. 信息不完全和不对称
5. 收入分配中的不平等
6. 本章评析

### 【重点、难点】

重点：市场失灵的原因、为什么正外部性导致产量过少而负外部性会导致产量过多、公共物品和外部性之间的联系、如何理解逆向选择和道德风险、政府如何纠正市场失灵。

难点：利用经济学术语从理论上理解“搭便车”行为、为什么边际社会成本等于边际社会收益是帕累托最优的条件。

### 【教学方法】（此处详细说明如何组织教学）

1. 讨论式教学：案例讨论，引出本章学习内容
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解

### 【学习要求】

课前预习积累基本知识，课堂积极参与教学讨论，联系实际经济生活理解思考本章知识理论。

### 【复习与思考】

1. 什么为帕累托最优状态？试述实现帕累托最优的主要条件。
2. 试述市场失灵的原因及其矫正。
3. 外部影响是如何导致市场失灵的？你对运用“科斯定理”解决我国环境污染问题有何看法？

### 【学习资源】

1. 网文：致寒门学子：学历的本质是“发信号”（[baidu.com](http://baidu.com)）

2.周黄河：《垄断时代——微软垄断案解析》，《现代商业》，2009（8）

## 五、实践教学安排

小组调研一座城市、一个村庄、一个企业或一个工厂的经济情况，课堂十分钟汇报展示，以巩固课程学习内容、提升学生实践运用能力。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。过程性考核方式（平时成绩）包括上课考勤、课堂表现、平时作业、课堂笔记四方面。期末考核采用闭卷考试。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	西方经济学的双重性质、西方经济学的研究起点；西方经济学的方法论、西方经济学的研究对象、微观经济学和宏观经济学的区别。占比10%	课堂表现、期末考试
课程目标 2	市场结构及其划分依据；完全竞争、完全垄断、垄断竞争和寡头垄断厂商的特征；完全竞争企业利润最大化的均衡；博弈模型中的决策；劳动、资本、土地等要素供给及其特点；劳动、资本、土地等要素价格决定机制。占比20%	课堂表现、期末考试、课堂笔记
课程目标 3	供给与需求原理、经济模型的结构、影响供给和需求的因素、从单个消费者的需求到市场需求和从单个生产者的供给到市场供给、需求变化与需求量变动、供给变化与供给量变动、需求价格弹性、交叉弹性、收入弹性和供给价格弹性的计算、价格政策与税收政策；企业、总产量、边际产量和平均产量含义与计算、企业的短期和长期、总产量与平均产量以及边际产量之间的关系及其生产的三个阶段、边际报酬递减规律、等产量线及性质、边际技术替代率、生产要素最优组合的条件及图形分析。占比40%	课堂表现、期末考试、平时作业
课程目标 4	基数效用论、序数效用论、效用、总效用、边际效用、消费者剩余；边际效用递减规律、效用最大化原则；无差异曲线与预算线及各自特点；消费者均衡的图形分析和均衡条件；垄断、外部性、信息不对称、收入分配平等；市场失灵；针对公共物品、信息不完全、收入不平等的微观政策。占比30%	期末考试、平时作业

## 八、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩=过程性考核×30%+期末考试成绩×70%

#### 2. 平时成绩评定

平时成绩主要依据过程性考核评定，主要有以下考核方面：

(1) 课堂表现，即一是学生到课率的考察；二是学生主动参与课堂练习和讨论，创造性地提出问题的能力。

(2) 平时作业：学生平时作业提交次数及完成质量。

(3) 读书笔记：总结回顾教学内容、复习相关知识点的基础上，阅读相关名家经典书籍或报纸期刊，自我构建经济学原理框架体系。

#### 3. 期末成绩评定

(1) 课堂表现占平时成绩的40%，即占总成绩的12%

(2) 平时作业占平时成绩的40%，即占总成绩的12%

(3) 读书笔记占平时成绩的20%，即占总成绩的6%

(4) 期末卷面考试成绩为占总成绩的70%

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言。	听课很不认真，不互动也不发言。
2	作业完成情况	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	笔记字迹工整、内容全面、逻辑层次分明，重难点突出，也有自己的独立思考	笔记字迹工整、内容全面、逻辑层次分明。	笔记字迹工整、内容全面，已涵盖基本知识点。	笔记字迹工整、内容基本完整，但未涉及经济学基本知识。	课堂笔记字迹潦草，内容不完整。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
西方经济学（上册）	《西方经济学》编写组	高等教育出版社	2019	是	

## 九、主要参考书目

- [1]高鸿业. 微观经济学原理. 北京：中国人民大学出版社. 2014.
- [2]马歇尔. 经济学原理. 长沙：湖南文艺出版社. 2014.
- [3]曼昆. 经济学原理（第六版）. 北京：北京大学出版社. 2009.

## 十、课程学习建议

综合使用互联网、新媒体等信息技术，关注我国经济发展热点以及我国政府经济政策，了解世界经济发展局势；学会以经济学视野去观察经济现象、发现经济问题，分析经济政策。





# 会展经济与管理专业

## 《管理信息系统》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《管理信息系统》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	管理信息系统	Management Information System	
课程编码	231510604B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	管理学原理、计算机基础	修读学期	第三学期
课程类别	专业基础课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 32，实践学时 0）		
执笔人	白瑞芸	审核人	申磊

## 二、课程简介

本课程是会展经济与管理专业的必修专业基础课程，是一门综合了管理科学、信息科学、系统科学、行为科学、计算机科学和通信技术的新兴边缘学科。本课程注重于开发出满足用户需要的管理信息系统软件所依据的理论、方法、原则和工具，并结合管理工作实际，对管理信息系统软件开发过程进行计划、组织、协调和控制。本课程理论性较强，是数智化时代必学的思维与方法，可采用多媒体教学激发学生兴趣、启发式教学引导学生思维。通过本课程的学习，使学生了解管理信息系统基本概念和原理，掌握管理信息系统分析、设计、实施和评价的方法；把握科技的因素、人的因素、社会的因素在实现和发展管理信息系统中的重要作用；理论与实际相结合，对当代大学生关心的实际问题予以科学的有说服力的解答，帮助学生坚定社会主义、共产主义的理想信念。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：在教师的指导下，明确旅游管理信息系统开发的相关理论，掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。【毕业要求 2.2】

课程目标 2：在教师的指导下，熟悉信息系统的开发方法、开发过程（即系统分析、设计、实施等）。通过课堂讲授，不断提高问题的剖析、理解、内化并对外输出的能力，增强思辨能力和逻辑思维能力。对系统设计中的复杂问



题，能够提出合理的解决方案。【毕业要求：4.2】

课程目标 3：深入理解和掌握信息系统规划、分析、设计、实现、运行维护等原理，具有开发信息系统的的能力，能够运用恰当的管理信息系统，用于会展服务与管理。【毕业要求 5.1】

课程目标 4：让学生知道各类信息系统的特点及使用情况，并掌握在网络环境下信息系统分析、设计和实现的特点及开发方法和开发策略。能够在行业实践中把握科技的因素、人的因素、社会的因素在实现管理信息系统中的重要作用，信息安全意识强。【毕业要求：5.2】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中，将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。
课程目标 3	信息素养	5.1 能够运用恰当的现代信息技术工具，用于会展服务与管理。
课程目标 4	信息素养	5.2 能够应用旅游管理及会展专业研究工具从事会展行业相关专业实际业务，信息安全意识强。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
旅游管理信息系统概述	课程目标 1	讲授法、案例分析法、讨论法	8
旅游管理信息系统开发与应用基础	课程目标 1	讲授法、讨论法	2
旅游管理信息系统的战略规划与开发方法	课程目标 1	讲授法、案例分析法、讨论法	4
饭店管理信息系统分析与设计	课程目标 1、2	讲授法、案例分析法、讨论法	8
旅行社管理信息系统设计与实例	课程目标 1、2	讲授法、案例分析法、讨论法	5
电子商务在旅游业中的应用	课程目标 3、4	讲授法、案例分析法	1
旅游地管理信息系统	课程目标 3、4	讨论法、作业	4

分析与设计			
合计			32

## (二) 课程内容

### 旅游管理信息系统概述

#### 【学习目标】

1. 明确管理和信息、旅游管理信息系统的特点与功能、旅游管理信息系统的结构。

2. 分析旅游管理信息系统的开发在用户中的作用。

#### 【课程内容】

1. 管理和信息
2. 旅游管理信息系统的概念、特点和功能
3. 旅游管理信息系统的结构
4. 旅游管理信息系统的开发
5. 旅游信息化发展对旅游业的影响

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游管理信息系统的特点、功能与结构
2. 难点：旅游管理信息系统的开发、旅游信息化发展对旅游业的影响

#### 【教学方法】

采用讲授法、案例分析法等方法进行课程教学，讲清楚旅游管理信息系统的特点、功能与结构。通过案例分析的方法，引导学生明确旅游信息化发展对旅游业的影响。

#### 【学习要求】

1. 查阅相关资料，了解旅游管理信息系统发展情况。
2. 查阅相关资料，熟悉旅游信息化发展对旅游业的影响。

#### 【复习与思考】

你熟悉旅游管理信息系统有哪些？

#### 【学习资源】

于世宏、关兵. 旅游管理信息系统[M]. 北京理工大学出版社. 2022. 08

#### 旅游管理信息系统开发与应用基础

#### 【学习目标】

1. 知道通信与网络及数据资源管理技术
2. 掌握旅游管理信息系统开发的软硬件平台要求。

#### 【教学内容】

1. 支持旅游管理信息系统开发的软、硬件平台

## 通信与网络

### 2. 数据资源管理技术

#### 【重点、难点】

1. 重点：网络拓扑结构
2. 难点：网络拓扑结构

#### 【教学方法】

采用课前导学、讲授、讨论等方法进行课程教学。

#### 【学习要求】

回顾《计算机基础》所学知识，预习课程内容。

#### 【复习与思考】

网络拓扑结构有哪些？

#### 【学习资源】

于世宏、关兵. 旅游管理信息系统[M]. 北京理工大学出版社. 2022. 08  
旅游管理信息系统的战略规划与开发方法

#### 【学习目标】

1. 知道旅游管理信息系统战略规划的方法
2. 明确旅游管理信息系统开发的方法

#### 【教学内容】

1. 旅游管理信息系统战略规划概述
2. 旅游管理信息系统规划
3. 旅游管理信息系统开发方法

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游管理信息系统的战略规划与系统的开发方法
2. 难点：旅游管理信息系统的开发方法

#### 【教学方法】

采用课前导学、讲授、案例分析、讨论等方法进行课程教学。

#### 【学习要求】

查阅相关资料，分析旅游管理信息系统的开发方法有哪些。

#### 【复习与思考】

1. 原型法的主要思路是什么？
2. 生命周期法的主要内容有哪些？

#### 【学习资源】

于世宏、关兵. 旅游管理信息系统[M]. 北京理工大学出版社. 2022. 08  
饭店管理信息系统分析与设计

**【学习目标】**

1. 分析饭店宾客信息流程。
2. 掌握饭店管理信息系统的功能需求、信息流程分析及饭店管理信息系统的设计原则与内容。

**【教学内容】**

1. 饭店管理信息系统概述
2. 饭店宾客信息流程分析及其管理
3. 饭店管理信息系统的功能需求
4. 饭店管理信息系统的信息流程分析
5. 饭店管理信息系统的设计原则
6. 饭店管理信息系统设计内容

**【重点、难点】**

1. 重点：饭店管理信息系统的功能需求、信息流程分析、设计原则与设计内容
2. 难点：饭店管理信息系统的信息流程分析方法

**【教学方法】**

采用课前导学、讲授、案例分析、讨论等方法进行课程教学。

**【学习要求】**

查阅相关资料，分析饭店宾客信息流程。

**【复习与思考】**

1. 试述饭店前台管理信息系统与饭店后台管理信息系统有哪些联系和区别？
2. 试述预订接待子系统的设计原则和设计内容有哪些？

**【学习资源】**

章勇刚，沙绍举. 酒店管理信息系统（第二版）. 中国人民大学出版社. 2022. 05

旅行社管理信息系统设计与实例

**【学习目标】**

1. 分析旅行社管理信息系统的信息流程
2. 掌握旅行社管理信息系统总体设计的方法及功能设计的方法。

**【教学内容】**

1. 旅行社管理信息系统概述
2. 旅行社管理信息系统的信息流程
3. 旅行社管理信息系统的总体设计

#### 4. 旅行社管理信息系统功能设计

##### 【重点、难点】

1. 重点：旅行社管理信息系统的信息流程分析、总体设计及功能设计的方法

2. 难点：旅行社管理信息系统的信息流程分析方法

##### 【教学方法】

采用课前导学、讲授、案例分析、讨论等方法进行课程教学。

##### 【学习要求】

1. 预习课程内容。

2. 分析旅行社管理信息系统的信息流程

##### 【复习与思考】

1. 在现代的信息社会中, 旅行社管理信息系统应如何设计才能实现对顾客的完美服务?

2. 试做一个简单的调查, 分析目前旅行社信息系统有哪些类型? 这些类型主要管理怎样的业务? 并分析信息系统应用存在的问题是什么?

##### 【学习资源】

于世宏、关兵. 旅游管理信息系统[M]. 北京理工大学出版社, 2022. 08

电子商务在旅游业中的应用

##### 【学习目标】

1. 知晓旅游电子商务系统结构设计的内容

2. 理解旅游网络营销和电子支付的相关内容

##### 【教学内容】

1. 旅游电子商务的发展与市场定位

2. 旅游电子商务在酒店网络订房中的应用

3. 旅游电子商务在旅行社业务中的应用

4. 旅游网络营销和电子支付

##### 【重点、难点】

1. 重点：旅游电子商务在饭店网络及旅行社业务中的应用

2. 难点：旅游电子商务在饭店网络及旅行社业务中的应用

##### 【教学方法】

采用课前导学、讲授、案例分析、讨论等方法进行课程教学。

##### 【学习要求】

1. 预习课程内容。

2. 以自身经历, 谈谈遇到过的旅游网络营销手段, 思考在旅游业中如何应

用。

**【复习与思考】**

你怎样看待旅游电子商务的未来发展？

**【学习资源】**

周春林. 旅游电子商务（第二版）. 中国人民大学出版社. 2022. 05

旅游地管理信息系统分析与设计

**【学习目标】**

1. 知晓旅游地理信息系统的设计与建立
2. 理解遥感技术在旅游地管理中的应用及旅游目的地营销系统分析的内容。

**【教学内容】**

1. 旅游地与旅游地管理信息系统
2. 地理信息系统在旅游地管理中的应用
3. 旅游地理信息系统的设计与建立
4. 虚拟现实技术在旅游地规划中的应用
5. 遥感技术和全球定位系统在旅游地管理中的应用
6. 旅游目的地营销系统分析

**【重点、难点】**

1. 重点：地理信息系统在旅游地管理中的应用
2. 难点：旅游目的地营销系统分析

**【教学方法】**

采用课前导学、讲授、案例分析、讨论等方法进行课程教学。

**【学习要求】**

1. 预习课程内容。
2. 谈谈旅游管理信息系统。

**【复习与思考】**

请概况说明遥感技术和全球定位系统在旅游地管理中的应用。

**【学习资源】**

章牧. 旅游管理信息系统. 高等教育出版社. 2019. 09

## 五、实践教学安排

《管理信息系统》课程主要以理论教学为主，通过课程的学习，希望学生能够掌握管理信息系统的基本理论与设计方法，并身体力行学以致用。同时，积极参加社会实践，通过调查熟悉旅游管理信息系统应用存在的问题，形成心得体会，提升学生解决实际问题的能力和系统设计的能力。

## 六、考核方式

### (一) 考核方式

课程考核方式分为过程性考核和期末考核。

过程性考核方式包括：课堂表现、平时作业等。过程性评价主要根据学生在整个课程教学过程中的表现完成，如学生的到课率、课堂参与的积极性主动性、课程作业完成情况、日常学习的记录等。

期末考核为开卷考查。

### (二) 考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例 (%)	考核方式
课程目标 1	旅游管理信息系统概述、旅游管信息系统开发与应用基础、旅游管理信息系统的战略规划与开发方法、饭店管理信息系统分析与设计、旅行社管理信息系统设计与实例 40%	课堂表现、作业、期末考试
课程目标 2	饭店管理信息系统分析与设计、旅行社管理信息系统设计与实例 40%	课堂表现、作业、期末考试
课程目标 3	电子商务在旅游业中的应用、旅游地管理信息系统分析与设计 10%	课堂表现、作业、期末考试
课程目标 4	电子商务在旅游业中的应用、旅游地管理信息系统分析与设计 10%	课堂表现、作业、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩=（课堂表现×40%+平时作业×60%）×50%+期末考试成绩×50%

#### 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现：根据学生到课率、课堂参与程度与质量等综合表现量分。

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量、平时小测验等进行评价。

#### 3. 期末成绩评定

根据期末开卷考查卷面成绩评定。

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课, 积极互动, 主动讨论, 发言积极, 不缺课。	上课较认真, 互动较积极, 发言次数较多, 缺课1—2次。	上课能作一点笔记, 互动有一定自主性, 能够发言, 缺课2—3次。	上课不太认真, 有互动但不多, 很少发言, 缺课3—4次。	听课很不认真, 不互动也不发言, 缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整, 独立或合作完成全部作业要求。书写端正, 对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整, 独立或合作完成作业要求。书写端正, 但对问题分析较全面。	作业内容完整, 独立或全部完成作业要求, 书写端正, 没有对问题进行分析。	作业内容完整, 独立或合作完成作业要求。书写较凌乱, 没有对问题进行分析。	作业内容不完整, 没有达到作业要求。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
旅游管理信息系统	查良松	高等教育出版社	2021.04	否	

## 九、主要参考书目

[1]于世宏、关兵. 旅游管理信息系统[M]. 北京: 北京理工大学出版社, 2022.

[2]章勇刚, 沙绍举. 酒店管理信息系统(第二版). 北京: 中国人民大学出版社, 2022.

[3]周春林. 旅游电子商务(第二版). 北京: 中国人民大学出版社, 2022.

[4]章牧. 旅游管理信息系统. 北京: 高等教育出版社, 2019.

## 十、课程学习建议

1. 明确专业学习目标, 进行主动有效学习。
2. 利用节假日对熟悉的酒店进行调研, 访谈酒店管理信息系统部门, 增强实践技能。
3. 进行广泛阅读, 积极进行量的积累, 不断提高理论思维能力。





# 会展经济与管理专业

## 《宏观经济学》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《宏观经济学》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	宏观经济学		Macroeconomics
课程编码	231510605B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	高等数学	修读学期	第四学期
课程类别	专业基础课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	3	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	48 学时（理论学时 48，实践学时 0）		
执笔人	张黎明	审核人	申磊

## 二、课程简介

《宏观经济学》是会展经济与管理专业的一门专业基础课，为会展经济与管理专业的其他课程提供基本概念、基本理论和分析方法。宏观经济学研究社会总体的经济活动，着眼国民经济的总量分析，主要研究任务就是探索引起总需求和总供给不平衡的原因及实现两者平衡的条件，为实现宏观经济的稳定运行提供理论指导。

本课程是国外哲学社会科学的组成部分之一。学习宏观经济学，在说明其阶级性和意识形态的同时，结合我国国情尤其是中国特色社会主义市场经济的具体情况，发掘其可供借鉴的思想资料，特别是在关于宏观经济政策调节市场经济运行方面积累了具有实际意义的经验和理论成果。这对于我们建设和发展社会主义市场经济具有重要的借鉴意义。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：掌握宏观经济学的基础知识与基本理论，熟悉经济活动的基本流程。【毕业要求 2.2】

课程目标 2：具备良好的经济学素养，能够根据有关的宏观经济学原理分析现实的经济问题。【毕业要求 4.1】

课程目标 3：掌握经济学的分析方法，并能够建立简单的经济模型。【毕

业要求 4.2】

## (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	毕业要求 2	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	毕业要求 4	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性，掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 3	毕业要求 4	4.2 能够在具体管理和决策中，将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
宏观经济的基本指标及其衡量	课程目标 1、3	课堂讲授 研究性教学 启发式教学	8
国民收入的决定： 收入-支出模型	课程目标 2、3	课堂讲授 研究性教学 启发式教学	8
国民收入的决定： IS-LM 模型	课程目标 2、3	课堂讲授 研究性教学 启发式教学	8
国民收入的决定： AD-AS 模型	课程目标 2、3	课堂讲授 研究性教学 启发式教学	8
失业、通货膨胀和 经济周期	课程目标 1、2	课堂讲授 研究性教学 启发式教学	6
宏观经济政策	课程目标 1、2	课堂讲授 研究性教学 启发式教学	6
经济增长	课程目标 1、2	课堂讲授 研究性教学 启发式教学	4
合计			48

### (二) 课程内容

#### 宏观经济的基本指标及其衡量

##### 【学习目标】

1. 了解宏观经济学的研究对象、研究的问题及框架。
2. 了解衡量宏观经济运行的指标。
3. 理解 GDP 的含义并掌握核算 GDP 的两种方法，认识到 GDP 指标的缺陷。

### 【课程内容】

1. 宏观经济学的特点
2. 国内生产总值及其衡量
3. 价格水平及其衡量
4. 失业及其衡量
5. 与基本指标相关的宏观经济问题

### 【重点、难点】

1. 重点：GDP 的含义及核算 GDP 的两种方法
2. 难点：GDP 的含义及核算 GDP 的两种方法

### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结）
3. 课后拓展（布置作业）

### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻；
3. 课后补充课堂笔记、做练习，巩固加深课上所学内容。

### 【复习与思考】

1. 中间产品和最终产品能否根据产品的物质属性加以区分？
2. 二手车的价格为什么不能计入 GDP？
3. 自给自足的家务劳动为什么不计入 GDP？

### 【学习资源】

参考书目：高鸿业. 西方经济学（宏观部分）. 第八版. 北京：中国人民大学出版社. 2021

线上教学资源：超星学习通平台教师所建课程《宏观经济学》

国民收入的决定：收入-支出模型

### 【学习目标】

1. 理解凯恩斯定律。
2. 理解并掌握凯恩斯的消费理论。
3. 理解均衡产出含义及乘数原理，掌握均衡产出的两种分析方法，并能够作图分析。

### 【课程内容】

1. 均衡国民收入的决定
2. 凯恩斯的消费理论

3. 两部门经济中国民收入的决定及变动
4. 乘数论
5. 三部门经济中的收入决定及乘数
6. 三部门经济中的各种乘数

**【重点、难点】**

1. 重点：投资与储蓄的概念及其函数；国民收入的决定；乘数
2. 难点：国民收入的决定；乘数

**【教学方法】**

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结）
3. 课后拓展（布置作业）

**【学习要求】**

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻；
3. 课后补充课堂笔记、做练习，巩固加深课上所学内容。

**【复习与思考】**

1. 均衡产出的含义。
2. 决定均衡产出的两种方法。
3. 乘数原理。

**【学习资源】**

参考书目：高鸿业. 西方经济学（宏观部分）. 第八版. 北京: 中国人民大学出版社. 2021

线上教学资源：超星学习通平台教师所建课程《宏观经济学》  
国民收入的决定：IS-LM 模型

**【学习目标】**

1. 理解并掌握凯恩斯关于投资决定的理论。
2. 理解并掌握凯恩斯关于利率决定的理论。
3. 能够根据 IS-LM 模型分析政府宏观经济政策对均衡产出的影响。

**【课程内容】**

1. 投资的决定利率的决定
2. IS 曲线
3. LM 曲线
4. IS-LM 模型
5. 凯恩斯的基本理论框架

### 【重点、难点】

1. 重点：IS-LM 模型的推导过程及其意义
2. 难点：IS-LM 模型的推导过程及其意义

### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结）
3. 课后拓展（布置作业）

### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻；
3. 课后补充课堂笔记、做练习，巩固加深课上所学内容。

### 【复习与思考】

1. 政府收入或支出的变化对 IS 曲线的影响。
2. 货币供给量的变化对 LM 曲线的影响。
3. 凯恩斯关于有效需求不足的解释。

### 【学习资源】

参考书目：高鸿业. 西方经济学（宏观部分）. 第八版. 北京：中国人民大学出版社. 2021

线上教学资源：超星学习通平台教师所建课程《宏观经济学》

国民收入的决定：AD-AS 模型

### 【学习目标】

1. 理解社会总需求的含义及其移动的原因。
2. 理解宏观生产函数与微观生产函数的区别和联系，理解劳动市场工资的伸缩性对社会总供给曲线的影响及三条不同的总供给曲线的政策含义。
3. 能够根据 AD-AS 模型分析需求冲击和供给冲击对均衡产出的影响，认识到西方经济理论的局限性。

### 【课程内容】

1. AD 曲线及其变动
2. AS 曲线及其变动
3. AD-AS 模型
4. AD-AS 模型对现实的解释

### 【重点、难点】

1. 重点：AD-AS 模型的内容及意义
2. 难点：AD-AS 模型的内容及其对现实的解释

**【教学方法】**（此处详细说明如何组织教学）

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结）
3. 课后拓展（布置作业）

**【学习要求】**

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻；
3. 课后补充课堂笔记、做练习，巩固加深课上所学内容。

**【复习与思考】**

1. 古典的总供给曲线及其政策主张。
2. 凯恩斯的总供给曲线及其政策主张。
3. 需求冲击对产出、就业及价格水平的影响。
4. 供给冲击对产出、就业及价格水平的影响。

**【学习资源】**

参考书目：高鸿业. 西方经济学（宏观部分）. 第八版. 北京: 中国人民大学出版社. 2021

线上教学资源：超星学习通平台教师所建课程《宏观经济学》  
失业、通货膨胀和经济周期

**【学习目标】**

1. 理解并掌握失业和通货膨胀的基础知识。
2. 能够分析通货膨胀的原因。
3. 理解菲利普斯曲线及其政策含义，认识到西方经济政策的局限性。

**【课程内容】**

1. 失业的经济学解释通货膨胀的成因
2. 失业的影响和奥肯定律
3. 通货膨胀的经济效应
4. 失业和通货膨胀的关系-菲利普斯曲线
5. 经济周期的定义、阶段和类型
6. 乘数-加速数模型
7. 实际经济周期理论

**【重点、难点】**

1. 重点：失业及其特点；通货膨胀的基本类型及其原因分析；乘数-加速数模型

2. 难点：通货膨胀的基本类型及其原因分析；乘数-加速数模型

### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结）
3. 课后拓展（布置作业）

### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻；
3. 课后补充课堂笔记、做练习，巩固加深课上所学内容。

### 【复习与思考】

1. 失业的经济效应
2. 通货膨胀的成因及其影响
3. 短期菲利普斯曲线和长期菲利普斯曲线的经济政策含义。

### 【学习资源】

参考书目：高鸿业. 西方经济学（宏观部分）. 第八版. 北京：中国人民大学出版社. 2021

线上教学资源：超星学习通平台教师所建课程《宏观经济学》  
宏观经济政策

### 【学习目标】

1. 理解并掌握宏观政策政策目标，认识到各个目标之间的一致性及其冲突。
2. 理解并掌握财政政策工具及其发挥作用的过程。
3. 了解货币供给，理解货币创造乘数，能够掌握货币政策工具及其对经济的影响。

### 【课程内容】

1. 宏观经济政策目标
2. 财政政策
3. 货币政策
4. 财政政策和货币政策的局限性与协调
5. 供给管理政策

### 【重点、难点】

1. 重点：财政政策及其分析；货币政策及其分析
2. 难点：财政政策及其分析；货币政策及其分析

### 【教学方法】（此处详细说明如何组织教学）

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结）



### 3. 课后拓展（布置作业）

#### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻；
3. 课后补充课堂笔记、做练习，巩固加深课上所学内容。

#### 【复习与思考】

1. 自动稳定器包括哪些？怎样发挥作用？
2. 三大货币政策工具的优缺点。

#### 【学习资源】

参考书目：高鸿业. 西方经济学（宏观部分）. 第八版. 北京: 中国人民大学出版社. 2021

线上教学资源：超星学习通平台教师所建课程《宏观经济学》  
经济增长

#### 【学习目标】

1. 了解不同国家的经济发展过程及其现实，认识到改革开放至今中国经济增长的成果。
2. 认识到一国经济增长的根本原因和直接原因。

#### 【课程内容】

1. 国民收入长期增长趋势和波动
2. 经济增长的描述和事实
3. 增长核算
4. 新古典增长模型
5. 内生增长理论
6. 促进经济增长的政策

#### 【重点、难点】

1. 重点：新古典经济增长模型
2. 难点：新古典经济增长模型；内生增长理论

#### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结）
3. 课后拓展（布置作业）

#### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻；

3. 课后补充课堂笔记、做练习，巩固加深课上所学内容。

### 【复习与思考】

1. 解释新古典增长模型基本方程的基本含义。
2. 储蓄率的增加对经济的影响。
3. 人口增长对经济的影响。
4. 中国经济增长的隐忧。

### 【学习资源】

参考书目：高鸿业. 西方经济学（宏观部分）. 第八版. 北京：中国人民大学出版社. 2021

线上教学资源：超星学习通平台教师所建课程《宏观经济学》

## 五、实践教学安排

1. 实践教学学时：0 学时
2. 实践方式：灵活实践方式，即主要通过对日常经济生活中的经济问题及政府宏观经济政策的实施有所思考并归纳总结。
3. 实践能力展示：课堂展示，即在课堂教学过程中启发学生理论结合实践。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核包括考勤、课堂表现、平时作业、课堂笔记。期末考核采用闭卷考试。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	宏观经济的基本指标及其衡量、收入-支出模型、IS-LM模型、AD-AS模型，占比40%	课堂表现、实践方案、平时作业、期末考试
课程目标 2	失业、通货膨胀、经济周期、宏观经济政策、经济增长，占比30%	课堂表现、实践方案、平时作业、期末考试
课程目标 3	收入-支出模型、IS-LM模型、AD-AS模型，占比30%	课堂表现、实践方案、平时作业、期末考试

## 七、成绩评定

### （一）评定方式

### 1. 总成绩评定

总成绩=过程性考核成绩×30%+期末考核×70%

### 2. 平时成绩评定

(1) 考勤：学生的到课情况。

(2) 作业：学生对课堂所学知识的理解及运用情况。

(3) 课堂表现：学生主动参与课堂练习、讨论，创造性地提出问题的能力

(4) 课堂笔记：学生对教学内容进行记录，并能够有所归纳总结。

### 3. 期末成绩评定

根据期末闭卷考试卷面成绩评定。

## (二) 评分标准

1. 课堂考勤占平时成绩的 20 分。随机考勤 4 次，缺勤扣分：旷课扣 5 分，请假扣 3 分，迟到扣 2 分。

2. 课堂表现占平时成绩的 20 分，线下小组活动与线上学习表现分别占 10 分。根据课堂参与讨论与展示、线上任务点的完成情况及线上活动的参与情况给分。

3. 课堂笔记占平时成绩的 20 分。评价标准为：没有笔记，成绩为 0 分；主要以记录的认真程度、内容的完整性和条理性、拓展性、格式的规范性和美观性等方面为标准打分。

4. 平时作业占平时成绩的 40 分，两次作业各占 20 分。评价依据为：不交作业，成绩为 0 分；允许作业有一定程度的相似，如果有部分相同，酌情扣分；要求内容基本完整，层次清楚；不能随意拼凑，要有自己的理解和观点；格式规范，卷面整洁美观。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
西方经济学 (下册)	《西方经济学》 编写组	高等教育出版社	2019年	是	

## 九、主要参考书目

[1]高鸿业. 西方经济学（微观部分）. 第八版. 北京:中国人民大学出版社. 2021

[2]曼昆. 经济学原理（第七版）. 北京:北京大学出版社. 2015

[3]斯蒂格利茨. 经济学. 北京:中国人民大学出版社. 2001

## 十、课程学习建议

结合本课程的特点，给出以下学习建议：

1. 明确学习目标，课前做好预习，带着问题进入课堂，保证课堂效果。
2. 在课程内容的学习上，结合国内外重大的宏观经济问题及宏观经济政策对基本概念和基础理论进行理解和掌握。
3. 掌握经济学的分析方法。宏观经济学的分析方法是数理分析方法，即通过建立经济模型来分析现实的经济问题，因此在学习宏观经济学之前要学好高等数学。同时要加强课后的练习，通过做题发现自己学习情况的不足之处并加以解决。
4. 找寻学习资源，在学习过程中遇到问题时，可以利用网络平台学习资源等方式解决问题。



# 会展经济与管理专业

## 《财务管理》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《财务管理》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	财务管理 Financial Management		
课程编码	231510606B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	管理学原理	修读学期	第四学期
课程类别	专业基础课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 32，实践学时 0）		
执笔人	郝静晔	审核人	申磊

## 二、课程简介

本课程是基于企业经营过程中客观存在的财务活动和财务关系而产生的，它是利用价值形式对企业经营过程进行的管理，是企业处理与各方面财务关系的一项综合性管理工作，是组织企业财务活动，处理财务关系的一项重要的经济管理工作。

通过本课程的学习，掌握财务管理的基本理论和基本技能，并通过习题和案例，提高运用于实践的综合能力。能运用所学财务知识解决实际问题，对企业财务进行初步规划的能力。具有财务行业敏感性，能够发现问题，有应对新的市场环境对财务工作带来挑战的能力。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

课程目标 1：通过学习，初步掌握企业财务管理的相关基础知识理论。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：掌握企业财务管理工作中运用的一些基本原理。【毕业要求 2.2】

课程目标 3：全面提高运用财务管理知识解决问题的综合素质，为企业培养合格的人才。【毕业要求 4.1】

课程目标 4：通过学习，能较好地解决企业财务管理工作中出现的实际问

题；在企业投资、决策过程中能灵活地运用所学的知识进行方案的选择。【毕业要求 4.2】

## (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 具备财务管理学基础的学科理论知识。
课程目标 2	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能, 知道财务管理学科前沿发展动态。
课程目标 3	应用能力	4.1 能运用所学财务知识解决实际问题, 对企业财务进行初步规划的能力。
课程目标 4	应用能力	4.2 具有财务行业敏感性, 能够发现问题, 有应对新的市场环境对财务工作带来挑战的能力。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
总论	课程目标 1、2	讲授法、案例分析法、讨论法	2
财务管理价值观念	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	8
财务分析	课程目标 3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	4
财务预算	课程目标 1、2	讲授法、案例分析法、讨论法	2
筹资管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	8
项目投资管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	6
营运资金管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	2
合计			32

### (二) 课程内容

#### 总论

##### 【学习目标】

1. 熟记企业财务管理的概念, 资金运动及财务关系;
2. 明确财务管理的任务, 财务管理的目标;
3. 知晓财务管理的内容, 财务管理的原则和方法;
4. 知晓企业财务管理的宏观与微观理财环境。

##### 【教学内容】

1. 财务管理概述

2. 财务管理的目标
3. 财务管理的内容
4. 财务管理的环境

**【重点、难点】**

1. 重点：企业财务关系，企业财务管理目标及其协调。
2. 难点：企业财务管理原则与方法。

**【教学方法】**

1. 课前导学（布置课前学习任务）；
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结、随堂练习）；
3. 课后查阅资料，课后练习。

**【学习要求】**

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻，随堂练习认真对待；
3. 课后补充课堂笔记，巩固加深课上所学内容。

**【复习与思考】**

关于财务管理目标的主流观点有几类？其优缺点分别是什么？

**【学习资源】**

爱课程：《财务管理》，上海对外经贸大学，杨淑娥  
财务管理价值观念

**【学习目标】**

1. 熟练掌握并应用资金时间价值和作用；
2. 知晓风险和报酬的相互关系；
3. 熟练掌握单利、复利以及年金终值和现值的计算方法。

**【教学内容】**

1. 资金的时间价值
2. 风险和收益

**【重点、难点】**

1. 重点：货币时间价值的概念，重点掌握时间价值计算、风险价值观念。
2. 难点：资金时间价值的计算和应用；风险的衡量。

**【教学方法】**

1. 课前导学（布置课前学习任务）；
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结、随堂练习）；
3. 课后查阅资料，课后练习。



### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻，随堂练习认真对待；
3. 课后补充课堂笔记，巩固加深课上所学内容。

### 【复习与思考】

1. 资金时间价值的六种计算。
2. 投资风险的计算与决策。

### 【学习资源】

爱课程：《财务管理》，上海对外经贸大学，杨淑娥  
财务分析

### 【学习目标】

1. 明确企业财务分析的目的和依据；
2. 熟记企业财务分析的概念和方法；
3. 熟悉财务指标分析方法，会利用财务报表分析企业财务状况、经营成果和现金流量，以获取对决策有用的信息。

### 【教学内容】

1. 财务分析概述
2. 财务报表
3. 财务指标分析

### 【重点、难点】

1. 重点：企业财务分析的目的、方法和依据，各财务指标分析方法的运用。
2. 难点：基本的财务比率；杜邦分析体系。

### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）；
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结、随堂练习）；
3. 课后查阅资料，课后练习。

### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻，随堂练习认真对待；
3. 课后补充课堂笔记，巩固加深课上所学内容。

### 【复习与思考】

1. 四大财务报表是什么？其各自的特点是什么？

2. 主要的财务比率有哪些？怎么用这些财务指标指导决策？

**【学习资源】**

爱课程：《财务管理》，上海对外经贸大学，杨淑娥  
财务预算

**【学习目标】**

1. 知晓企业预算概述，了解企业预算的含义、种类及其作用；
2. 明确预算编制的程序；掌握企业财务预算编制的原则和方法；
3. 了解企业营业收入、成本费用、利润预算编制方法。

**【教学内容】**

1. 企业预算概述
2. 企业财务预算的编制

**【重点、难点】**

1. 重点：企业预算的概念、分类及预算编制的原则和方法，掌握企业财务预算的编制。
2. 难点：企业财务预算的编制。

**【教学方法】**

1. 课前导学（布置课前学习任务）；
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结、随堂练习）；
3. 课后查阅资料，课后练习。

**【学习要求】**

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻，随堂练习认真对待；
3. 课后补充课堂笔记，巩固加深课上所学内容。

**【复习与思考】**

1. 预算编制的程序。
2. 企业营业收入、成本费用、利润预算编制方法。

**【学习资源】**

爱课程：《财务管理》，上海对外经贸大学，杨淑娥  
筹资管理

**【学习目标】**

1. 了解企业筹资概述；
2. 熟记企业筹资原则、筹资分类、筹资渠道等内容；
3. 掌握筹资成本的计算；最佳资本结构的确定方法，企业资金需要量预测；

4. 掌握资金成本，企业财务杠杆与财务风险，企业资本结构。

**【教学内容】**

1. 企业筹资概述
2. 股权筹资、债券筹资
3. 资本成本
4. 杠杆效应
5. 资本结构

**【重点、难点】**

1. 重点：企业筹资原则、渠道和方式，掌握企业资金需要量的预测和各种筹资方式的优缺点及其使用方法，最佳资本结构的确定。
2. 难点：放弃现金折扣的成本及其决策原则，最佳资本结构的确定。

**【教学方法】**

1. 课前导学（布置课前学习任务）；
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结、随堂练习）；
3. 课后查阅资料，课后练习。

**【学习要求】**

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻，随堂练习认真对待；
3. 课后补充课堂笔记，巩固加深课上所学内容。

**【复习与思考】**

1. 股权筹资和债券筹资方式的区别？
2. 主要的债券筹资方式有哪些？
3. 财务杠杆和经营杠杆的区别和联系。

**【学习资源】**

爱课程：《财务管理》，上海对外经贸大学，杨淑娥、  
项目投资管理

**【学习目标】**

1. 了解企业投资概述，企业投资的基本程序，投资环境分析的内容；
2. 理解投资风险分析和投资风险处置等内容；
3. 熟练掌握项目投资和现金流量的测算方法；
4. 掌握项目投资决策评价指标的计算。

**【教学内容】**

1. 项目投资概述

2. 项目现金流量的内容及其估算

3. 项目投资评价指标及其计算

**【重点、难点】**

1. 重点：投资管理的含义、分类、原则和基本程序，理解现金流量的确定，企业项目投资决策评价指标。

2. 难点：投资项目现金流量的确定以及投资项目的风险处置。

**【教学方法】**

1. 课前导学（布置课前学习任务）；

2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结、随堂练习）；

3. 课后查阅资料，课后练习。

**【学习要求】**

1. 课前对课程内容进行预习；

2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻，随堂练习认真对待；

3. 课后补充课堂笔记，巩固加深课上所学内容。

**【复习与思考】**

1. 投资项目现金流量的确定。

2. 企业项目投资决策评价指标。

**【学习资源】**

爱课程：《财务管理》，上海对外经贸大学，杨淑娥  
营运资金管理

**【学习目标】**

1. 了解现金管理基本理论和方法，应收账款、存货管理的基本理论和方法，现金的持有成本的内容，流动负债的内容；

2. 理解现金转换成本的内容，现金短缺成本的内容，最佳现金持有量确定的2种模式——成本模式和存货模式，现金收回的和支出的管理理论；

3. 掌握应收账款的管理目标、功能和成本，信用政策的制定和管理方法，存货的功能和成本，存货的经济批量的确定的日常管理方法。

**【教学内容】**

1. 营运资金管理概述

2. 现金管理

3. 应收账款管理

4. 存货管理

**【重点、难点】**

1. 重点：现金、应收账款、存货的日常管理要求，最佳现金持有量，掌握现金、应收账款和存货的决策分析方法和营运资金管理政策。

2. 难点：现金管理的目标、种类及其相应的最佳现金持有量，应收账款信用政策的内容及其收账决策分析方法，存货管理目标及最佳订货量基本模型。

#### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）；
2. 课中探究（提问回顾、重点讲解、课中总结、随堂练习）；
3. 课后查阅资料，课后练习。

#### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习；
2. 课堂上勤于发问，积极思考，对重难点知识做好笔记，理解透彻，随堂练习认真对待；
3. 课后补充课堂笔记，巩固加深课上所学内容。

#### 【复习与思考】

1. 最佳现金持有量确定的 2 种模式。
2. 存货的经济批量的确定的日常管理方法。

#### 【学习资源】

爱课程：《财务管理》，上海对外经贸大学，杨淑娥

## 五、实践教学安排

本课程主要以理论教学为主，通过课程的学习，希望学生能够掌握财务管理的基本理论与方法；同时，积极参加社会实践，通过对企业和日常经济生活中所涉及的财务管理方面的问题有所思考并归纳总结，形成心得体会，提升学生解决实际问题的能力。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核包括课堂表现、平时作业、读书笔记等。过程性评价主要是根据学生在整个课程教学过程中的表现来完成，如学生的出勤率、课堂参与的积极性主动性、作业完成情况、课堂及日常学习的笔记记录等。

期末考核采用闭卷考试。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例 (%)	考核方式
课程目标 1: 具备财务管理学基础的学科理论知识。在教师的指导下, 总体掌握财务管理基本理论和基本体系等方面的基础知识。	财务管理概述、资金时间价值基本理论、企业预算概述、企业筹资概述、企业投资的基本程序、投资环境分析的内容、现金管理基本理论和方法 25%	读书笔记、课堂表现、 期末考试
课程目标 2: 掌握专业知识和技能并加以运用, 紧跟财务管理学科前沿发展动态。	财务管理的内容、财务管理的环境、财务管理的目标、风险和报酬的相互关系、企业财务应收账款的管理目标、信用政策的制定和管理方法、存货的功能预算编制的原则和方法、企业筹资原则、筹资分类、筹资渠道、投资风险分析和投资风险处置 25%	读书笔记、课堂表现、 期末考试
课程目标 3: 能够掌握财务管理理论中涉及的计算部分, 并运用于生活和工作的实际中去, 解决复杂决策问题, 提出合理的解决方案。	年金终值和现值的计算方法、财务指标分析、筹资成本的计算、最佳资本结构的确定方法、企业资金需要量预测、项目投资和现金流量的测算方法、最佳现金持有量确定 25%	课堂表现、作业、 读书笔记、期末考试
课程目标 4: 能够应用所学的基本原理、方法和手段, 创新性地分析和处理酒店的常见问题。	资金时间价值的作用、财务报表的应用、资金成本、企业财务杠杆与财务风险、企业资本结构、投资决策评价指标的分析、现金的持有成本 25%	课堂表现、作业、 读书笔记、期末考试

## 七、成绩评定标准与方式

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩 = (课堂表现 × 20% + 平时作业 × 40% + 读书笔记 × 40%) × 30% + 期末考试成绩 × 70%

#### 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现: 根据学生到课率、课堂参与程度与质量量分。

(2) 平时作业: 根据学生平时作业提交次数及完成质量、平时小测验等进行评价。

(3) 读书笔记: 根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3. 期末成绩评定

详见期末试题评分标准。

## (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言。	听课很不认真，不互动也不发言。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写较为整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
财务管理 (第二版)	吴秋霜	中国电力出版社	2014年	否	

## 九、主要参考书目

- [1]张玉凤编. 旅游企业财务管理. 北京: 北京大学出版社. 2010.  
 [2]徐虹编. 旅游企业财务管理. 大连: 东北财经大学出版社. 2012.

## 十、课程学习建议

结合本课程的特点，给出以下学习建议：

1. 明确学习目标，课前做好预习，带着问题进入课堂，保证课堂效果。
2. 在课程内容的学习上，结合国内外企业有关财务管理方面的事件进行热点分析。

3. 在学习财务管理，之前要学好管理学等相关课程。同时要加强课后的练习，通过做题发现自己学习情况的不足之处并加以解决。

4. 找寻学习资源，在学习过程中遇到问题时，可以利用网络平台学习资源等方式解决问题。





# 会展经济与管理专业

## 《旅游学概论》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《旅游学概论》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	旅游学概论 Tourism Introduction		
课程编码	231510607B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	专业导论	修读学期	第二学期
课程类别	专业核心课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 32，实践学时 0）		
执笔人	赵晶	审核人	申磊

## 二、课程简介

《旅游学概论》是会展经济与管理专业的专业核心课程，旨在全面而系统地阐明社会经济发展与旅游活动的关系，阐述旅游活动的内容、种类和表现形式，发展旅游业的基本要素及各要素之间的关系，旅游对接待地区的基本影响。通过本课程的学习，学生将能够掌握旅游的基本概念、发展历程、发展趋势、影响因素，以及旅游产业的组成部分和旅游市场的特点，为日后从事旅游相关工作打下坚实的基础。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：学生应知道旅游学的基本概念、构成、基本原理和观点，能指出旅游业的基本要素、运作过程以及旅游市场的基本结构和特征。此外，还应知道旅游资源的开发与管理、旅游产品的设计与营销、旅游政策与法规等相关知识，为深入学习旅游管理的其他专业课程奠定坚实的基础。【毕业要求 2.2】

课程目标 2：能够应用所学的基本原理、方法和手段，创新性地分析和处理旅游行业中的现象和问题，不局限于传统观点和解决方案。【毕业要求 3.2】

课程目标 3：学生应具备运用旅游学知识认识、分析和解决旅游实践问题的能力。这包括能够运用所学理论对旅游现象进行解释和预测，对旅游市场进

行分析和预测，以及能够制定旅游规划和营销策略等。能够针对旅游行业中的相对复杂问题，提出合理的解决方案。【毕业要求 4.2】

课程目标 4：通过本课程的学习，学生应知道全球旅游业的总体发展趋势，如旅游业的增长率、主要旅游目的地和客源地的变化等；能分析国际旅游市场的特点，如市场需求、消费者行为、竞争格局等；知道国际旅游政策与法规；具备对国际旅游资源认知能力。【毕业要求 8.2】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	创新能力	3.2 具有批判精神和行业敏感性，能够发现问题，有应对新的市场环境对会展业带来挑战的能力。
课程目标 3	应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中，将会展经济管理理论和方法用于复杂问题的解决。
课程目标 4	国际视野	8.2 了解全球旅游业及会展业的动态，在服务中尊重不同文化的差异性。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
旅游与旅游学	课程目标 1	讲授法、案例法、讨论法	2
旅游的产生和发展	课程目标 1	讲授法、案例法、讨论法	4
旅游活动	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例法、讨论法	4
旅游业	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例法、讨论法	4
旅游资源	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例法、讨论法	4
旅游产品	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例法、讨论法	4
旅游市场	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例法、讨论法	4
旅游影响	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例法、讨论法	2
旅游行业组织	课程目标 1、4	讲授法、案例法、讨论法	2

旅游发展模式与趋势	课程目标 1、2、4	讲授法、案例法、讨论法	2
合计			32

## (二) 课程内容

### 旅游与旅游学

#### 【学习目标】

1. 知道旅游学科体系及基本的研究方法，旅游与接待、休闲、娱乐的关系，旅游和旅游者的定义及其相关概念。

2. 能对旅游学有一定认识，能辨析旅游、旅行、观光、休闲等概念，能掌握旅游学的研究方法。

3. 加强学生对旅游的科学认识，培养学生对旅游学的兴趣，引导学生关注、思考旅游的各种问题。

#### 【课程内容】

1. 旅游定义与相关概念
2. 旅游及其广义背景
3. 旅游学研究对象
4. 旅游学科框架体系

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游定义与相关概念。
2. 难点：关于旅游、旅行、观光、休闲等概念的辨析。

#### 【教学方法】

1. 讨论法：抛出问题，引出本章学习内容。
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解。
3. 案例法：进行案例讲解。

#### 【学习要求】

1. 课前自觉预习、课上认真听讲，做好课堂笔记，勤于思考，踊跃回答问题，参与讨论。

2. 课后参阅学习资源及参考书目，完成复习与思考题，从而巩固课堂知识。

#### 【复习与思考】

1. 你认为一个完整的旅游定义应该包括哪几个基本要素？
2. 为什么说旅游是一个系统？

#### 【学习资源】

李天元. 旅游学概论（第七版）[M]. 南开大学出版社，2015

《“十四五”期间文化和旅游人才发展规划》

## 旅游的产生和发展

### 【学习目标】

1. 知道 19 世纪以前的旅行活动，旅游从早期到现在的演化和发展过程，促使旅游发展的各种因素，世界旅游和中国旅游的发展历史。

2. 能分析旅游产生的各种条件因素，能解释中国旅游发展与欧洲旅游发展的相似之处和差异。

### 【课程内容】

1. 旅游产生的条件
2. 中世纪欧洲的旅行发展
3. 产业革命后的旅行发展
4. 中国旅游业的发展历程

### 【重点、难点】

1. 重点：旅游产生的条件，中国旅游发展历史。
2. 难点：分析旅游产生的条件因素。

### 【教学方法】

1. 讨论法：抛出问题，引出本章学习内容。
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解。
3. 案例法：进行案例讲解。

### 【学习要求】

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章节内容。
2. 课堂认真听讲，积极思考，踊跃回答问题，参与课堂互动。
3. 完成课后思考题，巩固课堂所学知识。

### 【复习与思考】

1. 举例说明旅游动力因素和旅游促进因素的差异。
2. 解释中国旅游发展与欧洲旅游发展的相似之处和差异。

### 【学习资源】

李天元. 旅游学概论（第七版）[M]. 南开大学出版社，2015  
《世界旅游业晴雨表》 世界旅游组织

## 旅游活动

### 【学习目标】

1. 知道旅游活动的界定，旅游活动的“艾斯特”定义、基于不同划分标准旅游活动的分类，国内旅游、国际旅游、团体旅游和散客旅游的基本概念。

2. 能运用所学知识，分析旅游季节性的原因及给出解决措施。

### 【课程内容】

1. 旅游活动的概念
2. 旅游活动的类型
3. 旅游活动的特征
4. 旅游活动的发展趋势

**【重点、难点】**

1. 重点：旅游活动的三要素，旅游活动基本特征，旅游活动发展特点，旅游活动发展历程。

2. 难点：旅游活动的发展趋势。

**【教学方法】**

1. 讨论法：抛出问题，引出本章学习内容。
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解。
3. 案例法：进行案例讲解。

**【学习要求】**

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。
2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。
3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

**【复习与思考】**

1. 简述旅游活动的要素。
2. 分析旅游季节性的成因，以及如何做到“淡季不淡”。

**【学习资源】**

李天元. 旅游学概论（第七版）[M]. 南开大学出版社，2015

《2023 旅游大数据报告》 马蜂窝

旅游业

**【学习目标】**

1. 知道旅游六要素，旅游业的性质、特点、核心行业，旅游业的构成、性质与特点。

2. 能运用所学知识，从专业的视角评价不同旅游业态的运营特征与发展趋势。

3. 增强学生对各种旅游业态的认知和关注。

**【课程内容】**

1. 旅游业的构成
2. 旅游业的性质与特点

**【重点、难点】**

1. 重点：旅游业的构成、性质与特点，旅游业核心企业。

2. 难点：旅游业的构成、性质与特点。

**【教学方法】**

1. 讨论法：抛出问题，引出本章学习内容。
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解。
3. 案例法：进行案例讲解。

**【学习要求】**

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。
2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。
3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

**【复习与思考】**

1. 阐述旅游业的构成、性质和特点。
2. 评价不同旅游业态的运营特征与发展趋势。

**【学习资源】**

李天元. 旅游学概论（第七版）[M]. 南开大学出版社，2015  
《2023 年中国文旅产业发展趋势报告》

## 旅游资源

**【学习目标】**

1. 知道旅游资源整合的内容，旅游资源的相关概念、开发的意义及其理论基础，旅游资源开发的机制与模式、旅游资源全面质量管理内涵、特点、意义。
2. 能运用所学知识，对旅游资源进行分类、评价。

**【课程内容】**

1. 旅游资源的概述
2. 旅游资源分类
3. 旅游资源调查与评价
4. 旅游资源开发与保护

**【重点、难点】**

1. 重点：旅游资源的基本概念及其开发意义。
2. 难点：界定旅游资源全面质量管理内涵、特点、意义以及内容。

**【教学方法】**

1. 讨论法：抛出问题，引出本章学习内容。
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解。
3. 案例法：进行案例讲解。

**【学习要求】**

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。

2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。
3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

#### 【复习与思考】

1. 分析可根据哪些标准对旅游资源进行分类并举例说明。
2. 讨论保护旅游资源的可行性措施。

#### 【学习资源】

李天元. 旅游学概论（第七版）[M]. 南开大学出版社，2015  
各省份旅游宣传视频

### 旅游产品

#### 【学习目标】

1. 知道旅游产品的概念、内容，旅游产品、旅游产品开发、旅游线路设计的含义、原则、流程。
2. 能根据旅游者实际需求设计旅游产品。

#### 【课程内容】

1. 旅游产品概述
2. 旅游产品开发概述
3. 旅游线路设计

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游产品的概念以及旅游产品开发的概念。
2. 难点：旅游线路设计。

#### 【教学方法】

1. 讨论法：抛出问题，引出本章学习内容。
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解。
3. 案例法：进行案例讲解。

#### 【学习要求】

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。
2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。
3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

#### 【复习与思考】

1. 旅游产品生命周期每个阶段的开发策略是什么？
2. 为自己设计一条毕业旅游路线。

#### 【学习资源】

李天元. 旅游学概论（第七版）[M]. 南开大学出版社，2015  
各大 OTA 平台的旅游产品



## 旅游市场

### 【学习目标】

1. 知道不同类型的旅游市场、旅游市场营销的概念及其营销观念和战略，旅游市场基本概念、构成要素、特点，旅游市场细分概念，按不同依据来划分的旅游细分市场及其发展趋势。

2. 能了解不同旅游者的市场需求并给出适用的营销策略。

### 【课程内容】

1. 旅游市场概述
2. 旅游市场细分
3. 全球旅游市场
4. 中国旅游市场
5. 旅游市场营销

### 【重点、难点】

1. 重点：旅游市场基本概念、构成要素、特点。
2. 难点：旅游市场细分。

### 【教学方法】

1. 讨论法：抛出问题，引出本章学习内容。
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解。
3. 案例法：进行案例讲解。

### 【学习要求】

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。
2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。
3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

### 【复习与思考】

1. 旅游企业要打开市场，应采取哪些方法？
2. 新开发的乡村旅游产品应采取哪些市场营销策略？

### 【学习资源】

李天元. 旅游学概论（第七版）[M]. 南开大学出版社，2015  
文旅部的旅游市场数据

## 旅游影响

### 【学习目标】

1. 知道旅游可持续发展的基本理论、发展目标，旅游可持续发展的原则、生态旅游的内涵、生态旅游的特点，旅游对目的地经济、社会和文化方面的积极和消极影响。

2. 能结合旅游地的实际情况，分析如何才能实现旅游业的可持续发展。

**【课程内容】**

1. 旅游对经济的影响
2. 旅游对社会文化的影响
3. 旅游的环境影响
4. 旅游可持续发展

**【重点、难点】**

1. 重点：旅游对目的地经济方面的积极影响和消极影响。
2. 难点：旅游乘数效应。

**【教学方法】**

1. 讨论法：抛出问题，引出本章学习内容。
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解。
3. 案例法：进行案例讲解。

**【学习要求】**

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。
2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。
3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

**【复习与思考】**

1. 应该如何对待旅游的社会文化影响。
2. 结合一个你熟悉的旅游地，谈谈如何才能实现旅游业的可持续发展。

**【学习资源】**

李天元. 旅游学概论（第七版）[M]. 南开大学出版社，2015

徐红罡，任燕. 旅游对纳西东巴文语言景观的影响[J]. 旅游学刊. 2015（1）

## 旅游行业组织

**【学习目标】**

1. 知道旅游行业组织的作用、形式、特点，主要的旅游行业组织及其相关规程。
2. 能结合实际，分析不同国家旅游行政组织的设立形式及职能。

**【课程内容】**

1. 旅游组织及其职能
2. 国际旅游组织
3. 我国旅游组织
4. 旅游政策

**【重点、难点】**

1. 重点：旅游组织及其职能、主要国际旅游组织、主要中国旅游组织等。
2. 难点：旅游行政组织的设立、旅游行政组织的职能。

**【教学方法】**

1. 讨论法：抛出问题，引出本章学习内容。
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解。
3. 案例法：进行案例讲解。

**【学习要求】**

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。
2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。
3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

**【复习与思考】**

1. 解释国家旅游组织的概念。
2. 旅游行政组织的设立形式有哪些？具体职能是什么？

**【学习资源】**

李天元. 旅游学概论（第七版）[M]. 南开大学出版社，2015  
旅游行业组织与管理 慕课网

国内外旅游行业组织官网：如中国旅游协会、新加坡旅游协会等官方网站  
旅游发展模式与趋势

**【学习目标】**

1. 知道目前全球和中国的旅游市场状况，世界和中国的旅游业总体发展趋势。
2. 能结合实际，分析世界不同旅游发展模式的优缺点。

**【课程内容】**

1. 旅游发展模式
2. 世界旅游发展趋势
3. 中国旅游发展趋势

**【重点、难点】**

1. 重点：中国旅游业发展模式。
2. 难点：世界旅游业发展模式。

**【教学方法】**

1. 讨论法：抛出问题，引出本章学习内容。
2. 讲授法：对各个知识点进行讲解。
3. 案例法：进行案例讲解。

**【学习要求】**

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。

2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。

3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

#### 【复习与思考】

1. 阐述世界旅游发展的主要模式。

2. 结合实力，分析世界不同旅游发展模式的优缺点？

#### 【学习资源】

1. 文化和旅游部解读《“十四五”旅游业发展规划》

2. <https://tv.cctv.cn/2022/01/21/VIDEn1BG8KTILQNMEEZrbUig220121.shtml>

## 五、实践教学安排

《旅游学概论》课程主要以理论教学为主，同时鼓励学生积极参加社会实践，通过调查熟悉的旅游资源、模拟解决实际问题，形成报告，提升学生对解决实际问题能力和调研能力。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核（30%）和期末考核（70%）。

过程性考核方式（平时成绩）包括课堂表现（40%）、平时作业（40%）、读书笔记（20%）。

期末考核采用闭卷考试。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	旅游与旅游学、旅游的产生和发展、旅游活动、旅游业、旅游资源、旅游产品、旅游市场、旅游影响、旅游行业组、旅游发展模式与趋势 25%	课堂表现、读书笔记、平时作业、期末考试
课程目标 2	旅游活动、旅游业、旅游资源、旅游产品、旅游市场、旅游影响、旅游发展模式与趋势 25%	课堂表现、读书笔记、平时作业、期末考试
课程目标 3	旅游活动、旅游业、旅游资源、旅游产品、旅游市场、旅游影响 25%	课堂表现、读书笔记、平时作业、期末考试
课程目标 4	旅游活动、旅游业、旅游资源、旅游产品、旅游市场、旅游影响、旅游行业组、旅游发展模式与趋势 25%	课堂表现、读书笔记、平时作业、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩=(课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%)×30%+期末考试成绩×70%

#### 2. 平时成绩评定

- (1) 课堂表现：根据学生到课率、课堂参与程度与质量量分。
- (2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量进行评价。
- (3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3. 期末成绩评定

根据期末闭卷考试卷面成绩评定。

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写比较整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
旅游学概论（第二版）	邓爱民、任斐	华中科技大学出版社	2022	否	

## 九、主要参考书目

- [1] 李天元. 旅游学概论（第七版）. 天津：南开大学出版社. 2015
- [2] 谢彦君. 基础旅游学（第三版）. 北京：中国旅游出版社. 2011
- [3] 查尔斯·R·戈尔德耐，罗伯特·麦金托什等著. 旅游业教程—旅游业原理、方法和实践（第八版）. 大连：大连理工大学出版社. 2003
- [4] 吴必虎，黄潇婷. 旅游学概论（第二版）. 北京：中国人民大学出版社. 2013

## 十、课程学习建议

1. 关注旅游业的发展趋势和热点话题，了解行业前沿动态，拓展视野和思维。培养良好的学习习惯和自主学习能力，不断提升自己的综合素质和能力水平。
2. 结合课程内容，积极参与实地考察、调研等实践活动，加深对旅游行业的认识和理解。尝试运用所学知识解决实际问题，例如进行旅游规划、制定营销策略等。



# 会展经济与管理专业

## 《会展概论》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《会展概论》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	会展概论	Introduction to MICE Industry	
课程编码	231510608B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	专业导论、管理学原理	修读学期	第二学期
课程类别	专业核心课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	3	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	48 学时（理论学时 48，实践学时 0）		
执笔人	申磊	审核人	李静

## 二、课程简介

本课程是会展经济与管理专业的专业核心课程，课程重点介绍会展的相关基础知识，从大会展的视角介绍其概念、类型和发展趋势，主要讲述会展所包含的会议、展览、节事、奖励旅游、体育赛事等活动，为会展专业学生学习会展专业知识打下坚实基础。通过本课程教学使学生较为全面、系统地理解和掌握会展的基本概念、基本理论和基本内容，通过理论知识的学习与案例分析，具备理论联系实际的理念，具有会展各类活动的策划和管理等方面的基本能力。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：具备会展及会展业的基础理论知识，把握其基本概念及主要内容。对会展所包含的会议、展览、节事、奖励旅游、体育赛事等活动有正确认识，领会这些活动的特点、运作机制、策划、管理等相关内容。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：把握会展业发展趋势，知道会展业发展的最新信息，对会展前沿动态有基本认知。【毕业要求 2.2】

课程目标 3：通过理论讲解，指导学生分析会展活动中典型案例，初步具有理解和解决会展经济与管理中一般问题的能力，能够与实践相结合。【毕业



#### 要求 4.1】

课程目标 4: 通过理论与实践, 培养学生良好的职业道德, 健康的心理素质, 培养学生团队合作精神, 培养学生沟通交流的能力, 具有创新意识和创新实践能力, 为以后学习其它专业课程和从事实际工作奠定基础。【毕业要求 6.1】

### (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实的人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能, 了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 3	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性, 掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 4	沟通表达	6.1 能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点, 与会展行业及社会公众进行有效的沟通, 并理解与包容差异性。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
会展与会展业	课程目标 1、2	课堂讲授、案例法	6
会展市场	课程目标 1、2、3	课堂讲授、案例法	6
会议	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授、案例法、讨论法	8
展览	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授、案例法、讨论法	8
节事	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授、案例法、讨论法	8
奖励旅游	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授、案例法、讨论法	8
会展业发展趋势	课程目标 1、2	课堂讲授、案例法	4
合计			48

### (二) 课程内容

#### 会展与会展业

##### 【学习目标】

1. 记住会展与会展业的概念, 会展的组成部分;
2. 领会会展的特点和功能, 对会展前沿动态有基本认知, 深刻领会会展业

在我国政治、经济、文化、外交各领域发展中的重要作用。

3. 知晓会展发展过程，把握会展业发展趋势，知道会展业发展的最新信息。

**【课程内容】**

1. 会展的基本概念
2. 会展的特点
3. 会展的功能
4. 会展发展简史

**【重点、难点】**

1. 重点：会展的概念，会展的功能
2. 难点：会展的特点，会展的功能，会展的最初起源

**【教学方法】**

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

**【学习要求】**

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，结合身边的会展活动案例思考课上内容

**【复习与思考】**

1. 论述会展的功能。
2. 简述会展活动的特点。
3. 请以某一会展活动为例，分析其对举办地经济和社会发展的影响。
4. 新中国成立后我国会展业发展经历了怎样的阶段？

**【学习资源】**

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《会展概论》

哔哩哔哩观看央视《广交会》视频、世界会展业的发展历史

推荐会展平台：中国会展经济研究会 <https://www.cces2006.org>

BIE: <https://bie-paris.org>

会展中国\_中国经济网 <https://expo.ce.cn>

中国国际进口博览会 [www.ciie.org/zbh/index.html](http://www.ciie.org/zbh/index.html)

推荐关注微信公众号：会展中国、活动策划家、中国会展、IEMSSUIBE、今日会展

会展市场

**【学习目标】**

1. 知道会展市场的概念及划分方法，会展营销的概念及特点
2. 领会会展市场的运作机制，能分析某一会展市场的运作机制；知晓国际会展市场的发展概况及区域分布格局
3. 领会会展市场的参与主体，会展营销过程及营销组合要素。指导学生结合典型实例分析会展市场主体、会展营销。

#### 【课程内容】

1. 会展市场概述
2. 会展市场运作机制
3. 会展市场营销
4. 国际会展市场

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展市场的参与主体，会展营销过程及营销组合要素
2. 难点：会展市场的运作机制

#### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

#### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

#### 【复习与思考】

1. 简述政府在会场市场运作中的重要意义是什么？
2. 简述展览市场运作机制，并用图示说明。
3. 简述会议市场运作机制，并用图示说明。
4. 试分析会展市场营销的各组合要素。

#### 【学习资源】

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《会展概论》

推荐著作：李勇军. 政府主导型会展及其市场化研究. 天津：南开大学出版社. 2016.

## 会议

#### 【学习目标】

知道会议的功能，会议策划的概念与方法；领会会议的定义，会议的分类及其特点；掌握会议的管理过程及会议策划应注意的问题；初步具有解决会议

管理中一般问题的能力，能够与实践相结合。

**【课程内容】**

1. 会议的定义及功能
2. 会议的分类
3. 会议服务与管理
4. 会议策划

**【重点、难点】**

1. 重点：会议的基本理论知识
2. 难点：会议的本质及会议的管理过程

**【教学方法】**

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

**【学习要求】**

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

**【复习与思考】**

1. 简述公司类会议和协会类会议的区别？
2. 会前一般需做好哪些准备工作？
3. 会中服务与管理工作的内容包括哪些内容？

**【学习资源】**

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《会展概论》

网络平台：ICCA：<https://www.iccaworld.com>

推荐关注微信公众号：31 会议、中国会议

展览

**【学习目标】**

知道展览的分类；领会展览的功能，展览的组成人员；掌握展览的内涵以及展览的管理过程，初步具有解决展览活动中一般问题的能力，能够与实践相结合。

**【课程内容】**

1. 展览概述
2. 展览会的分类
3. 展览的组成

#### 4. 现场管理

##### 【重点、难点】

1. 重点：展览的内涵以及展览的管理过程
2. 难点：展览的组成人员，展览的管理过程，特别是开展后的现场管理

##### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

##### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

##### 【复习与思考】

1. 参展商如何选择展会？
2. 简述参展商参展过程？
3. 展览经理的主要职责有哪些？

##### 【学习资源】

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《会展概论》

网络平台：UFI <https://www.ufinet.org>

展酷网 <https://www.zhankoo.com>

中国国际消费品博览会 [www.hainanexpo.org.cn/](http://www.hainanexpo.org.cn/)

推荐关注微信公众号：掌上世博平台、中经网会展

节事

##### 【学习目标】

知道节事活动的分类；领会节事活动的内涵；掌握节事活动的特点及意义，掌握节事活动策划的原则，并能结合节事活动案例解决一般问题。

##### 【课程内容】

1. 节事活动概述
2. 节事活动的策划与实施

##### 【重点、难点】

1. 重点：节事活动的管理过程
2. 难点：节事活动的策划与实施

##### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）

2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

#### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

#### 【复习与思考】

1. 节事活动策划的原则有哪些？
2. 我国现阶段节事活动存在的问题有哪些？

#### 【学习资源】

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《会展概论》

推荐关注微信公众号：潍坊国际风筝会、PIP 平遥国际摄影大展

### 奖励旅游

#### 【学习目标】

知道奖励旅游的特点、分类和作用等，世界奖励旅游的发展历程、现状与发展趋势；理解奖励旅游的运作机构与模式；领会奖励旅游的内涵以及奖励旅游的管理过程，初步具有策划简单奖励旅游活动的的能力。

#### 【课程内容】

1. 奖励旅游概述
2. 奖励旅游的运作流程
3. 奖励旅游现状与发展趋势

#### 【重点、难点】

1. 重点：奖励旅游的内涵以及奖励旅游的运作流程
2. 难点：奖励旅游的管理过程

#### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

#### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

#### 【复习与思考】

1. 奖励旅游与传统旅游有何不同？

2. 简述奖励旅游的运作流程？

**【学习资源】**

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《会展概论》

会展业发展趋势

**【学习目标】**

知道国外会展业的发展概况及发展趋势，熟悉国内外知名展会，把握会展业发展趋势，知道会展业发展的最新信息，对会展前沿动态有基本认知。

**【课程内容】**

1. 中国会展业发展现状及趋势
2. 中外知名展会介绍

**【重点、难点】**

1. 重点：国内会展业发展趋势
2. 难点：国外会展业的发展模式

**【教学方法】**

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

**【学习要求】**

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

**【复习与思考】**

1. 简述我国五大会展经济带的会展业发展现状。
2. 我国会展业发展趋势是什么？

**【学习资源】**

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《会展概论》

《绿色展台评价指南》（GB/T 41129-2021）和《展览场馆安全管理基本要求》（GB/T 41130-2021）

## 五、实践教学安排

1. 实践教学学时：0 学时
2. 课外实践方式：会展活动案例搜集与讨论。
3. 课程学习成果展示：课堂展示，在课堂教学过程中，学生分组对会展活动案例进行分享与汇报，启发学生理论结合实践。

## 六、考核方式

### (一) 考核方式

课程考核方式为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、读书笔记。

期末考核采用闭卷考试。

### (二) 考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	会展与会展业、会展市场、会议、展览、节事、奖励旅游、会展业发展趋势，占比25%	课堂表现、平时作业、期末考试、读书笔记
课程目标 2	会展与会展业、会展市场、会议、展览、节事、奖励旅游、会展业发展趋势，占比25%	课堂表现、平时作业、期末考试、读书笔记
课程目标 3	会展市场、会议、展览、节事、奖励旅游，占比25%	课堂表现、平时作业、期末考试
课程目标 4	会议、展览、节事、奖励旅游，占比25%	课堂表现、平时作业、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩=（课堂表现×20%+平时作业×50%+读书笔记×30%）×30%+期末成绩评定×70%

#### 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现：根据学生到课率、课堂参与程度与质量评分。

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量、平时小测验等进行评价。

(3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3. 期末成绩评定

根据期末闭卷考试卷面成绩评定。

### (二) 评分标准



序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写比较整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
会展概论（第2版）	来逢波	北京大学出版社	2019	否	

## 九、主要参考书目

- [1]张琼. 现代会展业与城市经济发展研究. 北京: 中国商务出版社. 2020.
- [2]罗秋菊. 会展概论. 北京: 高等教育出版社. 2020.
- [3] (西)费尔南德斯编著, 古颖译. 会展活动的创意与设计. 上海: 上海人民美术出版社. 2016.
- [4]刘民坤. 会展活动对主办城市的社会影响研究. 北京: 经济管理出版社. 2013.
- [5]张凡. 中国展览业大事记. 武汉: 华中科技大学出版社. 2020.
- [6]张健康. 会展学概论(第二版). 北京: 高等教育出版社. 2016.

## 十、课程学习建议

1. 明确学习目标，课前做好预习，带着问题进入课堂，保证课堂效果。

2. 在课程内容的学习上，结合会展活动案例对基本概念和基础理论进行理解和掌握。课后要搜集身边的会展活动案例，运用所学知识进行分析及归纳总结。

3. 要关注会展行业动态，找寻学习资源，在学习过程中遇到问题时，可以利用网络平台学习资源等方式解决问题。



# 会展经济与管理专业

## 《旅游接待业》课程大纲

晋中学院旅游管理系  
2023年8月

# 《旅游接待业》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	旅游接待业 Tourism Reception Industry		
课程编码	231510609B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	旅游学概论	修读学期	第三学期
课程类别	专业核心课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 32，实践学时 0）		
执笔人	赵越	审核人	申磊

## 二、课程简介

《旅游接待业》是针对会展经济与管理应用型本科专业开设的一门专业核心课，是该专业学生学习和掌握本专业知识的核心必修课程之一。该课程在旅游类专业人才培养模式中属于基础课程，为进一步学习后续专业主干课程、选修课程及从事本专业相关工作奠定良好的基础知识体系及基础理论涵养，以实现“厚基础、宽口径、重应用”的旅游管理类专业课程定位和人才培养目标。通过《旅游接待业》的讲授，使学生产生专业兴趣和专业认同感，了解有关旅游接待业的基本理论知识，形成对旅游接待业体系框架的总体认识，初步掌握运用所学知识分析特定区域旅游接待业服务运营管理的活动现象规律及旅游接待业发展趋势的能力。为后续其它专业知识的学习奠定基础。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：学生能够了解旅游接待业的概念和内涵、特征和分类，掌握旅游接待业的理念和方法。学生能够掌握传统旅游接待业的业务类型与管理，新型旅游接待业的主要业务类型与管理，跨界旅游接待业的概念特征、主要类型及业务管理。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：学生通过学习旅游接待业，能够了解国内外关于旅游接待业的主流观点，加深对我国旅游接待业的认识。【毕业要求 2.2】

课程目标 3：学生通过团队协作任务作业、案例分析研讨、课堂辩论等教学环节，以加强团队合作、组织协调沟通、独立思考及语言表达等综合素质能力。能够有效使用所学方法解决旅游接待业中的具体问题。【毕业要求 4.2】

课程目标 4：学生通过比较国内外关于旅游接待业的主流观点，能够在服务中尊重不同文化的差异性，对中外旅游接待业的发展有正确评价。【毕业要求 8.2】

## (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	2 学科知识	2.1 扎实的人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	2 学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 3	3 应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中，将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。
课程目标 4	8 国际视野	8.2 了解全球旅游业及会展业的动态，在服务中尊重不同文化的差异性。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
旅游接待业绪论	课程目标 1、2、4	讲授法、案例法	4
旅游接待业核心理念与方法	课程目标 1、2、4	讲授法、案例法	4
传统旅游接待业务管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例法、讨论法、演示法	4
新型旅游接待业务管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例法、讨论法、演示法	6
跨界旅游接待业务管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例法、讨论法、演示法	6
旅游接待业品牌战略管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例法	4
旅游接待业服务管理创新	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例法	4
合计			32

### (二) 课程内容

#### 旅游接待业绪论

##### 【学习目标】

1. 知道国内外对旅游接待业的定义和主流观点，旅游接待业的主要特征和分类。知道我国旅游接待业的概念范畴，明确其广义概念和狭义的概念的不同，国旅游接待业的主要内涵。

2. 能对旅游接待业有一定认识，能辨析旅游接待业的概念范畴和主要内涵特点，能比较和运用旅游接待业的不同分类方法。

3. 加强学生对旅游接待业的科学认识，培养学生对旅游接待业服务运营管理的兴趣，引导学生关注、思考旅游接待业的各种问题。

#### 【课程内容】

1. 旅游接待业的基本概念
2. 旅游接待业的内涵
3. 旅游接待业的主要特征
4. 旅游接待业的具体分类
5. 旅游接待业的研究领域

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游接待业的概念定义（国际常见的概念界定及本教材的定义）；旅游接待业的主要特征。

2. 难点：旅游接待业的主要内涵；旅游接待业的具体分类。

#### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授旅游接待业的基本概念、内涵、研究领域。
2. 案例法：对旅游接待业的主要特征和具体分类进行案例讲解。

#### 【学习要求】

1. 课前自觉预习、课上认真听讲，做好课堂笔记，勤于思考，踊跃回答问题，参与讨论。

2. 课后参阅学习资源及参考书目，完成复习与思考题，从而巩固课堂知识。

#### 【复习与思考】

1. 结合课堂讲过的旅游接待业的概念，说明狭义的旅游接待业与广义的旅游接待业有哪些区别，各自有什么内涵？

2. 理清不同类型的旅游接待行业所具备的不同特征。

3. 分析不同类型的旅游接待行业今后的发展趋势。

#### 【学习资源】

1. 推荐阅读：李明龙, 邱海莲. 旅游接待业（课程思政版）[M]. 华中科技大学出版社, 2022. 8.

2. 学习通相关基础章节知识题目测试

## 旅游接待业核心理念与方法

### 【学习目标】

1. 能记住旅游接待业的核心意识、核心理念，知道旅游接待业的科学管理方法。
2. 能简述和说明旅游接待业的核心意识和基本理念。能将旅游接待业的科学管理方法并运用于实践中。
3. 加深学生对旅游接待业的从业的认识，培养学生们的职业素养。

### 【课程内容】

1. 旅游接待业的基本意识
2. 旅游接待业的核心理念
3. 旅游接待业的科学管理方法

### 【重点、难点】

1. 重点：旅游接待业的核心意识与核心理念。
2. 难点：旅游接待业的科学管理方法。

### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授旅游接待业的基本意识、核心理念和科学管理方法的基本内涵。
2. 案例法：对旅游接待业的基本意识、核心理念和科学管理方法的具体内容进行案例讲解。

### 【学习要求】

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章节内容。
2. 课堂认真听讲，积极思考，踊跃回答问题，参与课堂互动。
3. 完成课后思考题，巩固课堂所学知识。

### 【复习与思考】

1. 举例谈谈旅游接待业应具备哪些基本意识与核心理念。
2. 思考旅游接待业的科学管理方法有哪些，该如何应用于实践中？

### 【学习资源】

1. 推荐阅读：李明龙, 邱海莲. 旅游接待业（课程思政版）[M]. 华中科技大学出版社, 2022. 8.
2. 学习通相关基础章节知识题目测试

## 传统旅游接待业务管理

### 【学习目标】

1. 知道传统酒店、传统景区、传统旅行社接待业务的内容及管理。

2. 能运用所学知识，从专业的视角评价传统旅游接待业的业务管理水平，并思考提出改进的措施。

3. 增强学生对传统旅游接待业实际业务运营管理的认知和关注。

#### 【课程内容】

1. 酒店的接待业务内容及管理
2. 景区的接待业务内容及管理
3. 旅行社的接待业务内容及管理

#### 【重点、难点】

1. 重点：传统接待业务的内容和管理。
2. 难点：旅游投诉的接待和处理。

#### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授传统酒店、传统景区、传统旅行社接待业务的具体内容  
2. 案例法：对传统酒店、传统景区、传统旅行社接待业务管理实际案例进行分析。

3. 讨论法：对传统酒店、传统景区、传统旅行社接待业务管理实际案例进行讨论分析。

4. 演示法：利用视频，对传统酒店、传统景区、传统旅行社接待业务的具体内容进行演示。

#### 【学习要求】

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。
2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。
3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

#### 【复习与思考】

1. 谈谈对旅游接待业业务运营管理的认识。
2. 思考如何成为一名优秀的旅游服务接待管理人员。

#### 【学习资源】

1. 推荐阅读：李明龙, 邱海莲. 旅游接待业（课程思政版）[M]. 华中科技大学出版社，2022. 8.

2. 学习通相关基础章节知识题目测试

3. 学习通关于传统酒店、传统景区、传统旅行社接待业务内容的相关视频

## 新型旅游接待业务管理

#### 【学习目标】

1. 知道新型旅游接待业兴起的背景、概念和特征。能简述汽车营地、邮轮、



民宿旅游接待业务的特征、内容及管理。

2. 能运用所学知识，从专业的视角评价不同新型旅游接待业务的内容和管理，并思考提出改进的措施。

3. 增强学生对新型旅游接待业实际业务运营管理的认知和关注。

#### 【课程内容】

1. 新型旅游接待业务的兴起、内涵与特征

2. 汽车营地旅游接待业的内容和管理

3. 邮轮旅游接待业的内容和管理

4. 民宿旅游接待业的内容和管理

#### 【重点、难点】

1. 重点：新型旅游接待业务的内容和管理。

2. 难点：新型旅游接待业务的主要类型和异同。

#### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授新型旅游接待业务的兴起、内涵与特征，汽车、邮轮、民宿旅游接待业的内容和管理。

2. 案例法：对汽车、邮轮、民宿接待业务管理实际案例进行分析。

3. 讨论法：对汽车、邮轮、民宿接待业务管理实际案例进行讨论分析。

4. 演示法：利用视频，对汽车、邮轮、民宿接待业务的具体内容进行演示。

#### 【学习要求】

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。

2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。

3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

#### 【复习与思考】

1. 查阅资料，知道还有哪些其它的新型旅游接待业务，各有些什么特点？

2. 比较不同类型的新型旅游接待业务的异同。

#### 【学习资源】

1. 推荐阅读：①李明龙, 邱海莲. 旅游接待业（课程思政版）[M]. 华中科技大学出版社, 2022. 8. ②楼嘉军. 休闲 旅游 民宿：观察与思考 [M]. 上海交通大学出版社, 2017；③王建喜. 邮轮旅游服务管理 [M]. 旅游教育出版社, 2017.

2. 学习通相关基础章节知识题目测试

3. 学习通关于汽车、邮轮、民宿接待业务内容的相关视频

4. 学习通关于汽车、邮轮、民宿接待业务内容的相关最新政策及解读

5. 学习网站：中国房车旅游网，环球网，文化和旅游部，百度百科，去哪儿网，途牛网，携程网，蚂蜂窝，飞猪网、民宿网、绿维文旅、同程旅游、迈

点网、出游客旅游网等各大网站。微信公众号：民宿圈，中国旅游报，智慧旅游，搜狐旅游。移动互联网客户端：抖音 APP，微博

## 跨界旅游接待业务管理

### 【学习目标】

1. 知道跨界旅游接待业兴起的背景、概念和特征。能简述在线、会展、特色小镇旅游接待业务的特征、内容及管理。
2. 能运用所学知识，从专业的视角评价不同新型旅游接待业务的内容和管理，并思考提出改进的措施。
3. 增强学生对跨界旅游接待业实际业务运营管理的认知和关注。

### 【课程内容】

1. 跨界旅游接待业务兴起、类型特征及发展趋势。
2. 在线旅游接待业务的内容和管理
3. 会展旅游接待业务的内容和管理
4. 特色小镇旅游接待业务的内容和管理

### 【重点、难点】

1. 重点：跨界旅游接待业务的内容和管理。
2. 难点：跨界旅游接待业务的主要类型和异同。

### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授跨界旅游接待业务的兴起、内涵与特征，在线、会展、特色小镇旅游接待业的内容和管理。
2. 案例法：对在线、会展、特色小镇接待业务管理实际案例进行分析。
3. 讨论法：对在线、会展、特色小镇接待业务管理实际案例进行讨论分析。
4. 演示法：利用视频，对在线、会展、特色小镇旅游接待业务的具体内容进行演示。

### 【学习要求】

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。
2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。
3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

### 【复习与思考】

1. 查阅资料，谈谈 还有哪些其它类型的跨界旅游接待业务，各有什么特点。
2. 比较不同类型的跨界旅游接待业务的异同。

### 【学习资源】

1. 推荐阅读：李明龙, 邱海莲. 旅游接待业（课程思政版）[M]. 华中科技大学出版社, 2022. 8.

2. 学习通相关基础章节知识题目测试

3. 学习通关于在线、会展、特色小镇旅行社接待业务内容的相关视频

4. 学习通关于在线、会展、特色小镇接待业务内容的相关最新政策及解读

5. 学习网站：中国房车旅游网，环球网，文化和旅游部，百度百科，去哪儿网，途牛网，携程网，蚂蜂窝，飞猪网、民宿网、绿维文旅、同程旅游、迈点网、出游客旅游网等各大网站。微信公众号：民宿圈，中国旅游报，智慧旅游，搜狐旅游。移动互联网客户端：抖音 APP ， 微博

### 旅游接待业品牌战略管理

#### 【学习目标】

1. 知道旅游接待业品牌建设发展的历程。能列出旅游接待业品牌的构成、内涵及功能，品牌的定位、设计及推广，品牌的竞争战略 与战略体系构建。

2. 能认识到旅游接待业品牌建设管理的重大价值，简述旅游接待业品牌塑造的全过程及其内容。

3. 增强对国内外旅游接待业品牌的关注；培养品牌意识。

#### 【课程内容】

1. 旅游接待业品牌建设发展的历程

2. 旅游接待业品牌的概述

3. 旅游接待业品牌的定位、设计及推广

4. 旅游接待业品牌的竞争战略及策略选择

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游接待业品牌定位、设计及推广。

2. 难点：旅游接待业品牌竞争战略及策略选择。

#### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授旅游接待业品牌建设发展的历程，品牌的构成、内涵及功能，品牌的定位、设计及推广，品牌的竞争战略与战略体系构建。

2. 案例法：对品牌的定位、设计及推广的具体内容进行案例讲解。

#### 【学习要求】

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。

2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。

3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

#### 【复习与思考】

1. 思考：对比国内外旅游接待业品牌建设的差异，探讨我国旅游接待业未来的品牌战略选择及具体策略。

#### 【学习资源】

1. 推荐阅读：李明龙, 邱海莲. 旅游接待业（课程思政版）[M]. 华中科技大学出版社, 2022. 8.

2. 学习通相关基础章节知识题目测试

3. 各地旅游宣传片与旅游目的地营销宣传相关的各地综艺节目、电视电影等视频节选《汉秀》、《印象丽江》等各地旅游视频影像资料

### 旅游接待业服务管理创新

#### 【学习目标】

1. 能举例说明旅游接待业服务理念创新的重要意义及四大转变，旅游接待业服务管理技术创新的六大手段，旅游接待业服务管理创新的主要内容。知道旅游接待业服务管理的三大创新模式和服务市场创新的主要途径。

2. 能结合实际，分析旅游接待业技术创新在旅游接待业管理中 所起的重要作用。能结合实际思考旅游接待服务管理创新的未来趋势。

3. 增强学生对旅游接待业服务管理创新模式 的认识，进一步增强其专业认同感和从业兴趣。

#### 【课程内容】

1. 旅游接待业服务管理的技术创新

2. 旅游接待业服务管理的主要内容创新

3. 旅游接待业服务管理的三大创新模式

4. 旅游接待业服务市场创新的二大视角

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游接待业服务管理创新的主要内容和技术手段。

2. 难点：旅游接待业管家的素质能力培养及管理。

#### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授旅游接待业服务理念创新的重要意义及四大转变，旅游接待业服务管理技术创新的六大手段，旅游接待业服务管理创新的主要内容，旅游接待业服务管理的三大创新模式和服务市场创新的主要途径。

2. 案例法：采用案例讲解的方式分析旅游接待业服务管理技术创新的六大手段以及旅游接待业服务管理的三大创新模式和服务市场创新的主要途径

#### 【学习要求】

1. 复习上一章所学的基本知识，并自觉预习本章内容。

2. 课上认真听讲，积极思考，参与课堂互动。

3. 完成课后思考题，巩固课堂所学。

#### 【复习与思考】

1. 谈谈对旅游接待业 服务管理创新 的认识。

2. 如何进行“管家式服务”实践，将管理工作从理念向实践进行转化？

#### 【学习资源】

1. 推荐阅读：旅游接待业（课程思政版）[M]. 华中科技大学出版社，2024

2. 学习通相关基础章节知识题目测试

## 五、实践教学安排

1. 实践教学学时：0 学时

2. 实践方式：灵活实践，即主要通过对旅游接待业案例深度分析。通过研究旅游接待业实际案例，一是为学生提供宝贵的实践经验和教训，加深学生对现实存在问题的认识。二是培养学生解决问题的能力，促进学生的交流和学习技能的发展。三是案例分析需要学生扮演积极角色，从而启发学生的解决问题的思维模式和创意能力，提高学生的判断能力和逻辑能力。

3. 实践能力展示：小组选择一个传统旅游接待业（景区、酒店、旅行社）、新型旅游接待业（汽车营地、游轮、民宿）或跨界旅游接待业（在线平台、会展、特色小镇）进行案例深度分析，制作 PPT，进行成果展示和汇报分享。实践成果为提交小组汇报 PPT。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核包括：课堂表现、平时作业（含小组展示汇报）、课堂笔记等。

期末考核采用闭卷考试。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	旅游接待业的概念和内涵、特征和分类、理念、方法，以及传统、新型、跨界旅游接待业的类型和管理内容 25%	课堂讨论、团队合作、期末考试
课程目标 2	旅游接待业前沿知识的了解及掌握 25%	报告展示、团队合作、期末考试

课程目标 3	旅游接待业管理的各种方法 25%	课堂讨论、课后习题测试、期末考试
课程目标 4	旅游接待业管理中具体问题的具体解决 25%	报告展示、团队合作、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩 = (课堂表现 × 30% + 平时作业 × 40% + 课堂笔记 × 30%) × 30% + 期末考试成绩 × 70%

#### 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现：根据学生到课情况、听讲是否认真、课堂参与程度及质量综合量分。

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数、完成质量进行量分。

(3) 课堂笔记：根据学生对教学内容记录的详实程度，重、难点的标记，自己对知识点的归纳总结和拓展深化进行量分。

#### 3. 期末成绩评定

根据期末闭卷考试卷面成绩评定。

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	不缺勤，认真听讲，积极发言、讨论，课堂参与频率高、质量好。	缺勤 1-2 次，听讲较认真，发言、讨论较积极，课堂参与频率较高、质量较好。	缺勤 2-3 次，听讲基本认真，发言、讨论不太积极，课堂参与频率较低、质量一般。	缺勤 3-4 次，听讲不认真，发言、讨论不积极，课堂参与频率低、质量较差。	缺勤 5 次及以上，听讲不认真，基本不主动发言、讨论，课堂参与频率低、质量差。
2	平时作业	提交全部作业，内容完整、规范，对问题的分析很深入，有很高的创新性。	提交全部作业，内容完整、规范，对问题的分析比较深入，有较高的创新性。	提交全部作业，内容基本完整、规范，对问题做出了基本分析，创新性一般。	提交全部作业，内容基本完整、规范，对问题分析不太到位，没有创新性。	未提交全部作业或作业内容不完整、不规范。
3	课堂笔记	对教学内容记录详实，重、难点标记	对教学内容记录比较详实，重、难点	对主要的教学内容进行记录和补充，	仅记录教学内容的理论框架，未标注	笔记容量很少，教学章节不全。

		准确,对知识点进行归纳总结和拓展深化。	标记准确。	重、难点标记基本准确。	重、难点。	
--	--	---------------------	-------	-------------	-------	--

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
旅游接待业(第三版)	马勇	华中科技大学出版社	2024	否	

## 九、主要参考书目

1. 李明龙, 邱海莲. 旅游接待业(课程思政版)[M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2022.
2. 何建民. 旅游接待业——理论、方法与实践[M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2019.

## 十、课程学习建议

1. 需在课余时间对旅游接待业相关前沿信息保持高度关注, 主要学习来源为各大网站: 如中国房车旅游网, 环球网, 文化和旅游部, 百度百科, 去哪儿网, 途牛网, 携程网, 蚂蜂窝, 飞猪网、民宿网、绿维文旅、同程旅游、迈点网、出游客旅游网等各大网站。微信公众号: 民宿圈, 中国旅游报, 智慧旅游, 搜狐旅游。移动互联网客户端: 抖音 APP, 微博。

2. 积极参与旅游实践活动, 在实践中理解旅游接待业的相关知识、理念, 体悟课堂所学理论知识, 勤于思考, 有能力完成旅游接待管理和服务相关工作。







# 会展经济与管理专业

## 《旅游消费者行为》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《旅游消费者行为》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	旅游消费者行为 Tourism Consumer Behavior		
课程编码	231510610B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	旅游学概论	修读学期	第三学期
课程类别	专业核心课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 32 ，实践学时 0）		
执笔人	米雪	审核人	申磊

## 二、课程简介

《旅游消费者行为》是会展经济与管理专业的专业核心课程，是将行为学和心理学的基本理论、基础知识运用于旅游服务业的应用性学科。学习本课程可以让学生具备基本的心理学、行为学知识和旅游学知识，能够根据旅游消费者的行为特征了解其行为和心理，预测其行为及意图，能对旅游消费者更好的提供服务。也有利于今后的从业中，管理人员掌握员工心理管理好企业，对于服务人员而言可以更好的了解自己，减轻心理压力，进行自我心理调节，所以进行旅游消费者行为的学习对于旅游事业的发展有着至关重要的作用。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：在教师的指导下，能够知道相关的旅游学、社会学、人类学、经济学等学科知识和研究方法，为从事旅游管理的相关工作奠定知识和方法的基础，并能总结旅游消费者行为学的基本理论和基本体系等方面的基础知识，加深学生对消费者行为学和旅游学知识的基本理解和认识，建立旅游消费者行为的知识储备。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：能够运用消费者行为的基本理论和知识对旅游消费者的行为进行初步分析，认识旅游消费者行为影响因素的重要性，加强学生的自我调节和掌控水平，培养学生运用消费者行为和心理学知识分析问题、解决实际问题

的能力，通过对旅游消费者的学习，提高学生对消费者行为的认知，拓展学生的知识面，并能通过热点案例的分享，知悉行业前沿和行业发展动态。【毕业要求 2.2】

课程目标 3：在课程内容学习之后，学生能够运用专业相关理论和方法，解决旅游消费者管理和旅游决策过程中的现实问题。【毕业要求 4.2】

课程目标 4：在教师讲授后，能够让学生认识群体差异、文化差异以及营销这些外部因素对旅游消费者行为的影响，进而理解旅游消费背后的文化差异，提升学生对于文化差异的尊重感，让其具有国际视野。【毕业要求 8.2】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 3	应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中，将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。
课程目标 4	国际视野	8.2 了解全球旅游业及会展业的动态，在服务中尊重不同文化的差异性。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
旅游消费者行为学的基本问题	课程目标 1、2	讲授法，案例分析法，讨论法	2
旅游消费者行为学的基本理论	课程目标 1、2	讲授法，案例分析法，讨论法	1
动机与旅游消费者行为	课程目标 1、2	讲授法，案例分析法，讨论法	3
感知与旅游消费者行为	课程目标 1、2	讲授法，案例分析法，讨论法	3
学习与旅游消费者行为	课程目标 1、2	讲授法，案例分析法，讨论法	3
态度与旅游消费者行为	课程目标 1、2	讲授法，案例分析法，讨论法	3
个性与旅游消费者行为	课程目标 1、2	讲授法，案例分析法，讨论法	3

社会群体与旅游消费者行为	课程目标 2、4	讲授法, 案例分析法, 讨论法	2
文化与旅游消费者	课程目标 2、4	讲授法, 案例分析法, 讨论法	2
营销组合与旅游消费者行为	课程目标 2、3、4	讲授法, 案例分析法, 讨论法	3
旅游决策	课程目标 2、3	讲授法, 案例分析法, 讨论法	2
旅游体验	课程目标 2、3	讲授法, 案例分析法, 讨论法	4
旅游消费者的购后评价	课程目标 2	讲授法, 案例分析法, 讨论法	1
合计			32

## (二) 课程内容

### 旅游消费者行为学的基本问题

#### 【学习目标】

1. 理解旅游产品、旅游消费、旅游消费者和旅游消费者行为的概念。
2. 掌握旅游消费者行为学的研究对象与内容。
3. 了解旅游消费者行为的理论来源和研究方法。
4. 了解旅游消费者行为学的发展历史。

#### 【课程内容】

1. 互动介绍——旅游消费者行为互动提问。
2. 课程导入——旅游消费者行为举例。
3. 任务一——旅游消费者行为学的研究对象与内容。
4. 任务二——旅游消费者行为学的理论来源和研究方法。
5. 任务三——旅游消费者行为研究的历史与发展。

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游消费者行为的基本概念、内容、理论来源与方法；旅游消费者行为学的研究意义。
2. 难点：旅游消费者的研究对象范围划定、分类；怎样将心理学的内容与旅游消费者行为联系起来。

#### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授旅游产品、旅游消费、旅游消费者、旅游消费者行为等概念，旅游消费者行为学的理论来源、研究方法和发展历史。
2. 讨论法：选择 3-5 名学生谈谈对旅游消费者行为的认识，说明游客的心理活动、行为方式、游后的感受与后续行为在消费行为中的表现。

#### 【学习要求】

1. 能谈谈自己对旅游消费者行为的认识。
2. 能辨析旅游消费者行为的概念范畴和研究对象。
3. 能初步掌握旅游消费者行为的研究方法。

#### 【复习与思考】

1. 旅游消费者行为学的研究内容具体有哪些。
2. 结合实际谈谈旅游消费者行为的对于旅游发展的研究意义。

#### 【学习资源】

吴必虎, 黄潇婷等. 旅游学概论. [M]. 北京: 中国人民大学出版社. 2013.  
龙江智. 中国旅游消费行为模式研究[M]. 北京: 旅游教育出版社. 2014.  
孙九霞, 陈钢华. 旅游消费者行为学[M]. 沈阳: 东北财经大学出版社. 2015.  
旅游行为的研究模式

#### 【学习目标】

1. 了解旅游购买行为理论。
2. 了解旅游消费者行为模式。
3. 了解有限理性理论。
4. 了解旅游者二元行为理论、环城游憩行为理论等旅游消费者行为学的基本理论。

#### 【课程内容】

1. 课程回顾——旅游消费者行为学的基础提问。
2. 课程导入——旅游消费者行为的案例引入。
3. 任务一——旅游消费者购买行为理论介绍。
4. 任务二——旅游消费者的行为模式。
5. 任务三——有限理性理论。
6. 任务四——旅游者二元行为理论。
7. 任务五——环城游憩理论。

#### 【重点、难点】

1. 重点: 旅游消费者行为学的基础理论。
2. 难点: 将旅游消费者行为学的基础理论运用于实践中。

#### 【教学方法】

1. 讲授法: 讲授旅游购买行为理论、旅游消费者行为模式、有限理性理论、旅游者二元行为理论、环城游憩行为理论。
2. 讨论法: 选择同学分享自己在旅游过程的购物经历与心理体验, 并尝试通过理论解释其消费行为。

#### 【学习要求】

1. 能讲述旅游消费者行为学的基本理论涵义。
2. 能将旅游消费者行为学的基本理论与实际问题联系起来。

#### 【复习与思考】

1. 谈谈旅游消费者行为还涉及到哪些其他的理论。
2. 该如何将有限性理论、旅游者二元行为理论应用于实践中？

#### 【学习资源】

李志飞.生活在别处：旅游者二元行为理论[J].旅游学刊,2014,29(8):13-14.

李志飞.异地性对冲动性购买行为影响的实证研究[J].南开管理评论,2007,10(6):11-18.

### 动机与旅游消费者行为

#### 【学习目标】

1. 了解需要的概念与分类，以及动机的概念、功能和种类。
2. 理解需要与动机的关系。
3. 掌握旅游需要的概念，理解旅游需要的单一性与复杂性之间的关系。
4. 掌握旅游动机的内涵、特征和产生条件。
5. 了解旅游动机的经典理论。

#### 【课程内容】

1. 课程回顾——旅游消费者行为学的基础理论与深层理论提问。
2. 课程导入——旅游消费者动机激发的故事引入。
3. 任务一——需要与动机。
4. 任务二——旅游需要与旅游动机。
5. 任务三——旅游消费者动机的经典理论。

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游动机的内涵、特征和产生条件。
2. 难点：旅游动机与需要的关系理解。

#### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授需要、动机的基本概述；动机与需要的关系；旅游需要、旅游动机的内涵；旅游动机的五大特征；旅游动机激发的方法与手段。
2. 讨论法：挑选同学分享自己为什么想要去某个旅游地，动机是什么。

#### 【学习要求】

1. 学会在实践中观察旅游消费者的需要。
2. 学会在实践中如何激发旅游动机。

#### 【复习与思考】

1. 如何理解需要与动机的关系？旅游动机是为了满足什么需要？请举例说

明。

2. 结合实际情况，举例说明如何激发旅游消费者的旅游动机。

**【学习资源】**

兰宗荣. 朱熹的旅游动机与旅游文化人格新探[J]. 合肥学院学报(社会科学版),2013,01:18-22.

感知与旅游消费者行为

**【学习目标】**

1. 掌握感觉、知觉、感知等心理学概念、种类和特性。
2. 理解感觉与知觉之间的关系。
3. 了解影响旅游消费者感知的客观和主观因素。
4. 了解旅游消费者对各种旅游条件的感知。

**【课程内容】**

1. 课程回顾——旅游消费者行为学的基础理论与深层理论提问。
2. 课程导入——旅游消费者动机激发的故事引入。
3. 任务一——需要与动机。
4. 任务二——旅游需要与旅游动机。
5. 任务三——旅游消费者动机的经典理论。

**【重点、难点】**

1. 重点：旅游感知的影响因素与过程形成。
2. 难点：感知作用于旅游消费者行为的过程与机理。

**【教学方法】**

1. 讲授法：讲授感觉和知觉的分类、特性旅游感知的影响因素，旅游者对旅游条件的感知。

2. 演示法：PPT 演示经典的有关知觉的图片，并让学生回答看到了什么，有什么感受。

**【学习要求】**

能够将感觉、知觉、感知运用于实践中对旅游消费者的分析中，从而给出合理的管理与营销策略。

**【复习与思考】**

1. 什么是感觉？什么是知觉？运用所学知识阐述感觉和知觉的联系与区别；
2. 某旅游景区在旅游者心目中的感知形象并不好，你将如何做以改变旅游者对该景区的感知？

**【学习资源】**

薛群慧.现代旅游心理学[M].北京：科学出版社.2011

## 学习与旅游消费者行为

### 【学习目标】

1. 了解学习的含义和特征
2. 了解学习理论及应用
3. 了解旅游消费者学习的主要内容
4. 了解旅游消费者学习的主要途径

### 【课程内容】

1. 课程回顾——旅游消费者感知的基础提问。
2. 课程导入——相关案例的引入。
3. 任务一——学习的概述。
4. 任务二——旅游消费者学习的内容与途径。

### 【重点、难点】

1. 重点：学习的概念，特征，经典理论。
2. 难点：旅游消费者的学习行为特征。

### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授学习的概念、4大学习理论与其应用。
2. 讨论法：让学生阅读巴甫洛夫喂狗实验的案例，并回答什么是学习，什么因素会影响学习行为。

### 【学习要求】

通过了解学习的内容，特征与途径，能将这些理论运用于旅游消费者行为分析中。

### 【复习与思考】

1. 简述学习理论，举例说明这些理论在旅游市场营销中的应用。
2. 旅游消费者学习的主要途径有哪些？

### 【学习资源】

舒伯阳，廖兆光编著.旅游心理学[M].沈阳：东北财经大学出版社.2011.

## 态度与旅游消费者行为

### 【学习目标】

1. 掌握态度的概念、构成、特性、功能和作用
2. 了解态度与行为的关系，理解态度对旅游消费者行为的影响
3. 理解态度与旅游偏好、旅游决策的关系
4. 了解旅游消费者态度的形成与改变的相关理论、影响因素

### 【课程内容】

1. 课程回顾——旅游消费者学习的基础提问。



2. 课程导入——相关案例的引入。
3. 任务一——旅游消费者态度的概述。
4. 任务二——旅游消费者态度与旅游行为。
5. 任务三——旅游消费者态度的形成与改变。

**【重点、难点】**

1. 重点：旅游消费者的态度改变的途径。
2. 难点：旅游消费偏好与旅游消费决策的关系。

**【教学方法】**

1. 讲授法：讲授旅游消费者态度与旅游行为，旅游消费者态度的形成与改变。
2. 讨论法：给学生们发放态度测量的问卷进行学习。

**【学习要求】**

能够结合实际，制定改变旅游消费者态度的基本策略。

**【复习与思考】**

1. 旅游消费者的态度是怎么形成的？态度一旦形成后，什么因素影响其改变？
2. 选择一个旅游目的地，分析下如何改变一个对该目的地评价不高的旅游消费者的态度。

**【学习资源】**

王曼等编著.消费者行为学[M].北京：机械工业出版社.2011

个性与旅游消费者行为

**【学习目标】**

1. 掌握个性的内涵、特征以及影响个性形成和发展的因素。
2. 了解个性的经典理论。
3. 理解个性特质、个性类型、自我概念和生活方式等与旅游行为之间的关系。
4. 理解个性结构与旅游行为之间的关系。

**【课程内容】**

1. 课程回顾——旅游消费者态度的基础提问。
2. 课程导入——相关内容的引导提问。
3. 任务一——个性的形成。
4. 任务二——个性特征与旅游消费者行为。
5. 任务三——个性结构与旅游消费者行为。
6. 任务四——旅游消费者个性测量和实践运用。

### 【重点、难点】

1. 重点：不同个性的旅游者在旅游过程中的行为表现。
2. 难点：针对不同个性的旅游者，怎样提供与之相应的旅游服务。

### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授个性特质、个性类型、自我概念和生活方式等方面讨论个性特征与旅游行为之间的关系；3种自我状态，自我状态对旅游决策影响。
2. 讨论法：让学生举例说出能够用来形容个性的词汇。

### 【学习要求】

学会个性的测量方法以及将个性运用在旅游实践中。

### 【复习与思考】

1. 试分析不同生活方式的人的个性特征及其在旅游活动中的行为表现。
2. 举例说明旅游消费者在旅游决策中体现出的儿童状态、父母状态和成人状态，并讨论针对这些状态旅游企业应采取何种对策。

### 【学习资源】

白凯.旅游者行为学[M].北京：科学出版社.2013.

## 社会群体与旅游消费者行为

### 【学习目标】

1. 了解社会群体的概念、特征、类型以及与旅游消费者密切相关的社会群体。
2. 掌握参照群体的概念、影响方式。
3. 了解参照群体对旅游消费者行为的影响和在旅游营销中的应用。
4. 了解家庭对消费者行为的影响，并熟悉在家庭生命周期的每个阶段，旅游消费者行为所呈现的特征。
5. 了解家庭成员角色、家庭旅游决策方式。
6. 了解家庭旅游决策的影响因素。

### 【课程内容】

1. 课程回顾——旅游消费者个性的基础提问。
2. 课程导入——相关案例的引入。
3. 任务一——社会群体概述。
4. 任务二——参照群体与旅游消费者行为。
5. 任务三——家庭与旅游消费者行为。
6. 任务四——社会阶层与旅游消费者行为。

### 【重点、难点】

1. 重点：参照群体如何影响旅游消费者行为。

2. 难点：不同的社会阶层对旅游消费者影响的差异性。

**【教学方法】**

1. 讲授法：社会群体的基本特征；社会群体的三大类型；5 种基本社会群体。

2. 讨论法：展示现实中发生的案例，并让学生举例类似经历。

**【学习要求】**

能够制定相关的旅游消费者营销策略。

**【复习与思考】**

1. 分析在旅游活动中，参照群体对旅游消费者行为的影响体现在哪些方面？

2. 描述你旅游过程中参与其中的两个群体，各举一个以它们作为参照群体的例子。

**【学习资源】**

张树夫主编.旅游心理学[M].北京：高等教育出版社.2001.

文化与旅游消费者行为

**【学习目标】**

1. 掌握文化的概念与特征、亚文化的概念与类型。
2. 掌握文化价值观的概念，了解文化价值的三种形式。
3. 熟悉中国传统文化的基本精神。
4. 了解中国传统文化对旅游消费者行为的影响。
5. 熟悉中国旅游消费者的面子结构和面子文化在旅游消费行为中的表现。
6. 了解面子文化对旅游消费行为的影响。

**【课程内容】**

1. 课程回顾——社会群体的基础提问。
2. 课程导入——相关案例的引入。
3. 任务一——文化概述。
4. 任务二——文化差异与价值观。
5. 任务三——中国传统文化与旅游消费者行为。

**【重点、难点】**

1. 重点：文化差异带来的旅游消费者行为差异。
2. 难点：文化与旅游的耦合关系。

**【教学方法】**

1. 讲授法：文化的含义；文化差异的衡量；文化差异与旅游消费者行为；文化价值观的三种形式。

2. 讨论法：由于中西方文化差异导致的出游习惯以及方式的不同。

**【学习要求】**

在实践中能够熟悉旅游消费者的社会文化背景从而提供相应的服务。

**【复习与思考】**

1. 阐述中国传统文化对旅游消费者行为的影响，并用案例进行论证。
2. 阐述面子文化在旅游消费行为中的表现，并举例说明面子文化对旅游消费行为的影响。

**【学习资源】**

郭晓琳. 中国旅游者的面子结构与旅游行为——一项探索性研究[J]. 人文地理,2015,01:122-128

### 营销组合与旅游消费者行为

**【学习目标】**

1. 熟悉旅游产品的生命周期策略、新产品策略及品牌策略。
2. 了解旅游消费者的价格心理与对价格的诉求。
3. 熟悉旅游产品的价格策略。
4. 掌握旅游销售渠道的概念与类型。
5. 了解影响旅游销售渠道选择的主要因素、及旅游零售商对旅游消费者行为的影响。
6. 熟悉旅游销售渠道策略。
7. 掌握旅游促销与旅游促销组合的概念。
8. 了解旅游促销的作用。
9. 熟悉旅游促销的策略。

**【课程内容】**

1. 课程回顾——文化因素与旅游消费者的基础提问。
2. 课程导入——相关案例的引入。
3. 任务一——产品与旅游消费者行为。
4. 任务二——价格与旅游消费者行为。
5. 任务三——渠道与旅游消费者行为。
6. 任务四——促销与旅游消费者行为。

**【重点、难点】**

1. 重点：4P 策略与旅游消费者行为。
2. 难点：旅游产品的营销策略，旅游促销的策略。

**【教学方法】**

1. 讲授法：4P 策略与旅游消费者行为。

2. 讨论法：讨论经典的旅游营销案例，如迪士尼等。

**【学习要求】**

在实践中能够制定相应的旅游产品策略，销售策略，促销策略。

**【复习与思考】**

1. 阐述旅游零售商对旅游消费者行为的影响。
2. 结合自身亲身经历谈谈旅游促销方式有哪些？

**【学习资源】**

马勇，刘名俭.旅游市场营销管理 第3版[M].沈阳：东北财经大学出版社.2008.

## 旅游决策

**【学习目标】**

1. 掌握旅游决策的概念和内容。
2. 理解旅游决策的过程和特点，并了解影响旅游决策的因素。
3. 掌握旅游目的地的概念，了解国内外具有代表性的旅游目的地选择模型。

**【课程内容】**

1. 课程回顾——营销组合与旅游消费者的基础提问。
2. 课程导入——相关案例的引入。
3. 任务一——旅游决策概述。
4. 任务二——旅游消费者对目的地的选择。

**【重点、难点】**

1. 重点：旅游决策的影响因素以及决策过程。
2. 难点：旅游目的地选择模型。

**【教学方法】**

1. 讲授法：旅游决策的概念和内容；旅游决策的过程；旅游决策的特点；旅游决策的影响因素。国外经典旅游目的地选择模型；国内旅游目的地选择模型。
2. 讨论法：中国入境游客旅游目的地选择变化及影响因素的案例分享。

**【学习要求】**

能够根据旅游消费者决策的影响因素调查制定相应的服务以及营销战略。

**【复习与思考】**

简述旅游决策的影响因素；除本书所列出外，你认为还有哪些因素也影响旅游消费者的决策？请陈述理由。

**【学习资源】**

李旭,秦耀辰,宁晓菊,张丽君. 中国入境游客旅游目的地选择变化及影响因素

[J].经济地理,2014,06:169-175.

## 旅游体验

### 【学习目标】

1. 掌握旅游体验的概念、类型、特征、塑造原则和实现路径。
2. 理解旅游体验质量的内涵，了解旅游体验质量的影响因素和测量方法。
3. 理解旅游体验真实性的内涵，认识旅游体验的真实性问题。
4. 掌握旅游体验营销的内涵、特点和模式，熟悉旅游体验营销的实施策略。

### 【课程内容】

1. 课程回顾——旅游决策的基础提问。
2. 课程导入——相关案例的引入。
3. 任务一——旅游体验概述。
4. 任务二——旅游的质量与真实性。
5. 任务三——旅游体验营销。

### 【重点、难点】

1. 重点：旅游体验质量的实现途径。
2. 难点：旅游体验质量的测量。

### 【教学方法】

1. 讲授法：旅游体验的概念；旅游体验的类型；旅游体验的特征；旅游体验塑造原则；旅游体验的实现路径。旅游体验质量的内涵；影响因素；旅游体验的真实性。

2. 案例分析法：体验古村落旅游的“虚拟真实性”案例分析。

### 【学习要求】

1. 能结合实际，分析旅游消费者的体验对旅游消费者的决策影响。
2. 能结合实际测量旅游消费者体验质量。
3. 能够制定旅游体验营销策略

### 【复习与思考】

1. 旅游体验营销有 5 种模式，讨论这 5 种模式在实际中是如何运用的。
2. 假如你是旅游企业的一名营销人员，针对本企业的旅游体验营销策略，你该如何实施能让游客获得更好的旅游体验。

### 【学习资源】

谢彦君. 旅游体验的两极情感模型：快乐—痛苦[J].财经问题研究,2006,05:88-92

## 旅游消费者的购后行为

### 【学习目标】

1. 掌握旅游消费者满意的 concept 和特点。
2. 了解顾客满意度的模型、旅游消费者满意度的影响因素、旅游消费者满意度的测评方法。
3. 理解满意度对于旅游消费者行为的影响，即满意度与游客忠诚，游客抱怨或投诉的关系。
4. 掌握旅游消费者忠诚度的内涵和测定，了解旅游消费者忠诚度的分类。
5. 了解旅游消费者忠诚度的影响因素，并理解忠诚度对旅游消费者行为的影响。
6. 掌握旅游抱怨的含义，了解旅游消费者抱怨的行为反应。
7. 理解旅游消费者抱怨产生的原因。

#### 【课程内容】

1. 课程回顾——旅游体验的基础提问。
2. 课程导入——相关案例的引入。
3. 任务一——旅游消费者的满意度。
4. 任务二——旅游消费者的忠诚度。
5. 任务三——旅游消费者的抱怨。

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游消费者满意度；旅游消费者忠诚度。
2. 难点：旅游消费者满意度测量；旅游消费者忠诚度测量；抱怨与满意度，忠诚度之间的关系。

#### 【教学方法】

1. 讲授法：旅游消费者满意度；旅游消费者忠诚度。
2. 讨论法：分享去哪儿网、携程、驴妈妈、马蜂窝上游客的游后分享及评论。

#### 【学习要求】

1. 能够测量旅游消费者的满意度。
2. 能够测量旅游消费者忠诚度。
3. 能够简单地制定旅游消费者忠诚度管理策略。

#### 【复习与思考】

结合实际，并用案例说明分析旅游消费者满意度与忠诚度的关系。

#### 【学习资源】

胡丽花，杨晓霞. 国外旅游目的地游客忠诚研究综述. 桂林旅游高等专科学校学报，2007，18(6).

## 五、实践教学安排

1. 实践教学学时：0 学时

2. 实践方式：灵活实践方式，即主要通过课堂上通过小组讨论等方式组织学生对当下旅游行业中的热点话题进行讨论，从而提升学生的实践运用能力。

3. 实践能力展示：课堂展示，即在课堂教学过程中启发学生理论结合实践。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核包括：课堂表现、平时作业、读书笔记等，过程性评价主要是根据学生在整个课程中的表现来完成，如学生的到课率、课堂参与的积极主动性、课程作业完成情况、日常学习的记录等。期末考核采用闭卷考试方式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标1	旅游消费者行为学的基本问题, 旅游消费者行为学的基本理论, 动机与旅游消费者行为, 感知与旅游消费者行为, 学习与旅游消费者行为, 态度与旅游消费者行为, 个性与旅游消费者行为 25%	读书笔记、课堂表现、平时作业、期末考试
课程目标2	旅游消费者行为学的基本问题, 旅游消费者行为学的基本理论, 动机与旅游消费者行为, 感知与旅游消费者行为, 学习与旅游消费者行为, 态度与旅游消费者行为, 个性与旅游消费者行为, 社会群体与旅游消费者行为, 文化与旅游消费者, 营销组合与旅游消费者行为, 旅游决策, 旅游体验 旅游消费者的购后行为 25%	读书笔记、课堂讨论、平时作业、期末考试
课程目标3	营销组合与旅游消费者行为, 旅游决策, 旅游体验, 旅游消费者的购后行为 25%	读书笔记、课堂讨论、期末考试
课程目标4	社会群体与旅游消费者行为, 文化与旅游消费者, 营销组合与旅游消费者行为 25%	读书笔记、课堂讨论、平时作业、期末考试

## 七、成绩评定

### （一）评定方式



### 1. 总成绩评定

总成绩=过程性考核成绩(课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%)×30%+期末考核×70%

### 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现：学生主动参与课堂练习、讨论，创造性地提出问题的能力，学生的到课情况。

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量，平时小测验等进行评价。

(3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

### 3. 期末成绩评定

根据期末闭卷考试卷面成绩评定。

## (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言。	听课很不认真，不互动也不发言。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写较为整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
旅游消费者行为	李志飞	华中科技大学	2019.9	否	

(第二版)		学出版社			
-------	--	------	--	--	--

## 九、主要参考书目

- [1]甘朝有. 旅游心理学(第1版). 天津: 南开大学出版社. 2001
- [2]时蓉华. 现代社会心理学(第1版). 上海: 华东师大出版社. 1989
- [3]周晓红. 现代社会心理学名著精华(第1版). 南京: 南京大学出版社. 1992
- [4]俞文钊. 管理心理学(第1版). 兰州: 甘肃人民出版社. 1994
- [5]张春兴. 现代心理学(第1版). 上海: 上海人民出版社. 1996
- [6]国家旅游局人事. 旅游服务心理学(第1版). 北京: 劳动教育司旅游教育出版社. 2004
- [7]张树夫. 旅游心理(第一版). 北京: 中国林业出版社. 2003
- [8]刘纯. 旅游心理学(第3版). 北京: 高等教育出版社. 2011

## 十、课程学习建议

结合本课程的特点, 给出以下学习建议:

1. 明确学习目标, 课前做好预习, 带着问题进入课堂, 保证课堂效果。
2. 在课程内容的学习上, 结合国内外旅游消费热点问题对基本概念和基础理论进行理解和掌握。
3. 可以通过提供的相关期刊、书籍文献资料进行查缺补漏, 丰富课程学习内容。
4. 找寻学习资源, 在学习过程中遇到问题时, 可以利用网络平台学习资源等方式解决问题。



# 会展经济与管理专业

## 《会展策划与管理》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《会展策划与管理》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	会展策划与管理	Mice Planning and Management	
课程编码	231510611B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展概论	修读学期	第三学期
课程类别	专业核心课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	3	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	48 学时（理论学时 40，实践学时 8）		
执笔人	陈晓萌	审核人	申磊

## 二、课程简介

本课程是会展经济与管理专业的核心课程之一，是融合了会展管理实务、企业经营管理、现代市场营销学等学科基础上的综合性学科。该课程既强调对会展策划与管理基本理论的掌握，也强调对实际操作技能的运用，具有理论性、应用性和实践性强的特点。

开设该课程，可使学生系统地掌握会展策划与管理的理论和方法，了解会展的各个流程，具有策划、设计、组织和实施大、中型会展的能力，对学生会展专业能力和职业素养的培养起着重要的支撑作用。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：能够系统掌握会展策划与管理的基础理论，熟悉会展策划与管理工作流程、策划要素、操作原理。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：具备信息整合的能力，能够汲取最新的会展策划与管理理论研究成果和实践发展理念。【毕业要求 2.2】

课程目标 3：具有逻辑思辨、创新意识和创新实践能力。能够灵活运用专业知识分析、应对、处理会展行业实践的一般问题。【毕业要求 3.1】

课程目标 4：具备较强的策划、设计、组织、服务、营销和实施大、中型会展活动的的能力。具备高度的团队合作精神和良好的语言表达能力。【毕业要

求 4.2】

## (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	2 学科知识	2.1 扎实的人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	2 学科知识	2.2 掌握专业知识和技能,了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 3	3 创新能力	3.1 具有逻辑思辨、创新意识和创新实践能力。
课程目标 4	4 应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中,将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
会展策划概述	课程目标 1、2	课堂讲授 案例研究 任务驱动	3
会展立项策划	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展品牌策划	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展招展、招商策划	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展宣传推广策划	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	3
会展服务策划与管理概述	课程目标 1、2	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展后勤服务策划与管理	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展现场服务策划与管理	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展相关活动策划	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
合计			48

### (二) 课程内容

## 会展策划概述

### 【学习目标】

1. 明确会展的研究范畴，知晓本课程的研究重点；
2. 树立项目式的会展策划与管理思维。

### 【课程内容】

1. 会展研究范畴；
2. 项目与项目管理概论；
3. 会展策划与管理课程理论框架。

### 【重点、难点】

1. 重点：会展研究范畴；
2. 难点：项目与项目管理的定义与特点。

### 【教学方法】

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

### 【复习与思考】

1. 会展的研究范畴有哪些？本课程的研究重点是什么？
2. 项目的定义和特点。

### 【学习资源】

王明亮. 会展策划“赛教融合”案例[M]. 广州：华南理工大学出版社. 2017年11月.

## 会展立项策划

### 【学习目标】

1. 熟悉展会立项阶段应收集、评估的内、外部信息；
2. 在此基础上，能正确选择展览题材，并全面策划展会的基本内容；
3. 分组准备展会立项策划方案的编制。

### 【课程内容】

1. 信息的收集；
2. 展会基本内容策划；

3. 展览题材的选择。

**【重点、难点】**

1. 重点：展会立项阶段应收集、评估的内、外部信息，展会策划的基本内容；

2. 难点：确定展览题材的方法。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

**【学习要求】**

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

**【复习与思考】**

1. 展会策划的基本内容有哪些？
2. 确定展览题材的方法有哪些？

**【学习资源】**

王明亮. 会展策划“赛教融合”案例[M]. 广州：华南理工大学出版社. 2017年11月.

### 会展品牌策划

**【学习目标】**

1. 理解展会市场定位、产品定位及品牌定位在服务对象、内容等方面的区别；掌握会展市场定位的 STP 战略；
2. 熟悉展会产品定位的触点、方法；
3. 熟悉品牌定位的触点、方法；
4. 掌握并灵活运用品牌形象系统的策划要素，MI、VI、BI、EI、AI。

**【课程内容】**

1. 市场定位、产品定位与品牌定位；
2. 展会市场定位；
3. 展会产品定位；
4. 展会品牌定位；
5. 会展品牌形象系统。

**【重点、难点】**

1. 重点：展会品牌形象定位的触点和方法；
2. 难点：展会品牌形象 CIS 系统的设计及应用。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

#### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

#### 【复习与思考】

1. 展会品牌定位的方法有哪些？
2. 展会 CIS 的基本要素。
3. 展会 CIS 的应用系统。

#### 【学习资源】

王明亮. 会展策划“赛教融合”案例[M]. 广州：华南理工大学出版社. 2017年11月.

### 会展招展、招商策划

#### 【学习目标】

1. 熟悉客户信息收集的途径、内容，理解数据库建立原则；
2. 理解展区展位划分的原则，注意其常见问题；
3. 熟悉并能总结出展会定价的方法及价格管理要点；了解展会销售渠道的类型，理解其分工与管理。

#### 【课程内容】

1. 建立目标客户数据库；
2. 展区展位划分；
3. 展会定价管理；
4. 展会渠道管理。

#### 【重点、难点】

1. 重点：目标客户信息的收集和数据库的建立，展区展位的划分，展位价格的制定；
2. 难点：招展代理的合作，展位营销模式的规划。

#### 【教学方法】



1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

#### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

#### 【复习与思考】

1. 建立客户数据库的原则。
2. 展区展位划分的原则。

#### 【学习资源】

王明亮. 会展策划“赛教融合”案例[M]. 广州：华南理工大学出版社. 2017年11月.

### 会展宣传推广策划

#### 【学习目标】

1. 通过资料检索，总结展会宣传推广的方法类别；
2. 能将展会宣传推广的方法、展会媒体支持的方法应用于自己的策划方案中。

#### 【课程内容】

1. 展会宣传推广策划；
2. 展会媒体支持计划。

#### 【重点、难点】

1. 重点：展会宣传推广的方法；
2. 难点：展会媒体支持的方法。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

#### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

### 【复习与思考】

1. 展会宣传推广的媒介有什么？
2. 展会媒体支持媒介有哪些？

### 【学习资源】

王明亮. 会展策划“赛教融合”案例[M]. 广州：华南理工大学出版社. 2017年11月.

## 会展服务策划与管理概述

### 【学习目标】

1. 熟悉会展服务特性；
2. 理解基本的服务质量管理模型，并用于指导实践。

### 【课程内容】

1. 展会服务概述；
2. 展会服务质量管理。

### 【重点、难点】

1. 重点：会展服务特性；
2. 难点：服务质量管理模型。

### 【教学方法】

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

### 【复习与思考】

1. 会展服务的特点是什么？
2. 服务质量模型的五个缺口是如何产生的？

### 【学习资源】

王明亮. 会展策划“赛教融合”案例[M]. 广州：华南理工大学出版社. 2017年11月.

## 会展后勤服务策划与管理

### 【学习目标】

1. 熟悉后勤服务的内容；

2. 明确搭建商的资质要求，并用于指导实践；
3. 了解国际展览物流的流程、展品的特殊性及其他服务要点；
4. 熟悉展会旅游、酒店、安保、保洁服务的基本要求。

#### 【课程内容】

1. 展会后勤服务的内容；
2. 展台搭建服务；
3. 展览物流服务；
4. 展会其他服务商。

#### 【重点、难点】

1. 重点：展会服务代理商的职责与合作事项；
2. 难点：展会搭建服务、物流服务。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

#### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

#### 【复习与思考】

1. 展会搭建服务商的工作职责。
2. 国际展会物流的程序。

#### 【学习资源】

王明亮. 会展策划“赛教融合”案例[M]. 广州：华南理工大学出版社. 2017年11月.

### 会展现场服务策划与管理

#### 【学习目标】

1. 熟悉布展、展中、撤展的基本工作流程；
2. 掌握布展、撤展工作要点，并将其体现在自己的策划方案中；
3. 掌握现场工作要点，并用于指导实践。

#### 【课程内容】

1. 展会现场管理工作内容；
2. 展会现场管理重点工作内容。

**【重点、难点】**

1. 重点：布展、开展、撤展的基本工作流程；
2. 难点：布展、撤展及开展现场工作要点。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

**【学习要求】**

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

**【复习与思考】**

1. 展会现场管理分几个阶段？分别适合什么管理方式？
2. 展中现场管理的要点。
3. 展会现场媒体管理的要点。

**【学习资源】**

王明亮. 会展策划“赛教融合”案例[M]. 广州：华南理工大学出版社. 2017年11月.

会展相关活动策划

**【学习目标】**

1. 总结并区分展览附设会议、活动的一般类型；
2. 理解并掌握会议的一般流程、策划要点，不同类型活动的策划要点。

**【课程内容】**

1. 会议策划的一般流程；
2. 赛、秀、演的策划。

**【重点、难点】**

1. 重点：展览附设会议、活动的一般类型，会议的一般流程；
2. 难点：会议和活动的策划要点。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

**【学习要求】**

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

#### 【复习与思考】

1. 会议策划的一般流程。
2. 展览附设会议的策划要求。

#### 【学习资源】

王明亮. 会展策划“赛教融合”案例[M]. 广州：华南理工大学出版社. 2017年11月.

## 五、实践教学安排

1. 实践教学学时：8 学时
2. 小组通过资料检索或实地调研，完成一份会展策划方案，课堂 20 分钟汇报展示、完成答辩，并由教师点评、学生复盘，对方案进行进一步的修改完善，以巩固课程学习内容、提升学生实践运用能力。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核包括：课堂表现、平时作业（含小组展示汇报）、读书笔记等。

期末考核采用闭卷考试。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1：熟悉会展策划与管理的基础理论和基本方法。	项目式思维，展览会立项策划的内容，服务特性与质量管理模型（25%）	课堂提问或讨论、平时作业、小组策划方案汇报、期末考试
课程目标 2：掌握会展策划与管理的一般流程，具备专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。	会展品牌策划的要素与方法，展位营销 4Ps 要素，客户关系与信息管理方法，展览会后勤服务组合与管理要点，会展现场服务与管理模式，相关活动策划思路，会展危机管理理论（25%）	课堂提问或讨论、平时作业、小组策划方案汇报、期末考试
课程目标 3：能够结合会展行业实践需求，设	会展前沿理论和行业发展趋势，品牌会展公司、会展活动发展模式、路径	课堂提问或讨论、平时作业、小组策划方案汇报、期末考试

<p>计出完整的会展策划方案。具备创新实践能力，为行业发展、变革贡献自己的力量。</p>	<p>的启示、经验和教训，中国会展活动策划与管理新模式的探索（25%）</p>	
<p>课程目标 4：能够在具体的策划和管理业务中，将会展策划与管理理论用于复杂问题的解决，探索中国会展业发展的有效路径。</p>	<p>会展公司或会展活动对会展策划专业人才技能和素质方面的综合要求（25%）</p>	<p>课堂提问或讨论、平时作业、小组策划方案汇报、期末考试</p>

## 七、成绩评定

### （一）评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩=（课堂表现×30%+平时作业×40%+读书笔记×30%）×30%+期末考试成绩×70%

#### 2. 平时成绩评定

（1）课堂表现：根据学生到课情况、听讲是否认真、课堂参与程度及质量综合量分。

（2）平时作业：根据学生平时作业提交次数、完成质量进行量分。其中，小组展示汇报根据学生在小组策划方案中的参与程度和方案的完整性、创新性、规范性综合量分。

（3）读书笔记：根据学生根据教学内容，进行拓展阅读并做读书笔记的详实程度，重、难点的标记，自己对知识点的归纳总结和拓展深化进行量分。

#### 3. 期末成绩评定

根据期末闭卷考试卷面情况，参照评分标准评定。

### （二）评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	不缺勤，认真听讲，积极发言、讨论，课堂参与频率高、质量好。	缺勤 1-2 次，听讲较认真，发言、讨论较积极，课堂参与频率较高、质量较好。	缺勤 2-3 次，听讲基本认真，发言、讨论不太积极，课堂参与频率较低、质量一般。	缺勤 3-4 次，听讲不认真，发言、讨论不积极，课堂参与频率低、质量较差。	缺勤 5 次及以上，听讲不认真，基本不主动发言、讨论，课堂参与频率低、质量差。

2	平时作业	提交全部作业，内容完整、规范，对问题的分析很深入，有很高的创新性。	提交全部作业，内容完整、规范，对问题的分析比较深入，有较高的创新性。	提交全部作业，内容基本完整、规范，对问题做出了基本分析，创新性一般。	提交全部作业，内容基本完整、规范，对问题分析不太到位，没有创新性。	未提交全部作业或作业内容不完整、不规范。
3	读书笔记	拓展阅读内容记录详实，重、难点标记清晰，对知识点进行归纳总结和拓展深化。	对拓展阅读内容记录比较详实，重、难点标记清晰。	对主要的拓展阅读内容进行记录，重、难点标记基本清晰。	仅记录拓展阅读内容的理论框架，未标注重、难点。	笔记容量很少，理论框架不完善。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
会展策划与管理	舒波, 冯麟茜	北京大学出版社	2021年6月	否	无

## 九、主要参考书目

- [1]许传宏. 会展策划[M]. 上海: 复旦大学出版社. 2021年8月.
- [2]华谦生. 会展策划[M]. 杭州: 浙江大学出版社. 2022年1月.
- [3]张凡. 会展策划[M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2019年9月.

## 十、课程学习建议

结合本课程的特点，给出以下学习建议：

1. 明确学习目标，进行主动有效学习。
2. 利用节假日对会展活动进行观摩、调研，增强实践技能。
3. 进行广泛阅读，积极进行量的积累，不断提高理论思维能力。







# 会展经济与管理专业

## 《旅游目的地管理》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《旅游目的地管理》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	旅游目的地管理 Tourism Destination Management		
课程编码	231510612B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	旅游学概论	修读学期	第四学期
课程类别	专业核心课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 32 ， 实践学时 0）		
执笔人	张英云	审核人	申磊

## 二、课程简介

该课程是会展经济与管理专业的专业核心课程，该课程是一门涵盖旅游目的地管理概念、理论和实践的综合性课程，是旅游类专业学生了解旅游目的地系统知识的重要渠道。旨在全面介绍旅游目的地的形成、发展、管理过程及其相关理论和方法。通过学习本门课程，使学生了解旅游目的地的特征，明确旅游目的地发展与演变的规律、游客活动规律以及当地社区居民、游客、旅游企业与旅游目的地之间的关系，掌握旅游目的地产品管理、形象与营销、安全管理、环境管理、质量管理等问题，帮助学生全面掌握如何识别旅游目的地发展的问题，了解新常态下旅游目的地发展的新特点和规律，能够对旅游目的地运营管理、发展战略提出解决方案。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：能够描述旅游目的地管理的基本理论和基本方法；阐述新时代下旅游目的地的新业态、新技术和发展趋势。【毕业要求 2.2】

课程目标 2：能够设计出独特的旅游体验，利用数字技术提升服务效率，实现旅游业与环境的和谐共生，为旅游目的地的可持续发展贡献创新力量。【毕业要求 3.2】

课程目标 3：能够运用理论知识对旅游目的地管理实践问题提供解决方案，探索中国式现代化的旅游目的地发展路径。【毕业要求 4.2】

课程目标 4：能够制作并展示 PPT，通过图文字等方式，向听众展示旅游目的地管理的相关成果和见解。能够流利地进行口头和书面表达，与团队成员、业界专家以及公众进行有效沟通。【毕业要求 6.1】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解具体学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	创新能力	3.2 具有批判精神和行业敏感性，能够发现问题，有应对新的市场环境对会展业发展带来挑战的能力。
课程目标 3	应用能力	4.2 能够在管理和决策中，将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。
课程目标 4	沟通表达	6.1 能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点，与旅游行业及社会公众进行有效的沟通，并理解与包容差异性。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
旅游目的地导论	课程目标 1、3	讲授法、案例分析法、讨论法	4
旅游目的地利益相关者	课程目标 1、2、3	讲授法、案例分析法、讨论法	4
旅游目的地的开发与规划	课程目标 1、3	讲授法、案例分析法、讨论法	2
旅游目的地人力资源管理	课程目标 2、4	讲授法、案例分析法、讨论法	2
旅游目的地服务管理	课程目标 2、3、4	讲授法、案例分析法、项目式	6
旅游目的地营销	课程目标 1、2、3	讲授法、案例分析法、讨论法	6
旅游目的地安全管理	课程目标 3、4	讲授法、案例分析法、情景模拟法	2
新常态下旅游目的地的发展	课程目标 2、3、4	讲授法、案例分析法、作业	6
合计			32

## （二）课程内容

### 旅游目的地导论

#### 【学习目标】

1. 能够知道旅游目的地、旅游目的地的构成要素、旅游目的地分类体系等概念。
2. 能够简述旅游目的地的相关研究理论。
3. 能够充分理解建设旅游目的地的重要意义。
4. 能够辨析旅游目的地和旅游景区的区别。

#### 【课程内容】

1. 旅游目的地概念
2. 旅游目的地构成要素
3. 旅游目的地分类
4. 旅游目的地研究理论

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游目的地的定义、构成要素；旅游目的地是怎样分类的，分类依据是什么
2. 难点：旅游目的地的相关研究理论与旅游目的地研究发展动态；旅游目的地发展最新进展

#### 【教学方法】

1. 讲授法：通过课堂讲解，传授旅游目的地的概念、构成要素、分类和旅游目的地研究理论。
2. 案例分析法：结合具体案例，分析不同旅游目的地类型。
3. 讨论法：组织学生课堂讨论，关于目的地研究发展动态和最新进展，分享观点和经验，提高思考和表达能力。

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握旅游目的地的基本概念、构成和分类。
2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动，了解旅游目的地的相关研究理论与旅游目的地研究发展动态。
3. 独立完成课后作业和思考题，加深对旅游目的地相关知识的理解和应用。

#### 【复习与思考】

1. 如何理解旅游目的地的概念和内涵。
2. 简述旅游目的地构成要素相关观点，并发表个人看法。
3. 旅游目的地的是怎样进行分类的，各种分类的依据在哪里？

#### 【学习资源】

1. (英) 弗兰克·豪伊. 旅游目的地的经营与管理[M]. 辽宁科学技术出版社, 2006.
2. (英) 摩根. 旅游目的地品牌管理[M]. 南开大学出版社, 2006.

### 旅游目的地利益相关者

#### 【学习目标】

1. 能够知道旅游目的地利益相关者的基本内涵、类型、旅游者行为的基本内涵、旅游目的地管理政府行为与决策。
2. 能够描述旅游目的地社区居民如何参与旅游目的地的建设与发展、旅游目的地企业如何管理。
3. 能够简述非政府组织与旅游目的地发展的关系。
4. 能够分析旅游目的地利益相关者相互之间, 利益相关者与旅游目的地发展之间的关系, 以及如何处理各团体之间的关系, 促使旅游目的地能够得到长足的可持续发展。

#### 【课程内容】

1. 旅游目的地管理政府行为与决策
2. 旅游者行为研究
3. 旅游目的地社区居民参与
4. 旅游目的地企业经营管理
5. 非政府组织与旅游目的地发展

#### 【重点、难点】

1. 重点: 旅游目的地利益相关者的类型、内涵; 旅游目的地管理政府行为与决策策略; 旅游目的地社区居民如何参与; 旅游目的地企业如何经营管理; 非政府组织与旅游目的地发展的关系。
2. 难点: 旅游目的地利益相关者、旅游者行为理论研究; 旅游目的地利益相关者之间, 各利益主体与旅游目的地发展如何协调, 以促进旅游目的地的健康可持续发展。

#### 【教学方法】

1. 讲授法: 通过课堂讲解, 传授旅游目的地利益相关者的基本内涵、类型、旅游者行为的基本内涵、旅游目的地管理政府行为与决策等知识。
2. 案例分析法: 结合具体案例, 分析旅游目的地利益相关者之间的关系。
3. 讨论法: 组织学生课堂讨论, 目的地要想长远、可持续的发展, 要如何协调利益相关者之间的关系, 分享观点和经验, 提高学生思考并解决实际问题的能力。

#### 【学习要求】

1. 制定合理的学习计划，确保按时完成学习任务和作业。
2. 积极参与课堂讨论，提高学习效果，具备解决实际问题的能力。
3. 独立完成课后作业和思考题，加深对旅游目的地各个利益相关者以及相互关系的理解。

#### 【复习与思考】

1. 结合发展低碳旅游过程中涉及到的利益相关者分析方法，试分析乡村旅游开发过程中利益相关者相互关系。

#### 【学习资源】

1. 武传表, 冯安睿. 智慧旅游背景下辽宁省全域旅游利益相关者激励机制研究[J]. 中国集体经济, 2018(19):21-22.
2. 夏赞才. 利益相关者理论及旅行社利益相关者基本图谱[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2003(03):72-77.
3. 张素. 旅游景区核心利益相关者均衡发展研究[J]. 中小企业管理与科技(上旬刊), 2010(12):34-35.

### 旅游目的地开发与规划

#### 【学习目标】

1. 能够阐述旅游目的地资源的概念体系、旅游目的地的资源类型与评价、旅游目的地资源调查的方法、旅游目的地资源评价标准与方法、旅游目的地空间结构的基本理论、旅游目的地空间结构规划的关键要素。
2. 能够运用旅游目的地开发与规划的相关理论、知识，明确旅游目的地资源开发的目标和意义，将相关基础理论与实践充分相结合，对旅游目的地规划有全局认识，对旅游资源的如何进行空间结构规划，如何推动旅游目的地品牌的形成，如何促进旅游目的地可持续发展有自己的认知和创新。
3. 能够运用所学知识，对旅游资源单体进行分类、调查和评价。

#### 【课程内容】

1. 旅游规划相关概述
2. 旅游目的地资源调查与分类
3. 旅游目的地空间结构规划
4. 旅游目的地规划发展趋势及新理念

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游目的地资源概念、分类标准与方法；旅游目的地资源的调查、评价标准与方法；旅游目的地空间结构基本理论；旅游目的地空间结构规划的关键要素；旅游目的地规划方法。
2. 难点：旅游目的地空间结构理论研究，以及理论与实践如何结合；旅游

目的地资源评价。

#### 【教学方法】

1. 讲授法：通过课堂讲解，传授旅游目的地开发和规划相关理论知识。
2. 案例分析法：结合具体案例，分析旅游目的地资源的如何分类、调查和评价。
3. 演示法：通过某个目的地旅游规划文本展示，学生清楚旅游规划最终的成果。

#### 【学习要求】

1. 掌握基础知识：学生需要掌握旅游目的地开发和规划相关理论知识。
2. 培养实践能力：学生需要通过案例分析、具体旅游规划的演示，能够对旅游资源进行调查和评价，找到目的地的空间结构要素并进行规划。
3. 提升综合素质：学生需要具备良好的职业道德、沟通能力、团队协作能力、创新能力等综合素质。

#### 【复习与思考】

1. 如何理解旅游资源的概念。
2. 请简要介绍旅游目的地资源的分类方法。
3. 旅游目的地资源评价一般会采取哪些方法。

#### 【学习资源】

1. 贾芙豪, 段文军. 议文化遗产型旅游目的地的旅游开发和规划——以承德为例[J]. 旅游纵览(下半月), 2018(05):118-119.
2. 程金龙. 新时期旅游目的地开发与管理研究[M]. 科学出版社, 2018.
3. 凌常荣, 刘庆. 旅游目的地开发与管理[M]. 经济管理出版, 2013.

### 旅游目的地人力资源管理

#### 【学习目标】

1. 能够阐述旅游目的地人力资源的概念、旅游目的地人力资源体系、旅游目的地人力资源开发原则与过程、旅游目的地人力资源管理方法。
2. 能够分析如何解决旅游从业人员人力资源供过于求，旅游人才资源供不应求，旅游人才结构不合理、旅游人才流失严重等问题；
3. 能够分析目前旅游目的地旅游人力资源开发与管理存在的问题，如何解决这些问题，并提出可行性建议。

#### 【课程内容】

1. 旅游目的地人力资源概念
2. 旅游目的地人力资源开发
3. 旅游目的地人力资源管理体系与方法

### 【重点、难点】

1. 重点：旅游目的地人力资源概念；旅游目的地人力资源体系；旅游目的地人力资源开发；旅游目的地人力资源管理。

2. 难点：旅游目的地人力资源开发与管理存在的问题，以及如何有效解决；分析如何构建我国旅游行业人力资源培训系统。

### 【教学方法】

1. 讲授法：通过教师讲解，使学生掌握旅游目的地人力资源管理相关理论知识。

2. 案例分析法：通过分析旅游目的地管理人力资源管理的案例，使学生理解人力资源管理的重要性。

3. 讨论法：组织学生课堂讨论目前旅游目的地旅游人力资源开发与管理存在的问题，学生分享观点和经验，提高表达能力、独立思考和解决实际问题的能力。

### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握旅游目的地人力资源管理相关理论知识。

2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动，提高独立思考和解决实际问题的能力。

3. 独立完成课后作业，加深对我国旅游行业人力资源现状、问题的理解和分析。

### 【复习与思考】

1. 新加坡旅游人才培养系统对我国旅游旅游行业人力资源开发有何启示。

2. 如何构建我国旅游行业人力资源培训系统。

### 【学习资源】

1. 马爱萍. 基于动机的旅游目的地形象实证研究[M]. 中国财政经济出版社, 2013.

2. 邹统钎. 旅游目的地管理[M]. 高等教育出版社, 2011.

3. 徐虹, 路科. 旅游目的地管理[M]. 南开大学出版社, 2015.

## 旅游目的地服务管理

### 【学习目标】

1. 能够阐述旅游目的地服务的概念、构成、特征和影响因素。

2. 能够分析旅游目的地接待服务、旅游目的地公共服务和旅游集散地服务管理现状。

3. 能够运用所学，为旅游目的地设计服务管理提升对策。

### 【课程内容】



1. 旅游目的地服务的概念、构成、特征和影响因素
2. 旅游目的地接待服务体系的概念、构成、特征和管理
3. 旅游目的地公共服务体系的概念、构成、特征和管理
4. 旅游集散地体系的概念、类型、特征和管理。

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游目的地接待服务体系的构成、特征和管理；旅游目的地公共服务体系的概念、构成和管理；旅游集散地体系的概念、特征和管理

2. 难点：我国旅游目的地服务存在的问题与对策；如何提升旅游目的地的服务质量

#### 【教学方法】

1. 讲授法：通过教师系统讲解旅游目的地服务管理的基本概念、原则、理论框架等，为学生构建完整的知识体系。

2. 案例分析法：选取具有代表性的旅游目的地服务管理案例，让学生分析讨论，提升问题解决能力。

3. 项目式学习：以项目为驱动，让学生分组进行旅游目的地服务管理方案的策划、实施和评估，培养学生的团队协作和创新能力。

#### 【学习要求】

1. 掌握基础知识：学生需要掌握旅游目的地服务管理的基本概念、原则、理论框架等基础知识。

2. 培养实践能力：学生需要通过案例分析、项目式学习等方式，培养解决旅游目的地服务管理实际问题的能力。

3. 提升综合素质：学生需要具备良好的职业道德、沟通能力、团队协作能力、创新能力等综合素质。

#### 【复习与思考】

1. 分析旅游目的地服务管理中存在的问题及其原因。

2. 思考如何提高旅游目的地服务管理的质量。

3. 随着旅游业的快速发展，旅游目的地服务管理面临哪些新的挑战 and 机遇。

#### 【学习资源】

1. 张朝枝. 旅游目的地管理. 重庆大学出版社. 2020.

2. 《中国旅游产业发展报告》和《全球旅游目的地竞争力报告》。

### 旅游目的地营销

#### 【学习目标】

1. 能够阐述旅游目的地营销的基本概念、原理、理论体系及其在旅游业发展中的重要性。

2. 能够运用旅游目的地营销的基本策略、方法和工具，如品牌定位、形象塑造、市场细分、目标市场选择、营销组合策略等，分析旅游目的地的市场环境、竞争态势和消费者需求，制定和实施旅游目的地营销策略。

#### 【教学内容】

1. 旅游目的地形象的含义、形象设计
2. 旅游目的地形象策划
3. 旅游目的地品牌建设
4. 旅游目的地营销策略

#### 【重点、难点】

1. 重点：旅游目的地形象设计；旅游目的地品牌建设；旅游目的地的营销策略
2. 难点：旅游目的地形象策划；旅游目的地营销策略

#### 【教学方法】

1. 讲授法：通过课堂讲解，传授旅游目的地营销的理论知识 and 基本原理。
2. 案例分析法：结合具体案例，分析旅游目的地营销的实际操作和效果，加深理解。
3. 讨论法：组织学生课堂讨论，分享观点和经验，提高思考和表达能力。

#### 【学习要求】

1. 制定合理的学习计划，确保按时完成学习任务和作业。
2. 养成自主学习和终身学习的习惯，不断更新知识和技能。
3. 积极参与课堂讨论，提高学习效果。

#### 【复习与思考】

1. 旅游目的地营销的核心目标是什么？如何根据目标制定营销策略？
2. 请分析一个成功的旅游目的地营销案例，并总结其成功的原因和启示。
3. 如何根据市场需求，进行旅游目的地的市场细分和目标市场选择？

#### 【学习资源】

邹统纤、陈芸，旅游目的地营销，经济管理出版社. 2017.

### 旅游目的地安全管理

#### 【学习目标】

1. 能够阐述旅游目的地安全管理的重要性和必要性。
2. 能够运用旅游目的地安全管理的基本理论、原则和方法解决实际旅游安全事故。

#### 【教学内容】

1. 旅游目的地安全的概念、特点

2. 旅游目的地安全的预防措施
3. 旅游目的地安全事件的应对措施

**【重点、难点】**

1. 重点：旅游目的地安全事故处理原则和程序；影响旅游安全的因素。
2. 难点：旅游目的地安全事故的应对措施。

**【教学方法】**

1. 讲授法：通过教师讲解，使学生了解旅游目的地安全管理的基本理论、原则和方法。
2. 案例分析法：通过分析旅游安全事故案例，使学生理解旅游安全事故的成因、过程和后果，提高应对能力。
3. 情景模拟法：通过设置旅游安全事故情景，让学生模拟应对过程，锻炼应急处理能力。

**【学习要求】**

1. 认真听讲，理解并掌握旅游目的地安全管理的基本理论、原则和方法。
2. 积极参与案例分析、情景模拟和小组讨论等活动，提高应对旅游安全事故的能力。
3. 独立完成课后作业和思考题，加深对旅游目的地安全管理的理解和应用。

**【复习与思考】**

1. 列举旅游安全事故的常见类型，并简述其影响。
2. 思考旅游目的地安全管理中“预防为主”原则的具体应用。
3. 分析旅游目的地安全管理面临的挑战及应对策略。

**【学习资源】**

1. 李秀清、林虹. 旅游安全管理——有效地管理旅行风险与安全的策略. 商务印书馆. 2018.
2. 《中国旅游安全报告》

新常态下旅游目的地的发展

**【学习目标】**

1. 能够阐述新常态下旅游目的地发展的特点、面临的挑战和机遇。
2. 能够运用所学分析新常态下旅游目的地应该如何进行规划、管理和运营，以提升竞争力和可持续发展能力。

**【教学内容】**

1. 新常态下旅游目的地发展特征
2. 旅游目的地信息化的概念和内涵
3. 智慧旅游在旅游目的地建设与管理中的应用

4. 新常态下旅游目的地产品开发方法
5. 全域化旅游目的地概念、理念和要求

#### 【重点、难点】

1. 重点：全域化旅游目的地的建设；智慧旅游在旅游目的地建设中的应用。
2. 难点：新常态下旅游目的地产品开发方法。

#### 【教学方法】

1. 讲授法：通过教师讲解，使学生了解新常态下旅游目的地管理的基本理论、原则和方法。

2. 案例分析法：通过分析新常态下旅游目的地管理的案例，使学生理解旅游安全事故的成因、过程和后果，提高应对能力。

3. 讨论法：组织学生课堂讨论，分享观点和经验，提高思考和表达能力。

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握新常态下旅游目的地管理的原则和方法。
2. 积极参与案例分析、情景模拟和小组讨论等活动，提高应对新常态下旅游目的地管理的能力。
3. 独立完成课后作业，加深对新常态下旅游目的地管理的理解和应用。

#### 【复习与思考】

1. 旅游目的地如何在新常态下应对市场竞争和变化？
2. 旅游目的地在新常态下的主要发展趋势是什么？
3. 在新常态下，旅游目的地应如何加强生态保护和可持续发展？

#### 【学习资源】

李雪松. 旅游目的地管理. 北京: 中国旅游出版社, 2017.

## 五、实践教学安排

《旅游目的地管理》课程主要以理论教学为主，通过课程的学习，希望学生能够掌握旅游目的地管理的基本理论与方法，并身体力行学以致用，尝试解决旅游目的地管理中的具体问题。同时，积极参加社会实践，通过调查熟悉的旅游目的地，模拟解决实际问题，形成心得体会，提升学生对解决实际问题能力和简单的调研能力。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核方式包括：课堂表现、平时作业、小组展示等，过程性评价主

要是根据学生在整个课程教学过程中的表现来完成，如学生的到课率、课堂参与的积极性主动性、课程作业完成情况、小组展示等。

期末考核采用闭卷考试。

## (二) 考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例 (%)	考核方式
课程目标 1：能够描述旅游目的地管理的基本理论和基本方法；阐述新时代下旅游目的地的新业态、新技术和发展趋势。	旅游目的地的构成要素、分类体系、旅游目的地演化、旅游目的地利益相关者、旅游目的地空间结构、旅游目的地服务体系、旅游目的地形象设计、旅游目的地的营销、旅游目的地安全管理、智慧旅游、全域旅游 30%	课堂表现、平时作业、小组展示、期末考试
课程目标 2：能够设计出独特的旅游体验，利用数字技术提升服务效率，实现旅游业与环境的和谐共生，为旅游目的地的可持续发展贡献创新力量。	旅游目的地发展最新进展、旅游目的地利益相关者、旅游目的地空间结构理论、旅游目的地人力资源管理、旅游目的地服务管理、旅游目的地形象设计、旅游目的地形象策划、旅游目的地营销策略、旅游目的地安全管理、智慧旅游、全域旅游 20%	课堂表现、平时作业、小组展示、期末考试
课程目标 3：能够运用理论知识对旅游目的地管理实践问题提供解决方案，探索中国式现代化的旅游目的地发展路径。	旅游目的地相关研究理论、旅游目的地利益相关者、旅游目的地服务、旅游目的地形象设计、旅游目的地形象策划、旅游目的地营销策略、旅游目的地安全、智慧旅游、全域旅游 30%	课堂表现、平时作业、小组展示、期末考试
课程目标 4：能够制作并展示 PPT，通过图文等方式，向听众展示旅游目的地管理的相关成果和见解。能够流利地进行口头和书面表达，与团队成员、业界专家以及公众进行有效沟通。	旅游目的地利益相关者、旅游目的地空间结构理论、旅游目的地服务、旅游目的地形象策划、旅游目的地营销、智慧旅游、全域旅游 20%	课堂表现、平时作业、小组展示、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩 = (课堂表现 × 40% + 平时作业 × 40% + 小组展示 × 20%) × 30% + 期末考试成绩 × 70%

#### 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现：根据学生到课率、课堂参与程度与质量量分。

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量、平时小测验等进行评价。

(3) 小组展示：根据小组展示内容进行评价。

### 3. 期末成绩评定

根据期末闭卷考试卷面成绩评定。

## (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	小组展示	展示内容完整，逻辑清晰，条理分明，表达准确。创新性高，有独特的见解或解决方案。团队成员之间配合默契，分工明确。	展示内容基本完整，逻辑基本清晰，表达基本准确。有一定的创新性。团队内部沟通基本顺畅，能够解决大部分问题。	展示内容完成度一般，逻辑和表达一般，创新性有限。团队成员之间配合一般。	展示内容完成度较低，逻辑和表达存在一些问题，创新性不足。团队成员之间配合较差。	展示内容严重不完整，逻辑和表达混乱，缺乏创新性。团队成员之间几乎无配合。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
旅游目的地管理（第二版）	黄安民	华中科技大学出版	2021.8	否	

## 九、主要参考书目

[1] 李雪松. 旅游目的地管理. 北京: 中国旅游出版社, 2017

[2]张朝枝.旅游目的地管理.重庆:重庆大学出版社.2020

[3]谢彦君.基础旅游学.北京:商务印书馆.2017

[4]李宏.旅游目的地营销与发展.北京:旅游教育出版社.2010

[5]张凌云.世界著名旅游目的地开发与管理.北京:旅游教育出版社.2015

## 十、课程学习建议

1. 明确专业学习目标，进行主动有效学习。
2. 利用节假日对少山西的旅游目的地进行调研，访谈目的地管理人员，增强实践技能。
3. 进行广泛阅读，积极进行量的积累，不断提高理论思维能力。







# 会展经济与管理专业

## 《会展项目管理》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《会展项目管理》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	会展项目管理	Exhibition Project Management	
课程编码	231510613B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展策划与管理	修读学期	第四学期
课程类别	专业核心课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	3	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	48 学时（理论学时 48，实践学时 0）		
执笔人	陈晓萌	审核人	申磊

## 二、课程简介

会展项目管理是会展经济与管理专业的核心课程之一，它是在管理学、行为学、运筹学、系统论、控制论、信息论、概率统计、计算机科学等学科和现代工程技术的基础上，结合社会发展和科技进步发展而来的一门综合性学科。

开设该课程，可使学生系统地掌握项目管理的理论方法，培养其统筹规划、科学高效完成项目管理工作的职业思维，为会展及其他相关行业输入真正符合其需求的，素质过硬的综合应用型人才。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：熟悉会展项目管理领域的方针、政策和法规；掌握会展项目管理的基本理论和方法；具备会展项目策划与评估技术、会展项目融资方式与策略、会展项目组织与实施、会展项目采购与合同、会展项目团队建设与激励等方面的理论基础和较宽广的知识面。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：熟悉项目管理的基础软件，主动进行练习，能在会展方案写作中使用项目管理软件进行项目范围、时间、质量、成本管理思想。【毕业要求 2.2】

课程目标 3：具有利用项目管理工具、软件等进行会展项目管理的能力，运用项目管理九大知识领域的理论解决会展项目管理中实际问题的能力。树立

服务意识、质量意识，形成正确的时间观念、效率观念，培养认真、求实的科学态度。【毕业要求 4.2】

课程目标 4：培养遵守规则、按规则办事的职业道德，培养工匠精神。历练团队协作能力、人际沟通能力和处理突发事件的能力。【毕业要求 7.1】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	2 学科知识	2.1 扎实的人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	2 学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 3	4 应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中，将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。
课程目标 4	7 团队合作	7.1 具有良好的团队合作能力。能够在工作中与同事和谐相处，协作共事，有效的沟通与合作。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
会展项目管理概述	课程目标 1、2	课堂讲授 案例研究 任务驱动	3
会展项目管理过程	课程目标 1、2	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展项目组织管理	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展项目采购管理	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展项目范围管理	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展项目进度管理	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展项目成本管理	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展项目质量管理	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务驱动	6
会展项目沟通管	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授 案例研究 任务	3

理		驱动	
合计			48

## (二) 课程内容

### 会展项目管理概述

#### 【学习目标】

1. 厘清项目运作与日常运营的区别；
2. 在此基础上正确认识会展项目的定义与特征、会展项目管理的定义与特征；
3. 理解并掌握会展项目管理知识体系（PMBOK），并以此作为学习整个课程的理论框架。

#### 【课程内容】

1. 现代项目管理的发展趋势；
2. 项目管理概述；
3. 项目管理概述。

#### 【重点、难点】

1. 重点：认识会展项目的定义与特征、会展项目管理的定义与特征，理解并掌握会展项目管理知识体系（PMBOK）；
2. 难点：厘清项目运作与日常运营的区别。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

#### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

#### 【复习与思考】

1. 生活中有哪些项目？
2. 你是否使用项目管理理论指导过自己的项目实践？

#### 【学习资源】

爱课程：《项目管理》，南开大学，戚安邦。

### 会展项目管理过程

#### 【学习目标】

1. 识别会展项目业务阶段的划分与流程、会展项目管理的过程、会展项目的生命周期；

2. 正确认识三者之间的区别和联系；

3. 认可会展项目评估的意义，掌握会展项目评估的常见方法。

#### 【课程内容】

1. 会展项目的业务过程；

2. 会展项目的管理过程；

3. 会展项目生命周期；

4. 会展项目评估。

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展项目业务阶段的划分与流程、会展项目管理的过程、会展项目的生命周期；

2. 难点：会展项目评估的常见方法。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授；

2. 案例研究；

3. 任务驱动。

#### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；

2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；

3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

#### 【复习与思考】

1. 会展项目业务阶段、管理过程、生命周期三者之间的区别和联系。

2. 常见的会展评估方法有哪些？

#### 【学习资源】

爱课程：《项目管理》，南开大学，戚安邦。

#### 会展项目组织管理

#### 【学习目标】

1. 从整体上认识和把握会展项目组织管理的四个层次，在此基础上全面剖析会展项目的相关利益主体及其之间的关系；

2. 熟悉会展项目实施组织的典型结构，了解其各自的特点和适用性；

3. 梳理并总结会展项目团队组织、建设的主要理论，明确会展项目经理的权、责、利。

### 【课程内容】

1. 会展项目的组织管理及集成；
2. 会展项目利益相关主体；
3. 会展项目实施组织；
4. 会展项目团队；
5. 会展项目经理。

### 【重点、难点】

1. 重点：会展项目的相关利益主体，会展项目团队组织、建设的主要理论，会展项目经理的权、责、利；
2. 难点：认识和把握会展项目组织管理的四个层次，会展项目实施组织的典型结构及其各自的特点和适用。

### 【教学方法】

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

### 【复习与思考】

1. 会展项目组织架构的类型和适用性。
2. 会展项目团队建设理论主要有哪些？

### 【学习资源】

爱课程：《项目管理》，南开大学，戚安邦。

会展项目采购管理

### 【学习目标】

1. 理解会展项目采购管理的界定、采购合同的内涵和类型；
2. 认识会展项目采购管理的工作内容；
3. 熟悉会展项目采购计划的编制与实施、供应商的选择、合同履行与终结管理的要点，并用于指导实践。

### 【课程内容】

1. 项目采购管理概述；
2. 项目采购计划的制订；

3. 项目采购计划的实施；
4. 项目采购合同的履约管理；
5. 项目合同的终结管理。

**【重点、难点】**

1. 重点：理解会展项目采购管理的界定，并将其所涉及的两块工作与采购计划实施中的资源寻求方法联系、对应起来；会展项目采购管理的过程，会展项目采购计划的编制与实施，供应商的选择，合同履行与终结管理；

2. 难点：采购合同的内涵，会展项目采购计划实施过程中的资源寻求方法。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

**【学习要求】**

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

**【复习与思考】**

1. 会展项目采购管理的流程。
2. 会展项目供应商的选择要求。

**【学习资源】**

爱课程：《项目管理》，南开大学，戚安邦。

会展项目范围管理

**【学习目标】**

1. 能正确界定会展项目的产品范围和工作范围，掌握项目范围管理的工作内容；
2. 熟悉会展项目范围定义、确认、变更控制的要点，并用于指导实践。

**【课程内容】**

1. 项目范围管理概述；
2. 项目范围计划；
3. 项目范围管理计划；
4. 项目范围控制。

**【重点、难点】**

1. 重点：理解会展项目范围管理的界定和工作内容，掌握会展项目范围确

认、变更控制的要点；

2. 难点：会展项目范围定义的依据、方法、技术和工具。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

**【学习要求】**

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

**【复习与思考】**

1. 制订会展项目范围计划的有效工具是什么。
2. 分解 WBS 的步骤和要求有哪些？

**【学习资源】**

爱课程：《项目管理》，南开大学，戚安邦。  
会展项目进度管理

**【学习目标】**

1. 能正确界定会展项目时间管理的工作内容；
2. 掌握会展项目活动排序、活动工期估算、工期计划制定与控制，并用于指导实践，能在响应文件中体现这一知识点的应用。

**【课程内容】**

1. 项目时间管理概述；
2. 项目活动的排序；
3. 项目活动工期估算；
4. 项目工期计划的制订；
5. 项目工期计划的控制。

**【重点、难点】**

1. 重点：理解会展项目时间管理的界定和工作内容；掌握会展项目活动排序的依据和方法；理解会展项目活动工期估计的概念、原则和方法；掌握制定会展项目工期计划的方法、会展项目工期计划控制的方法；
2. 难点：网络计划法、关键路径法、追加计划法、工作协调与调度法。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授；



2. 案例研究；
3. 任务驱动。

#### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

#### 【复习与思考】

1. 制订会展项目进度计划的有效工具是什么。
2. 箭线图法估计工期的步骤和要求有哪些？

#### 【学习资源】

爱课程：《项目管理》，南开大学，戚安邦。  
会展项目成本管理

#### 【学习目标】

1. 能正确界定会展项目成本管理的工作内容；
2. 掌握会展项目成本估算、预算与控制的要点，并用于指导实践，能在响应文件中体现这一知识点的应用。

#### 【课程内容】

1. 项目成本管理概述；
2. 项目资源计划编制；
3. 项目成本估算；
4. 项目成本预算；
5. 项目成本控制。

#### 【重点、难点】

1. 重点：理解会展项目成本管理的界定和工作内容、会展项目成本的构成和估算方法，掌握会展项目成本预算的步骤；
2. 难点：会展项目成本控制的方法，尤其是挣值管理法、成本绩效度量法、成本附加计划法。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

#### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；

2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；

3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

#### 【复习与思考】

1. 会展项目资源调控的目的和工具是什么？

2. 会展项目成本计划的工具和步骤是什么？

#### 【学习资源】

爱课程：《项目管理》，南开大学，戚安邦。

会展项目质量管理

#### 【学习目标】

1. 能正确界定会展项目质量管理的工作内容；

2. 掌握会展项目质量计划编制、质量保障、质量控制的重点，并用于指导实践，能在响应文件中体现这一知识点的应用。

#### 【课程内容】

1. 项目质量管理概述；

2. 项目质量计划编制；

3. 项目质量保障；

4. 项目质量控制。

#### 【重点、难点】

1. 重点：理解会展项目质量管理的界定和工作内容，掌握会展项目质量计划编制的方法，质量保障的工作内容与方法，质量控制的方法；

2. 难点：流程图法。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授；

2. 案例研究；

3. 任务驱动。

#### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；

2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；

3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

#### 【复习与思考】

1. 会展项目质量保障的工具。

2. 流程图法的具体类型和适用性。

### 【学习资源】

爱课程：《项目管理》，南开大学，戚安邦。  
会展项目沟通管理

### 【学习目标】

1. 理解沟通的概念、原则和影响因素，能通过 5W 模型正确界定沟通的过程和要素；
2. 掌握会展项目沟通的方法与技巧，了解会展项目沟通的主要障碍；
3. 掌握会展项目沟通计划的制定、项目报告、项目会议的管理。

### 【课程内容】

1. 项目沟通管理概述；
2. 项目沟通的方式；
3. 项目沟通计划的编制；
4. 项目沟通计划的实施。

### 【重点、难点】

1. 重点：沟通的概念、过程、原则和影响要素，会展项目沟通的方法与技巧，会展项目沟通的主要障碍；
2. 难点：会展项目沟通计划的制定，项目报告、项目会议的管理。

### 【教学方法】

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

### 【复习与思考】

1. 会展项目沟通的方式有哪些。
2. 会展项目沟通计划编制和实施的步骤。

### 【学习资源】

爱课程：《项目管理》，南开大学，戚安邦。

## 五、实践教学安排

1. 实践教学学时：0 学时
2. 实践方式：灵活实践，即主要通过对日常生活中的项目问题及会展项目

的实施有所思考并归纳总结。

3. 实践能力展示：小组通过资料检索或实地调研，完成采购需求文件的制作，进行课堂 10 分钟汇报展示、完成答辩，由教师点评、学生复盘完善。

其他小组认领项目并完成响应文件的制作，进行课堂 10 分钟汇报展示、完成答辩，由教师点评、学生复盘完善。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核包括：课堂表现、平时作业（含小组展示汇报）、读书笔记等。

期末考核采用闭卷考试。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1：熟悉会展项目管理的基础理论和基本方法。	项目管理知识体系PMBOK，项目与项目管理，项目组织管理层次（25%）	课堂提问或讨论、平时作业、小组方案汇报、期末考试
课程目标 2：掌握会展项目管理知识体系，具备专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。	采购管理计划制定与执行控制，项目范围计划与变更控制，项目进度计划与变更控制，项目成本计划与控制，项目质量计划与保障，项目沟通计划与执行（25%）	课堂提问或讨论、平时作业、小组方案汇报、期末考试
课程目标 3：能够结合会展项目管理实践需求，将会展项目管理理论用于复杂问题的解决，探索中国会展业发展的有效路径，为行业变革贡献自己的力量。	项目管理前沿理论和行业发展趋势，成熟的和最新的项目管理方法、体系、应用软件（25%）	课堂提问或讨论、平时作业、小组方案汇报、期末考试
课程目标 4：具有良好的团队协作能力和沟通能力，能使用基本的办公软件和项目管理软件，通过图文方式展示学习成果，表达独到见解，在团队中发挥应有的作用。	会展公司或会展活动对会展项目管理专业人才技能和素质方面的综合要求（25%）	课堂提问或讨论、平时作业、小组方案汇报、期末考试

## 七、成绩评定

## （一）评定方式

### 1. 总成绩评定

总成绩=（课堂表现×30%+平时作业×40%+读书笔记×30%）×30%+期末考试成绩×70%

### 2. 平时成绩评定

（1）课堂表现：根据学生到课情况、听讲是否认真、课堂参与程度及质量综合量分。

（2）平时作业：根据学生平时作业提交次数、完成质量进行量分。其中，小组展示汇报根据学生在小组策划方案中的参与程度和方案的完整性、创新性、规范性综合量分。

（3）读书笔记：根据学生根据教学内容，进行拓展阅读并做读书笔记的详实程度，重、难点的标记，自己对知识点的归纳总结和拓展深化进行量分。

### 3. 期末成绩评定

根据期末闭卷考试卷面情况，参照评分标准评定。

## （二）评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	不缺勤，认真听讲，积极发言、讨论，课堂参与频率高、质量好。	缺勤 1-2 次，听讲较认真，发言、讨论较积极，课堂参与频率较高、质量较好。	缺勤 2-3 次，听讲基本认真，发言、讨论不太积极，课堂参与频率较低、质量一般。	缺勤 3-4 次，听讲不认真，发言、讨论不积极，课堂参与频率低、质量较差。	缺勤 5 次及以上，听讲不认真，基本不主动发言、讨论，课堂参与频率低、质量差。
2	平时作业	提交全部作业，内容完整、规范，对问题的分析很深入，有很高的创新性。	提交全部作业，内容完整、规范，对问题的分析比较深入，有较高的创新性。	提交全部作业，内容基本完整、规范，对问题做出了基本分析，创新性一般。	提交全部作业，内容基本完整、规范，对问题分析不太到位，没有创新性。	未提交全部作业或作业内容不完整、不规范。
3	读书笔记	拓展阅读内容记录详实，重、难点标记清晰，对知识点进行归纳总结和拓展深化。	对拓展阅读内容记录比较详实，重、难点标记清晰。	对主要的拓展阅读内容进行记录，重、难点标记基本清晰。	仅记录拓展阅读内容的理论框架，未标注重、难点。	笔记容量很少，理论框架不完善。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
项目管理学	戚安邦	科学出版社	2019年6月	否	无

## 九、主要参考书目

[1]江金波. 会展项目管理——理论、方法与实践[M]. 北京: 清华大学出版社. 2020年8月.

[2][美]克莱门斯, 杰克·吉多, [中]张金成, 杨坤译. 成功的项目管理[M]. 北京: 机械工业出版社. 2012年8月.

## 十、课程学习建议

结合本课程的特点, 给出以下学习建议:

1. 明确学习目标, 进行主动有效学习。
2. 利用节假日对会展活动进行观摩、调研, 增强实践技能。
3. 进行广泛阅读, 积极进行量的积累, 不断提高理论思维能力。



# 会展经济与管理专业

## 《会展营销》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《会展营销》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	会展营销 Exhibition marketing		
课程编码	231510614B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展概论、管理学原理、旅游消费者行为	修读学期	第五学期
课程类别	专业核心课程	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	3	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	48 学时（理论学时 44，实践学时 4）		
执笔人	邢利娟	审核人	申磊

## 二、课程简介

《会展营销》课程是会展经济与管理专业的核心课程之一，是一门建立在现代管理理论、消费者行为科学、心理学、会展概论等知识基础上的综合性、应用型课程。学生通过运用现代管理学和消费者行为科学的相关知识，能够将市场营销学科的基本思想、理论和方法熟练迁移运用到会展行业，分析会展企业以满足参展商、专业观众、与会者需求为中心的营销活动，明确会展企业营销战略和计划的制定方法以及营销各个环节的内容、注意事项，解决会展营销工作中的实际问题，提升学生对专业知识的应用能力，以适应社会主义市场经济发展需要以及会展行业对应用型人才的需求。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：将市场营销学科的基本思想、理论和方法熟练迁移运用到会展行业，树立“以客户为中心”思想，理解市场营销观念的演变和理论发展，学会进行市场调研，调查分析会展企业所处的内外部营销环境，并能够根据内外部营销环境的变化，不断进行适时调整，解决企业在营销中面临的一系列问题。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：熟记会展营销的营销主客体、能够根据消费者心理和消费行



为，学会运用 STP 营销战略。举例说明现阶段会展营销的最新动态、新型营销方式和新技术应用，以满足会展企业、客户和社会三者的需要。【毕业要求 2.2】

课程目标 3：能够运用所学的专业知识，为会展企业进行合理的市场细分，选择明确的目标市场，并对目标市场进行恰当定位，选择合适的营销组合策略，制定合理的营销和赞助方案，加强对专业知识理解和深度认知，实际解决活动中的各类复杂问题。【毕业要求 4.2】

课程目标 4：在市场调研、市场细分及目标市场定位、赞助方案设计等营销过程和文案撰写汇报中，运用文字、图表、动作和语言表达自主观点，与赞助商、公众或其他利用相关者进行有效沟通，理解并包容不同受众需求和地方文化的差异性。【毕业要求 6.1】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 3	应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中，将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。
课程目标 4	沟通表达	6.1 能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点，与旅游行业及社会公众进行有效的沟通，并理解与包容差异性。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
会展营销概述	课程目标 1、2、3、4	讲授、讨论、案例分析	4
会展营销对象	课程目标 1、2、3、4	讲授、讨论、案例分析	2
会展营销心理	课程目标 1、2、3、4	讲授、讨论、提问、案例分析	6
会展市场细分与定位	课程目标 1、2、3、4	讲授、讨论、提问、案例分析	6
会展营销策略	课程目标 1、2、3、4	讲授、讨论、提问、案例	10

		分析	
会展新型营销方式	课程目标 1、2、3、4	讲授、讨论、案例分析、项目驱动	10
会展营销赞助方案	课程目标 1、2、3、4	讲授、讨论、案例分析、项目驱动	4
参展企业营销	课程目标 1、2、3、4	讲授、讨论、案例分析、情境演示	6
合计			48

## (二) 课程内容

### 会展营销概述

#### 【学习目标】

1. 正确区分市场和会展市场的概念并掌握会展营销的定义界定。
2. 明晰会展营销的特征和市场营销观念的演进，能对案例加以理解和应用。
3. 比较国内外会展营销的发展现状，并对会展营销发展趋势进行科学预测。

#### 【课程内容】

1. 市场营销的概念
2. 会展营销的界定与特征
3. 会展营销的发展现状及趋势

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展营销的界定，市场营销观念的演进，会展营销发展的趋势。
2. 难点：会展营销的特征，不同市场营销观念的对比。

#### 【教学方法】

1. 运用讲授法进行市场营销的概念、会展营销的界定与特征的讲解。
2. 运用案例分析法进行会展营销发展现状的讲解。
3. 运用讨论法进行会展营销发展趋势的讲解。

【学习要求】学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

#### 【复习与思考】

1. 什么是营销？你认为营销、推销和促销一样么？
2. 会展营销有哪些特征？
3. 分析市场营销经历了几个演进过程？每个阶段的主要特征是什么？
4. 会展营销有哪些发展趋势？为什么？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、市场营销及会展营销研究的相关

文献及参考书目。

## 会展营销对象

### 【学习目标】

1. 指出会展利益相关者。
2. 梳理主要利益相关者之间的关系，并能加以应用和理解。
3. 总结会展营销的主体和客体。

### 【课程内容】

1. 会展利益相关者概述
2. 会展营销的主体
3. 会展营销的客体

### 【重点、难点】

1. 重点：会展利益相关者的分类，会展营销主体的内容，会展营销客体的内容。
2. 难点：主要利益相关者之间的关系分析。

### 【教学方法】

1. 运用讨论法进行会展利益相关者讲解。
2. 运用讲授法进行主要利益相关者与会展之间关系的梳理和总结归纳。
3. 运用讲授法、案例分析法进行会展营销主体和客体的总结和比较。

【学习要求】学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

### 【复习与思考】

1. 会展活动的构成要素有哪些？
2. 会展主要利益相关者有哪些？其主要利益相关者与会展之间的关系分别是什么？
3. 哪些属于会展营销主体？哪些属于会展营销客体？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、会展营销研究的相关文献及参考书目。

## 会展营销心理

### 【学习目标】

1. 记住并比较会展消费者存在的三种行为模式的内容和核心观点。
2. 分析总结影响会展消费者行为的主要因素。
3. 探究会展消费动机分析，创新尝试写出会展个人消费者的购买决策过程。
4. 尝试探索组织的会展购买决策过程，并区分其与个人购买决策过程的不同之处。

### 【课程内容】

1. 会展消费者行为模式
2. 影响会展消费者行为的主要因素
3. 会展消费动机分析
4. 会展消费者的购买决策
5. 组织的会展消费行为

**【重点、难点】**

1. 重点：会展消费者存在的三种行为模式的内容和核心观点，会展消费动机分析，组织市场的购买行为特征，组织市场的购买行为特征，组织的会展购买决策过程。

2. 难点：影响会展消费行为的主要因素，影响组织采购决策的主要因素。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法和提问法进行节会展消费者行为模式讲解。
2. 运用讨论法和案例分析法进行影响会展消费者行为的主要因素讲解。
3. 运用讨论法、案例分析法进行会展消费动机分析讲解。
4. 运用讨论法和讲授法进行会展个体消费者和组织的购买行为决策。

**【学习要求】**学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

**【复习与思考】**

1. 消费者行为研究对企业营销产生了哪些重要性？
2. 探讨消费行为模式演变发展的逻辑是什么？
3. 探讨影响会展消费行为的主要因素包括哪些？
4. 探讨影响组织和个人消费行为的主要影响因素是否一致？如不一致，有哪些区别？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、会展营销研究的相关文献及参考书目。

## 会展市场细分与定位

**【学习目标】**

1. 明白营销环境、营销调研在企业营销战略制定中发挥的重要性。
2. 理解会展市场细分的原则和依据，并对目标市场选择的营销策略加以简单应用。
3. 学会并尝试分析某会展企业案例应该采取的市场定位方式。

**【课程内容】**

1. 会展营销环境概述
2. 会展营销调研的内容及方法
3. 会展市场细分

#### 4. 会展目标市场确定

#### 5. 会展市场定位

##### 【重点、难点】

1. 重点：会展营销环境分析的内容及方法，会展市场细分的原则和战略，会展目标市场的选择条件，影响目标市场策略选择的制约因素，会展市场定位的策略。

2. 难点：会展营销调研的内容、方法及程序，会展市场细分的程序，会展目标市场的营销策略，会展市场定位的步骤。

##### 【教学方法】

1. 运用讨论法、提问法和讲授进行会展营销环境和调研内容的讲解。

2. 运用讨论法和案例分析法进行会展市场细分依据、目标市场的选择策略及其影响因素进行梳理归纳。

3. 运用讨论法和案例分析法进行会展市场定位方法的梳理总结及应用。

【学习要求】学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

##### 【复习与思考】

1. 探讨会展项目是否会受到营销环境的影响？

2. 讨论为何要进行会展营销调研？从哪些方面开展调研？

3. 讨论会展企业在制定营销组合策略时为什么要进行 STP 战略？

4. 讨论会展市场细分的依据有哪些？

5. 探讨影响目标市场策略选择制约因素有哪些？

6. 讨论某会展企业案例应该采取哪种市场定位方式？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、会展营销研究的相关文献及参考书目。

## 会展营销策略

##### 【学习目标】

1. 明晰会展营销组合理论及其对应的市场营销演进观念。

2. 分析判断会展企业在产品、定价、渠道、促销的基本内容及策略方法，并能对案例加以应用和理解。

3. 正确区分会展营销渠道的类型，并探讨会展产品不同生命周期的特点及其营销策略。

##### 【课程内容】

1. 会展产品策略

2. 会展定价策略

3. 会展分销渠道策略

#### 4. 会展促销策略

##### 【重点、难点】

1. 重点：会展营销组合理论及其对应的市场营销演进观念，会展产品的内涵及开发策略，影响会展产品定价的因素，会展产品的价格构成，会展分销渠道的特点与类型，合作制渠道，会展宣传推广策略，会展人员营销、营业促销、同类展会营销的具体方式。

2. 难点：会展产品不同生命周期的特点及其营销策略，会展产品的定价方法与技巧，代理制渠道，会展人员营销的关键点，微博营销的应用方式和实施步骤。

##### 【教学方法】

1. 运用讲授法和讨论法进行会展营销组合理论及其对应的市场营销演进观念的讲解。

2. 运用讨论法和案例分析法，探讨会展企业在产品、定价、渠道、促销的基本内容及策略方法。

3. 运用讲授法和讨论法进行会展营销渠道类型及特点的分析，并探讨会展产品不同生命周期的特点及其营销策略。

【学习要求】学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

##### 【复习与思考】

1. 讨论会展企业进行 STP 战略之后为何要制定营销组合策略？
2. 探讨三种营销组合理论分别对应的是市场营销演进的哪些观念？
3. 思考会展产品有生命周期吗？不同的生命周期下，会展产品的特点和营销策略一样吗？

4. 复习会展产品项目的定价方法和技巧有哪些？

5. 讨论代理商的责任和义务分别是什么？组展商应该如何加强代理商管理？

6. 搜集资料并总结会展企业的促销方式包括哪些？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、会展营销研究的相关文献及参考书目。

#### 会展新型营销方式

##### 【学习目标】

1. 梳理总结会展企业常用的新型营销方式。
2. 理解并熟记会展企业常用的新型营销方式的内容及核心观点方法。
3. 学会新型营销方式在会展中的具体应用策略并初步掌握。

##### 【课程内容】

1. 绿色营销
2. 网络营销
3. 关系营销
4. 体验营销
5. 微博、微信、短视频营销
6. 数字会展营销

**【重点、难点】**

1. 重点：绿色营销、网络营销、体验营销的内容及其在会展行业中的具体应用策略。

2. 难点：关系营销、微信营销、数字会展营销的内容及其在会展行业中的具体应用策略。

**【教学方法】**

1. 运用提问法和讨论法进行会展企业常用的新型营销方式的梳理总结。
2. 运用讨论法和案例分析法进行会展企业常用的新型营销方式的内容及核心观点方法的讲解。
3. 运用项目驱动法、讨论法和案例分析法进行新型营销方式在会展中的具体应用策略的梳理概括。

**【学习要求】**学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

**【复习与思考】**

1. 绿色营销反映了之前所学的哪个市场营销观念？
2. 网络营销可以运用在会展中的哪些方面？请举出常见的应用方式。
3. 企业为什么要通过关系营销着重加强客户关系管理？
4. 会展企业应该利用微博、微信、短视频创造体验，进行实现营销？
5. 探讨数字营销与传统营销方式有何不同？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、会展营销研究的相关文献及参考书目。

## 会展营销赞助方案

**【学习目标】**

1. 明白赞助在会展活动中的重要性。
2. 明晰会展赞助的内涵、类型以及目标赞助商的选择标准，并能对案例加以初步应用和理解。
3. 学会并尝试设计一份科学合理、层次分明的会展赞助方案。

**【课程内容】**

1. 会展赞助的内涵与类型

2. 会展赞助方案设计
3. 会展项目获得赞助的程序

**【重点、难点】**

1. 重点：会展赞助的类型。
2. 难点：会展赞助的方案内容及其注意事项，目标赞助商的选择标准。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法和案例分析法进行会展赞助的内涵、类型以及会展项目获得赞助的程序的讲解。
2. 运用讨论法和项目驱动法进行会展赞助方案设计。

**【学习要求】**学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

**【复习与思考】**

1. 讨论赞助与捐助的区别？企业为何要进行赞助活动？
2. 讨论企业可以从哪些方面对某一会展项目开展赞助？
3. 探讨展会的主办方选择赞助商的因素有哪些？

**【学习资源】** 学习通上面的案例资料库、会展营销研究的相关文献及参考书目。

### 参展企业营销

**【学习目标】**

1. 明白营销在参展企业活动中的重要性。
2. 明晰参展企业在展前、展中、展后的营销要点及注意事项，并能对案例加以初步应用和理解。
3. 初步应用展台现场营销的技巧方法。

**【课程内容】**

1. 展前营销
2. 展台现场营销
3. 展后营销

**【重点、难点】**

1. 重点：展前客户邀约的技巧及大客户管理，展后跟进客户的主要工作。
2. 难点：展台客户接待和沟通的技巧，参展企业在营销过程中的注意事项。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法、讨论法和案例分析法进行参展企业在展前、展中、展后的营销要点及注意事项的讲解。
2. 运用情境模拟进行展台现场营销的技巧方法演示。

**【学习要求】**学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。



### 【复习与思考】

1. 讨论节事活动的组织者应该如何提高收入、降低成本？
2. 讨论不同类型节事活动的收入项目与支出项目是否一致？有何区别？
3. 思考赞助是什么？与捐助、广告的区别是什么？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、会展营销研究的相关文献及参考书目。

## 五、实践教学安排

### 实践 1. 展览会新技术应用的调查报告

实践目的：了解当前会展行业的最新技术及其在展览会中的具体应用

实践学时：2

实践教学安排：教师介绍新技术对于会展行业发展的重要性以及本次实验的目的、评分标准，将全体学生共分为 6 组。每组学生对实践中所选会展城市案例中一年内展览会的基本信息进行资料的分工收集、筛选和整理，并对每个展会逐一写出所采用的新技术名称及其在展览会中的具体应用情况。随后课堂上由每组随机选择的学生代表进行汇报发言，最后由教师对各小组的汇报进行点评和总结。课后按时在学习通上提交电子版调查报告。

### 实践 2. 参展企业现场营销模拟训练

实践目的：了解参展企业将会展作为营销渠道的原因及重要性，掌握参展企业在会展全程营销中要点及注意事项。

实践学时：2

实践教学安排：教师将全体学生共分为 6 组。每组学生运用头脑风暴法，在课前需要对参展企业现场营销模拟演练所需的剧本、情境和道具进行创作与设计。课堂上教师介绍本次实践目的及评分标准，之后由各小组依次进行现场分角色模拟表演，由学生代表现场评分，评出优秀小组及优秀个人各一名。最后由教师对各小组的表演进行点评和总结。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核方式（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、实践展示。

期末考核采用闭卷考试。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例 (%)	考核方式
课程目标 1	会展营销概述、会展营销对象、会展营销心理、会展市场细分与定位、会展营销策略、会展新型营销方式、会展营销赞助方案、参展企业营销，占比 25%	课堂表现、平时作业、实践方案、期末考试
课程目标 2	会展营销概述、会展营销对象、会展营销心理、会展市场细分与定位、会展营销策略、会展新型营销方式、会展营销赞助方案、参展企业营销，占比 25%	课堂表现、平时作业、实践方案、期末考试
课程目标 3	会展营销概述、会展营销对象、会展营销心理、会展市场细分与定位、会展营销策略、会展新型营销方式、会展营销赞助方案、参展企业营销，占比 25%	课堂表现、平时作业、实践方案、期末考试
课程目标 4	会展营销概述、会展营销对象、会展营销心理、会展市场细分与定位、会展营销策略、会展新型营销方式、会展营销赞助方案、参展企业营销，占比 25%	课堂表现、平时作业、实践方案、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 总成绩评定

总成绩 = (课堂表现 × 20% + 平时作业 × 40% + 实践展示 × 40%) × 30% + 期末成绩评定 × 70%

### (二) 平时成绩评定

1. 课堂表现占平时成绩中的 20%，按照百分制给分，主要考核依据为学生的到课率、随机提问作答情况、课堂讨论的参与度、读书笔记的完整性等。

2. 平时作业占平时成绩中的 40%，按照百分制给分，每学期布置 3 次平时作业，求均分。

3. 实践展示占平时成绩的 40%，按照百分制给分，其中，方案完整可行（40 分）、规范和创新程度（20 分）、团队分工与协作（20 分）、展示方式灵活新颖（15 分）、时间控制佳（5 分）。每个学生所有实践的平均值，即是该同学最后评价的技能成绩。

具体评价标准如下：

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课，笔记完整规范且字迹清晰。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次，笔记较为完整规范且字迹清晰。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次，笔记完整但不规范、字迹不清晰。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次，笔记较为完整，但不规范且字迹不清晰。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次，笔记不完整不规范且字迹不清晰。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	实践展示	展示内容完整可行，创新性强，有独特见解或解决方案。团队成员配合默契，分工明确，时间控制佳。	展示内容基本完整可行，有一定的创新性和独特见解。团队内部沟通基本顺畅，时间控制较好。	展示内容完成度一般，可行性不足，创新性有限。团队成员之间配合一般，时间超时。	展示内容完成度较低，可行性较差，创新性不足。团队成员之间配合较差，时间超时。	展示内容严重不完整，可行性差，缺乏创新性。团队成员之间几乎无配合，时间超时。

### (三) 期末成绩评定

根据期末闭卷考试的试题评分标准进行卷面成绩评定。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
会展营销与策划(第四版)	刘松萍、李晓莉、钟文	首都经济贸易大学出版社	2018年9月	否	

## 九、主要参考书目

[1]庾为. 会展营销教程. 北京: 首都经济贸易大学出版社. 2020. 可参考本书的第二、三、四、五、六、七、八、十章节。

[2]刘松萍. 会展营销. 重庆: 重庆大学出版社. 2014. 可参考本书的可参

考本书的第一、二、三、四、五、七、八、十、十一章节。

[3]周杰. 会展营销. 重庆: 重庆大学出版社. 2018. 可参考本书的第一、二、三、四、五、六、七、八、九、十章节。

[4]黄鹂. 会展营销. 武汉: 华中科技大学出版社. 2019. 可参考本书的第三、四、五、六、七章节。

[5]刘大可. 会展营销教程(第三版). 北京: 高等教育出版社. 2019. 可参考本书的第一、二、三、五、六、七、十章节。

## 十、课程学习建议

该课程在每次上课之前,都需要提前花费至少 30 分钟在学习通进行课外学习和知识点预习,主要是熟悉案例资料和相关补充的学术文献、参考书目,加深对所学知识的理解,有助于进行课堂讨论和实践训练。



# 会展经济与管理专业

## 《会展人力资源管理》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《会展人力资源管理》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	会展人力资源管理 Human Resources Management of MICE Industry		
课程编码	231510615B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展概论、管理学原理	修读学期	第五学期
课程类别	专业选修课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 24，实践学时 8）		
执笔人	申磊	审核人	李静

## 二、课程简介

本课程是会展经济与管理专业的一门专业选修课程。该课程系统论述会展人力资源管理的相关知识，包括会展人力资源管理的含义、组织结构与职位分析、人力资源规划、会展人员招募、甄选、培训与开发、绩效管理等内容，为会展经济与管理专业学生学习专业知识拓展思路，拓宽学生视野，增加知识的广度。在理论知识方面，要求学生领会会展人力资源管理体系，了解我国会展人力资源管理的发展历程与发展趋势；切实加强学生在会展企业中对人力资源管理存在问题的过程性分析与解决实际问题的业务能力；通过所学知识，让学生能够在充分理解并掌握所学知识的基础上，更好地提升自己的整体规划能力、分析能力、语言表达能力、团队协作能力以及创新力。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：本课程以管理学的理论为基础，以会展业务经营活动为中心，通过本课程的学习，使学生掌握会展人力资源管理的基本知识，包括会展人力资源管理的含义、组织结构与职位分析、人力资源规划、会展人员招募、甄选、培训与开发、绩效管理以及会展人力资源管理发展的最新趋势。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：通过案例分析，指导学生分析和解决会展企业经营中出现的

人力资源管理的实际问题，提升学生的分析能力、团队协作能力以及创新力。

**【毕业要求 4.1】**

课程目标 3：提高学生对人力资源岗位及其相关管理职责、内容等知识的认识与涵养，培养学生良好的职业道德与科学选人、用人的素养。**【毕业要求 6.1】**

**(二) 课程目标与毕业要求的关系**

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实的人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性，掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 3	沟通表达	6.1 能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点，与会展行业及社会公众进行有效的沟通，并理解与包容差异性。

**四、课程内容**

**(一) 课程内容与课程目标的关系**

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
人力资源管理导论	课程目标 1	课堂讲授	4
组织结构与职位分析	课程目标 1、2、3	课堂讲授、案例法、讨论法	4
人力资源规划与招募	课程目标 1、2、3	课堂讲授、案例法、讨论法	7
员工甄选	课程目标 1、2、3	课堂讲授、案例法、讨论法	8
培训与开发	课程目标 1、2、3	课堂讲授、案例法、讨论法	5
绩效管理	课程目标 1、2、3	课堂讲授、案例法、讨论法	4
合计			32

**(二) 课程内容**

人力资源管理导论

**【学习目标】**

领会人力资源管理的发展简史，阐述人力资源管理的功能、作用及基本职能、职责，记住人力资源的定义、内涵与特性。

### 【课程内容】

1. 人力资源概述
2. 人力资源管理概述

### 【重点、难点】

1. 重点：人力资源的内涵、现代人力资源管理的概念、功能及作用
2. 难点：人力资源的特性、人力资源管理中的人性假设

### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

### 【复习与思考】

1. 人力资源管理的主要职能有哪些？
2. 简述人力资源的特性。

### 【学习资源】

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看国家精品课程《人力资源管理》  
组织结构与职位分析

### 【学习目标】

领会会展企业的组织结构和设计的基本原理、胜任素质模型的构成，阐述会展企业的职位分析的基本原理，知晓会展人力资源职位分析方法，能够撰写职位说明书。

### 【课程内容】

1. 组织设计与组织结构
2. 职位分析与职位设计

### 【重点、难点】

1. 重点：会展组织结构的六种类型及其特点、职位分析的作用和方法。
2. 难点：组织设计的基本原理、职位分析的主要流程。

### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）



### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

### 【复习与思考】

1. 在进行组织结构设计时主要应考虑哪几个方面的因素？
2. 职位设计的主要方法有哪几种？
3. 职位说明书包括哪些组成部分？

### 【学习资源】

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《人力资源管理》

朱勇国. 职位分析与职位管理体系设计. 北京：对外经济贸易大学出版社. 2010

## 人力资源规划与招募

### 【学习目标】

1. 领会会展企业人力资源规划的内涵与意义，知晓会展企业人力资源供求预测及其平衡规划，阐述会展企业人力资源招聘的基本程序和主要渠道。

2. 培养学生运用所学理论知识分析和初步解决会展企业人力资源规划与招募问题的能力。

### 【课程内容】

1. 人力资源规划
2. 会展人员招募

### 【重点、难点】

1. 重点：会展企业人力资源需求和供给预测、人力资源招募来源的原则和基本程序。

2. 难点：会展企业人力资源供求关系的匹配和平衡规划、人力资源招募的外部渠道。

### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

### 【复习与思考】

1. 在进行人力资源需求预测时需要考虑哪些因素？
2. 影响组织招募工作的因素有哪些？

#### 【学习资源】

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《人力资源管理》

刘家珉. 人员招募与甄选. 天津：天津大学出版社. 2014

### 员工甄选

#### 【学习目标】

1. 知道会展企业员工甄选的概念及其评价标准，员工面试的类型
2. 领会会展企业员工甄选的程序，会展企业员工甄选的影响因素和参照因素；阐述会展企业员工甄选的主要方法以及面试效果改善的主要方法。
3. 运用所学理论知识分析和解决会展企业员工甄选的实际问题

#### 【课程内容】

1. 员工甄选概述
2. 甄选的主要方法
3. 面试

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展企业员工甄选的基本程序和参照因素；面试的类型和改善方法。
2. 难点：会展企业员工甄选的影响因素和主要方法。

#### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

#### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

#### 【复习与思考】

1. 员工甄选的基本程序是什么？
2. 面试有哪几类？哪些方法有助于改善面试效果？

#### 【学习资源】

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《面试沟通技巧》

吴悦. 人事面谈全流程实务. 台北：大是文化. 2023

## 培训与开发

### 【学习目标】

1. 知道我国会展培训市场的现状、存在问题及发展趋势，明确知识经济下培训对会展企业的作用和意义。
2. 领会会展企业员工培训需求分析的内容与具体方法，员工开发方法与管理。
3. 运用所学理论知识分析和解决会展企业培训的问题

### 【课程内容】

1. 培训与培训管理概述
2. 培训管理的主要内容
3. 员工开发与职业发展

### 【重点、难点】

1. 重点：会展人员培训需求分析与员工开发的内容与具体方法
2. 难点：培训和开发的区别，培训管理的四阶段模型

### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

### 【复习与思考】

1. 培训计划应当包括哪些主要内容？
2. 员工开发的主要方法有哪些？

### 【学习资源】

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《人力资源培训与开发》

## 绩效管理

### 【学习目标】

1. 知晓会展企业绩效管理的基本原理和作用
2. 领会绩效的评价与反馈方法和作用，阐述会展企业员工绩效管理的过程、绩效评估方法，能进行评价表格的设计。
3. 运用所学理论知识分析和解决会展企业绩效管理的问题

### 【课程内容】

1. 绩效与绩效管理的基本原理
2. 绩效评价方法与评价表格设计
3. 绩效评价与反馈

**【重点、难点】**

1. 重点：会展企业员工绩效管理的特征、影响因素以及其过程和影响；绩效评估方法

2. 难点：绩效评估表格的设计；绩效面谈的程序及技巧

**【教学方法】**

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

**【学习要求】**

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

**【复习与思考】**

1. 如何设计一份绩效评价表格？
2. 如何才能有效进行绩效评价面谈？

**【学习资源】**

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《绩效管理》

## 五、实践教学安排

### 实践 1. 人力资源招募模拟

实践目的：让学生理解人力资源招募的流程。

实践学时：4

实践教学安排：提前给学生布置任务，学生自行分组、分配角色，学生以 5—7 人一组模拟会展企业人力资源招募流程，以小组为单位进行展示交流。最后由教师对各小组的汇报进行点评和总结。

### 实践 2. 员工甄选模拟

实践目的：让学生理解人力资源甄选的流程。

实践学时：4

实践教学安排：学生以 3—5 人一组模拟会展企业人力资源甄选流程，以小组为单位进行展示交流。每组学生运用头脑风暴法，在课前需要对会展企业员工甄选模拟演练所需的剧本、情境和道具进行创作与设计。课堂上教师介绍本

次实践目的及评分标准，之后由各小组依次进行现场分角色模拟表演，由学生代表现场评分，评出优秀小组及优秀个人各一名。最后由教师对各小组的表演进行点评和总结。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、读书笔记。

期末考核采用考查形式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	人力资源管理导论、组织结构与职位分析、人力资源规划与招募、员工甄选、培训与开发、绩效管理，占比50%	课堂表现、平时作业、期末考试、读书笔记
课程目标 2	组织结构与职位分析、人力资源规划与招募、员工甄选、培训与开发、绩效管理，占比25%	课堂表现、平时作业、期末考试
课程目标 3	组织结构与职位分析、人力资源规划与招募、员工甄选、培训与开发、绩效管理，占比25%	课堂表现、平时作业、期末考试

## 七、成绩评定

### （一）评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩=（课堂表现×20%+平时作业×50%+读书笔记×30%）×50%+期末成绩评定×50%

#### 2. 平时成绩评定

- （1）课堂表现：根据学生到课率、课堂参与程度与质量评分。
- （2）平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量进行评价。
- （3）读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3. 期末成绩评定

根据开卷考查的期末成绩评定。

### （二）评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写比较整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
人力资源管理（第4版）	刘昕	中国人民大学出版	2020	否	

## 九、主要参考书目

- [1] 吴冬梅. 人力资源管理案例分析. 北京: 机械工业出版社. 2011.
- [2] 姚泽有, 张建国. 人力资源管理. 北京: 北京理工大学出版社. 2012.
- [3] 加里·德斯勒, 刘昕(译). 人力资源管理(第12版). 北京: 中国人民大学出版社. 2012.
- [4] 杨琪. 会展人力资源管理. 北京: 教育科学出版社. 2013.
- [5] 傅夏仙. 人力资源管理. 杭州: 浙江大学出版社. 2015.

## 十、课程学习建议

1. 明确学习目标，课前做好预习，带着问题进入课堂，保证课堂效果。
2. 在课程内容的学习上，结合案例对基本概念和基础理论进行理解和掌握。课后要搜集案例。

3. 找寻学习资源，在学习过程中遇到问题时，可以利用网络平台学习资源等方式解决问题。







# 会展经济与管理专业

## 《茶文化与茶艺》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《茶文化与茶艺》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	茶文化与茶艺 Tea Culture And Tea Art		
课程编码	231510616B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	专业导论、旅游学概论	修读学期	第五学期
课程类别	专业选修课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
设置类别	独立设课	课程学分	1
课程学时	32	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
执笔人	张英云	审核人	申磊

## 二、课程简介

茶文化与茶艺属于会展经济与管理专业的专业选修课程。茶文化是中国优秀传统文化之一，茶艺既是泡茶的技术和品饮的艺术，也是茶文化的重要体现。茶文化与茶艺是随着茶文化的发展和茶艺师职业认证的推行而发展起来的应用型课程。本课程从茶的基本知识以及常用茶艺基本技能、程序和方法等各个方面对学生进行训练，使学生深入地了解茶叶的基本知识和茶艺服务的内容，使学生掌握绿茶、红茶、黄茶、白茶、乌龙茶和普洱茶冲泡的基本技法和技艺，在此基础上掌握以上茶类的品饮要领和鉴别方法。通过该课程的学习，让学生在掌握泡茶技艺的同时陶冶情操、净化心灵、构建和谐的人际关系，并以此弘扬中国优秀传统文化。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：能够体会茶文化的博大精深，培养良好的道德修养和社会责任感，树立积极向上的人生理想，明白茶艺不仅仅是技艺的传承，更是中华优秀传统文化的传承与弘扬。深刻理解并践行符合社会进步要求的价值观念，如尊重、谦逊、和谐等，同时增强爱国主义情感，培养为国家和社会作出贡献的崇高理想。【毕业要求 1.2】

课程目标 2：能够识别不同种类的茶叶，熟悉六大茶类的特点与冲泡方法；

能根据不同的茶叶选择适当的茶具和冲泡方法；提升学生茶艺实践操作能力，使其能够独立完成茶艺表演和茶艺服务。【毕业要求 2.2】

课程目标 3：能够用专业且流畅的语言进行茶艺交流，增强语言沟通能力和团队协作能力，在茶艺实践中培养与他人和谐相处的社交能力。【毕业要求 6.1】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	品德修养	1.2 具有良好的道德修养和社会责任感、积极向上的人生理想、符合社会进步要求的价值观念和爱国主义的崇高情感。
课程目标 2	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 3	沟通表达	6.1 能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点，与旅游行业及社会公众进行有效的沟通，并理解与包容差异性。

## 四、实验项目设置与要求

### （一）实验项目与课程目标的关系

序号	实验项目	实验学时	实验类型	分组要求	开出要求	支撑课程目标
1	茶叶的识别与鉴赏	6	综合	3	必做	课程目标 1、2、3
2	茶具使用与茶席设计	4	综合	3	必做	课程目标 2、3
3	六大茶类的冲泡流程	8	综合	3	必做	课程目标 1、2
4	茶艺表演与创新	8	综合	3	必做	课程目标 1、2
5	茶艺礼仪与茶事服务	6	综合	3	必做	课程目标 1、2、3

注：实验类型：演示/验证/综合/设计；开出要求：必做/选做；分组要求：几人一组。

### （二）实验项目

#### 项目一：茶叶的识别与鉴赏

【实验目的】学生能够阐述茶叶的分类、特点和品质评估方法；能够通过外观、香气、滋味、汤色和叶底等方面来评估茶叶的品质，以此品鉴不同种类的茶叶；提升个人的茶叶鉴赏能力，进一步传承和弘扬茶文化。

【实验原理】无

**【主要试剂及仪器设备】**无

**【内容提要】**茶叶的分类与特点、茶叶审评方法、茶叶鉴赏实践和茶叶品质评估。

**【实验安排】**准备不同种类的茶叶样品，如绿茶、红茶、乌龙茶等；准备审评所需的茶具，如茶壶、茶杯、茶盘等；准备审评记录表，用于记录每款茶叶的审评结果；观察茶叶外观，记录其形状、色泽、整碎、净度等特征；嗅闻茶叶干香，感受其香气特征；泡茶，观察汤色，嗅闻湿香，品尝滋味，观察叶底；填写审评记录表，记录每款茶叶的审评结果。

**【教学方法与手段】**

1. 讲授法：讲解茶叶的分类、特点和制作工艺等基础知识；介绍茶叶审评的基本原理和方法，包括外形审评、内质审评等；教授茶叶品质评估的标准和技巧，使学生能够准确评估茶叶的品质。

2. 实践教学：引导学生观察不同种类的茶叶样品，记录其外观特征、香气、滋味等；组织学生进行茶叶冲泡实验，让学生亲自体验泡茶的过程，并观察茶汤的色泽、香气和滋味；指导学生进行茶叶审评实践，包括外形审评、内质审评等，使学生能够熟练掌握审评技巧。

3. 小组讨论：组织小组讨论，分享对茶叶品质评估的看法和经验；鼓励学生提问和互动，增强课堂氛围和学生的学习兴趣。

4. 案例分析：选取具有代表性的茶叶样品，进行案例分析，探讨其品质特点和审评要点；通过案例分析，加深学生对茶叶品质评估的理解和认识。

**【实验报告要求】**无

## **项目二：茶具使用与茶席设计**

**【实验目的】**通过实际操作，学生能够能够熟悉并掌握各种茶具的正确使用方法，包括茶杯、茶漏、盖碗等，确保在品茗过程中能够充分发挥茶具的功能，提升品茗体验；能够根据茶品、环境和个人喜好进行茶席设计；培养学生的审美能力和创造力，使其在品茗过程中能够感受到茶文化的魅力和深度。

**【实验原理】**无

**【主要试剂及仪器设备】**实训室，多媒体

**【内容提要】**茶具认识、茶具操作、茶席主题确定、茶具与茶叶搭配、茶席布置和茶席美学。

**【实验安排】**

1. 茶具认识：介绍茶具的种类、材质、特点及其适用场景。

2. 茶具操作：示范并指导学生掌握各种茶具的正确使用方法，如壶泡法、盖碗泡法等；实践茶艺冲泡流程，包括备器、温壶温杯、赏茶、置茶、冲水、

刮沫、出水、分茶等步骤。

3. 确定茶席主题：根据实验要求或个人兴趣，确定茶席的主题和风格。

4. 茶具与茶叶搭配：根据茶席主题，选择合适的茶具和茶叶进行搭配。

5. 茶席布置：选择并铺设铺垫，营造茶席氛围；摆放茶具，注意茶具的摆放顺序和位置，确保操作方便且美观；进行插花和盆景的布置，提升茶席的整体美感。

6. 茶席美学探讨：分析茶席的色彩搭配、空间布局和意境营造等美学要素；探讨如何通过茶席设计表达茶文化的内涵和魅力。

#### 【教学方法与手段】

1. 讲授法：介绍茶具的种类、材质、特点和适用场景，每种茶具都有其独特的用途和泡茶优势；结合图片或实物展示，让学生直观地了解茶具的外形和细节；讲解茶席设计的基本原则；介绍茶席设计的要素，如铺垫的选择、茶具的摆放、插花的搭配等，并解释它们如何共同营造出一个和谐的茶席空间。

2. 实践教学：示范并指导学生如何正确使用各种茶具，包括如何泡茶、倒茶、清洗茶具等；设定一个茶席设计主题，让学生根据主题进行茶席布置；鼓励学生发挥创意，尝试不同的布置方式和元素搭配，创造出独特的茶席空间。

3. 小组讨论：组织学生进行小组讨论，分享茶具使用和茶席设计的经验和心得；通过小组讨论，促进学生的交流和合作，提高学习效果。

4. 案例分析：选取具有代表性的茶具使用案例，如紫砂壶冲泡普洱茶、玻璃杯冲泡绿茶等，分析其中的技巧和注意事项；展示优秀的茶席设计作品，分析其设计思路、元素搭配和整体效果；引导学生从案例中汲取灵感和启发，提升自己的茶席设计能力。

#### 【实验报告要求】无

### 项目三：六大茶类的冲泡流程

【实验目的】能够理解中国六大茶类——绿茶、白茶、黄茶、青茶（乌龙茶）、红茶、黑茶各自的冲泡技巧，从而能够精准地呈现各类茶叶的独特风味和品质；能够精细控制投茶量、水温、冲泡时间等关键要素，深入探索每种茶叶的最佳冲泡方式，以体验绿茶的清新爽口、白茶的淡雅纯净、黄茶的醇和甘美、青茶的醇厚回甘、红茶的甘醇浓郁以及黑茶的深沉醇厚。

#### 【实验原理】无

#### 【主要试剂及仪器设备】实训室、多媒体

【内容提要】绿茶冲泡流程、黄茶冲泡流程、白茶冲泡流程、红茶冲泡流程、乌龙茶冲泡流程和黑茶冲泡流程、

#### 【实验安排】

1. 准备茶具与材料，按照不同茶类的特性选择合适的茶具。
2. 精确称量茶叶，根据茶叶种类和茶具容量确定投茶量。
3. 测定并控制水温，确保水温符合各类茶叶的冲泡要求。
4. 依次冲泡六大茶类，记录冲泡时间、观察茶叶舒展和茶汤变化。
5. 品尝不同茶类的茶汤，感受其色泽、香气、滋味等特点。

#### 【教学方法与手段】

1. 讲授法：介绍六大茶类（绿茶、白茶、黄茶、青茶、红茶、黑茶）的基本特点、制作工艺和冲泡原理；强调每种茶类冲泡时所需的水温、茶叶与水的比例、冲泡时间等关键参数。

2. 实践教学：教师现场示范各种茶类的冲泡流程，包括温具、投茶、注水、计时、出汤等步骤；学生分组进行实践操作，每组选择一种茶类进行冲泡；教师在学生操作过程中巡回指导，及时纠正错误并解答疑问。

3. 小组讨论：学生分组讨论不同茶类的冲泡技巧、口感特点以及适用场景；分享各自在冲泡过程中的经验和感受，相互学习借鉴。

4. 案例分析：通过具体茶类的案例，如龙井茶（绿茶）、白毫银针（白茶）等，详细讲解其冲泡流程和注意事项；结合图片或视频展示冲泡过程，使学生更直观地理解。

#### 【实验报告要求】无

### 项目四：茶艺表演与创新

【实验目的】学生能够感受茶文化的魅力深入理解茶文化的审美理念、哲学思想和人文价值；培养对茶文化的热爱和敬仰之情；通过茶艺表演的实践操作，让学生能够独立进行茶艺表演；学生能够发挥创新精神，将茶艺与现代艺术、科技和文化相结合，创作出具有独特魅力和时代价值的茶艺表演作品。

#### 【实验原理】无

#### 【主要试剂及仪器设备】实训室、多媒体

【内容提要】茶艺表演准备、茶艺表演流程、茶艺表演形式创新、茶艺内容创新

#### 【实验安排】

1. 介绍茶艺表演与创新实验的目的和意义。
2. 茶艺表演基础教学，讲解茶艺表演的基本流程和技巧，包括温壶温杯、下茶、注水、闷香、倒茶、品茶等步骤；示范茶艺表演过程，让学生观察并模仿。
3. 学生分组进行茶艺表演实践，教师巡回指导。
4. 引导学生思考茶艺表演的创新方式，包括表演形式、内容和技术等方面

的创新。

5. 学生分组进行讨论和创作，尝试将茶艺与现代艺术、科技和文化相结合，创作出具有独特魅力的茶艺表演作品。

6. 每组展示自己的茶艺表演作品，并分享创作思路和经验。

7. 实验总结与反馈

**【教学方法与手段】**

1. 讲授法：讲解茶艺的历史、文化和基本理念；分析茶艺表演的艺术特性和审美标准；阐述茶艺表演的基本流程和技巧。

2. 实践教学：使用多媒体或现场演示，展示茶艺表演的全过程；强调关键步骤和技巧，如注水、倒茶、品茶等。

3. 小组讨论：鼓励学生展示自己的茶艺表演作品，分享创作过程和心得；组织学生进行互评和讨论，提高审美能力和批判性思维。

4. 案例分析：分析成功的茶艺表演案例，探讨其创新之处和成功因素；引导学生从案例中汲取经验，激发创新灵感。

**【实验报告要求】** 无

**项目五：茶艺礼仪与茶事服务**

**【实验目的】** 通过实践茶艺礼仪，使学生能够深入理解并熟练掌握茶文化的传统礼节和仪式，提高个人修养和文化素养；提升茶事服务能力；通过茶艺礼仪与茶事服务的实践，弘扬和传播中国茶文化，增强学生对茶文化的认同感和自豪感，促进茶文化的传承与发展。

**【实验原理】** 无

**【主要试剂及仪器设备】** 实训室、多媒体

**【内容提要】** 茶艺礼仪知识、仪容仪表要求、茶事服务流程

**【实验安排】**

1. 茶艺礼仪基础学习。讲解茶艺礼仪的起源、发展和重要性；演示并讲解茶艺礼仪的基本原则和技巧，如仪容仪表要求、礼节礼貌实践等；学生分组进行茶艺礼仪实践练习，教师巡回指导。

2. 茶事服务流程实践。讲解茶事服务的基本流程和注意事项；学生分组进行茶事服务实践，包括接待与咨询、茶艺表演、品茗指导等环节；教师观察并点评学生的服务表现，提出改进建议。

3. 实验总结与反馈。提供茶艺礼仪与茶事服务相关的资源和推荐，引导学生进一步学习和探索。

**【教学方法与手段】**

1. 讲授法：讲解茶艺礼仪的起源、发展、基本原则及其在茶文化中的地位；

介绍茶事服务的基本流程，包括接待、咨询、茶艺表演、品茗指导、结账与送别等环节。

2. 实践教学：学生分组进行茶艺礼仪的实践练习，如仪容仪表的整理、礼节礼貌的展示等；模拟茶事服务流程，从接待到送别，全面体验茶事服务的各个环节。

3. 小组讨论：组织学生分组进行茶艺创新实践探索，如设计新的茶艺表演节目、开发新的茶事服务项目等。

4. 案例分析：分享成功的茶艺表演和茶事服务案例，分析其中的亮点和创新点；引导学生从案例中汲取经验，激发创新灵感。

【实验报告要求】无

## 五、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、技能考核和期末考核。

过程性考核方式包括：课堂表现、平时作业、读书笔记等，过程性评价主要是根据学生在整个课程教学过程中的表现来完成，如学生的到课率、课堂参与的积极性主动性、课程作业完成情况、读书笔记等。

技能考核采用考查方式。

期末考核采用考查方式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	茶叶的识别与鉴赏、茶具使用与茶席设计、茶艺表演与创新、茶艺礼仪与茶事服务 30%	课堂表现、平时作业、读书笔记、期末考核
课程目标 2	茶叶的识别与鉴赏、茶具使用与茶席设计、六大茶类的冲泡流程、茶艺表演与创新、茶艺礼仪与茶事服务 40%	课堂表现、平时作业、读书笔记、技能考核、期末考核
课程目标 3	茶叶的识别与鉴赏、茶具使用与茶席设计、茶艺表演与创新、茶艺礼仪与茶事服务 30%	课堂表现、平时作业、期末考核

## 六、成绩评定

### （一）总成绩评定

总成绩=（课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%）×30%+技能成绩×20%+期末考试成绩×50%



## (二) 平时成绩评定

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立完成或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立完成或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立完成或合作完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立完成或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写比较整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。

## (三) 技能成绩评定

技能成绩考核茶叶辨别的能力。

随机抽取五个茶样，学生需要填写该茶样的名称和所属茶类，每个内容填写正确得10分，共100分。

## (四) 期末成绩评定

期末考试采用茶艺表演的形式。

项目	分值	要求和评分标准	扣分标准
礼仪仪表仪容 20分	5	发型、服饰端庄、自然	服饰不端正、不协调，扣2分 发型突兀不端正，扣2分 其他因素酌情扣1分
	5	形象自然、得体、高雅、表演中身体语言得当，表情自然，具有亲和力	视线不集中，表情平淡，扣2分 目低视，表情不自如，扣2分 举止惊慌，扣1分
	10	动作、收拾、坐姿端正得体	坐姿不正，扣3分 手势中由明显多余的动作，扣3分 茶艺礼仪不到位，扣4分
茶艺演示	20	冲泡程序契合茶理，投	冲泡程序不符合茶理，顺序混乱，扣

50分		茶量适宜,水温、水量、时间把握合理	10分 冲水量过多和过少,扣5分 各杯中茶水有明显差距,扣5分
	30	操作动作适度,顺畅,优美,过程完整,形神兼备	未能连续完成,中断或出错三次以上,扣15分 能基本顺利完成,中断或出错二次以下,扣10分 表演技艺平淡,缺乏表情及艺术品味,扣5分 动作不规范,酌情扣1-5分
茶席布置 20分	10	茶器具之间功能协调	茶具不齐全,或有多余茶具,扣10分
	10	茶器具布置与排列有序、合理	茶席布置不协调,扣5分 动态茶席不合理,扣5分
时间 10分	10	在8分钟内完成茶艺表演	超时扣10分

## 七、教学参考资料

### 1. 主要参考书目

- [1]谢红勇. 茶艺基础. 上海交通大学出版社. 2011
- [2]龚永新. 茶文化与茶道艺术. 中国农业出版社. 2006
- [3]吴觉农. 中华茶艺. 安徽教育出版社. 2008
- [4]檀亚芳, 刘学芬. 茶文化与茶艺. 北京大学出版社. 2011
- [5]石洪斌, 范宗建, 陈红梅. 茶文化与茶艺基础. 广东旅游出版社. 2015

### 2. 与实验课程相关主要网站

- (1) 中国大学MOOC(慕课): <http://www.icourse163.org>
- (2) 弘益大学堂: <http://www.hongyiart.net>
- (3) 国家高等教育智慧教育平台: <http://www.chinaooc.com.cn>
- (4) 教育宝官网: <http://www.jiaoyubao.cn>

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
无					

## 九、课程学习建议

1. 理论学习: 学生应在课外投入至少与课堂理论学时相等的时间进行阅读、查阅资料、观看相关视频等, 以加深对茶文化茶艺理论知识的理解和记忆。
2. 实践操作: 除了课堂上的实践时间外, 学生还需在课外投入额外的时间

进行茶艺实践，如泡茶、品茶、茶艺表演等，以提高茶艺技能。

3. 阅读相关书籍和资料：《茶文化学》（刘勤晋主编）、《茶文化与茶艺》（檀亚芳、刘学芬编）、《中国茶道学》（陈文华编）等，这些书籍可以提供丰富的茶文化知识和茶艺技能介绍。

4. 观看茶艺表演和教学视频：通过观看茶艺表演和教学视频，学生可以直观地了解茶艺技能，学习泡茶、品茶的方法和技巧。

5. 参与茶艺实践活动：鼓励学生参与茶艺比赛、茶艺表演等活动，通过实践锻炼茶艺技能，加深对茶文化的理解和感悟。也可以自行组织茶艺交流活动，与同学一起分享茶艺心得和体验。

6. 培养兴趣和爱好：茶文化博大精深，学生应培养对茶文化的兴趣和爱好，积极参与茶文化相关的活动和学习。





# 会展经济与管理专业

## 《会展服务》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《会展服务》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	会展服务 Exhibition Service		
课程编码	231510617B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展策划	修读学期	第五学期
课程类别	专业选修课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 32，实践学时 0）		
执笔人	邢利娟	审核人	申磊

## 二、课程简介

《会展服务》课程是会展经济与管理专业的一门专业选修课，具有较强的专业性、系统性、实用性、时代性。学生能够以会展行业的具体业务事项为主要内容，在服务管理最新理论的基础上，熟悉并记住会展企业在服务组织、服务设计、服务场地及设施设备管理、服务现场及安全管理、服务质量管理、服务礼仪、服务创新等方面的运作知识和技能，培养“以人为本”的服务思维和创新思维，提升组织运作能力、问题分析和解决能力，以适应现代会展组织机构对应用型、复合型人才的需求。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：具备服务管理的知识和技巧，熟悉会展服务项目的运作流程，能够将服务管理的知识迁移运用到会展行业之中，尝试对会展项目进行服务设计、服务质量评价，掌握提升会展服务水平的途径，创新性解决会展企业在服务过程中遇到的难题。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：初步具备会展服务管理的基本知识体系和技能，能够进行会展服务项目识别、会展服务组织管理、会展服务场地选择、会展服务场地及设施设备管理、会展服务创新，提出有价值的会展服务管理建议，熟悉会展服务

的最新发展动态。【毕业要求 2.2】

课程目标 3：在会展服务的相关文案撰写汇报和客户服务过程中，运用文字、动作和语言表达自主观点，与客户进行有效沟通，理解并包容不同客户在服务需求中的差异性。【毕业要求 6.1】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 3	沟通表达	6.1 能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点，与旅游行业及社会公众进行有效的沟通，并理解与包容差异性。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
会展服务概述	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论	4
会展组织管理	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论、案例分析	2
会展服务设计与服务蓝图	课程目标 1、2、3	讲授、讨论、项目导向	6
会展场地、设施设备与场景管理	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 案例分析	2
会展现场服务与安全管理	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 案例分析	4
会展服务质量管理	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 案例分析	6
会展接待服务与礼仪	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 演示	4
会展服务创新与新技术	课程目标 1、2、3	讲授、讨论、案例分析	4
合计			32

### （二）课程内容

#### 会展服务概述

##### 【学习目标】

1. 正确区分会展服务的主体和客体。
2. 知道会展服务价值链的构成和功能，并进行初步应用。
3. 列出会展服务水平提升的途径及方法。

**【课程内容】**

1. 会展与会展服务的含义
2. 会展服务与现代服务业
3. 提升会展服务水平的途径

**【重点、难点】**

1. 重点：会展服务的内涵和种类，提升会展服务水平的途径。
2. 难点：会展服务的价值链分析。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法进行会展与会展服务的含义等方面的讲解。
2. 运用提问法和讲授法讲解会展服务与现代服务业。
3. 运用提问法和讨论法交流探讨提升会展服务水平的途径。

**【学习要求】**学生提前预习和阅读学习通上面的相关案例资料和参考书目。

**【复习与思考】**

1. 为什么会展企业应该重视并加强服务？
2. 从服务价值链的角度思考一个会展项目组织者应该提供哪些服务项目？
3. 思考会展项目组织者应该如何提升会展服务水平？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、会展服务的文献及参考书目。

### 会展组织管理

**【学习目标】**

1. 明确组织的概念，知道会展构成的主体以及会展组织管理的含义。
2. 记住会展组织设计的原则及组织结构模型，并初步应用分析其优缺点。
3. 尝试设计出国参展的组织程序，并分析其合理性。

**【课程内容】**

1. 会展活动的相关主体
2. 会展企业的组织与设计
3. 出国展览的组织
4. 国际主要会展组织

**【重点、难点】**

1. 重点：会展企业组织设计的特点及其构成，出国展览的组织内容。
2. 难点：会展活动的相关主体及其相互关系。

**【教学方法】**



1. 运用讲授法和讨论法探讨会展活动的相关主体及其相互关系。
2. 运用案例分析法对会展企业的组织与设计进行分析。
3. 运用案例分析法和讨论法探讨出国展览的组织。
4. 运用讲授法讲解国际主要会展组织及其职能。

【学习要求】学生提前预习和阅读学习通上面的相关案例资料和参考书目。

【复习与思考】

1. 会展活动的相关主体包括哪些？
2. 思考出国参展的内容及其注意事项有哪些？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、会展服务的文献及参考书目。

### 会展服务设计与服务蓝图

【学习目标】

1. 知道服务设计的概念和原则，明白服务设计的要素和方法，并初步运用。
2. 指出服务流程的类型以及服务接触的三元组合，分析其内在关系。
3. 灵活运用服务蓝图的设计内容和步骤，并绘制会展服务蓝图。

【课程内容】

1. 服务设计
2. 服务流程与服务蓝图
3. 会展产品与服务设计

【重点、难点】

1. 重点：服务设计的要素，会展服务流程设计与管理，服务接触三元组合。
2. 难点：服务设计的方法，会展服务蓝图的构成与绘制。

【教学方法】

1. 运用讲授法和讨论法讲解服务设计与服务流程的相关知识。
2. 运用讲授法和项目导向法探讨服务蓝图的设计内容和步骤，并绘制会展服务蓝图。

【学习要求】学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

【复习与思考】

1. 什么是服务蓝图？它在服务设计中发挥的作用有哪些？
2. 会展企业应该如何绘制服务蓝图？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、会展服务的文献及参考书目。

### 会展场地、设施设备与场景管理

【学习目标】

1. 知道常见的会展场地，思考场地选择的考虑因素。
2. 列出会展中心里面常用的或必备的设施设备，分析其管理的内容及要点。

3. 总结归纳会展场馆里面提供的增值服务。
4. 搜集新技术，探索新技术与会展场景体验的紧密结合的途径。

**【课程内容】**

1. 会展场地的选择
2. 会展场馆的设施设备管理
3. 会展场馆的增值服务
4. 设计会展体验

**【重点、难点】**

1. 重点：会展场地选择中的考虑因素；会展场馆的增值服务和个性化服务。
2. 难点：会展体验设计的方法以及最新技术应用。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法进行会展场地的含义及类型等方面讲解。
2. 运用提问法探讨会展场地选择中的考虑因素。
3. 运用讨论法和案例分析法探讨会展场馆的增值服务、会展体验设计的方法以及最新技术应用。

**【学习要求】** 学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

**【复习与思考】**

1. 会展场地包括哪些？在选择中需要考虑哪些因素？
2. 会展场馆可以提供哪些增值服务，以吸引客户？
3. 会展新技术如何帮助组织者实现体验设计？

**【学习资源】** 学习通上面的案例资料库、会展服务的文献及参考书目。

### 会展现场服务与安全管理

**【学习目标】**

1. 明白会展现场管理概念、现场管理的基本理念。
2. 列出现场管理三个阶段所涉及的会展服务内容，并举例说明管理重点及注意事项。
3. 记住并灵活运用会展危机管理 RCRR 模式。

**【课程内容】**

1. 会展开幕的服务与管理
2. 会展现场服务与管理
3. 会展后续服务的内容
4. 会展安全及危机管理

**【重点、难点】**

1. 重点：会展现场管理概念、现场管理的基本理念，会展常见危机的处理。

2. 难点：现场管理三阶段的管理重点及注意事项，会展危机管理 RCRR 模式。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法进行会展现场管理概念、现场管理的基本理念等方面讲解。
2. 运用提问法、讨论法分析会展现场服务与管理及会展后续服务的内容。
3. 运用案例分析法探讨会展安全及危机管理。

**【学习要求】** 学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

**【复习与思考】**

1. 思考现场管理对于会展组织者的难度在哪些地方？
2. 开幕式管理的重点及注意事项是什么？
3. 思考在展会现场中存在的危机可能有哪些？如果万一发生此类危机应该如何有效处理？

**【学习资源】** 学习通上面的案例资料库、会展服务的文献及参考书目。

### 会展服务质量管理

**【学习目标】**

1. 明白期望服务质量和感知服务质量的含义，正确理解两者的区别。
2. 指出服务质量的构成因素和特性。
3. 知道会展服务质量差距，分析其产生的原因。
4. 总结和灵活应用会展服务质量的评价方法、服务补救的方法。

**【课程内容】**

1. 服务质量概述
2. 会展服务质量
3. 会展服务质量差距管理与补救

**【重点、难点】**

1. 重点：服务质量的构成因素，会展服务质量的评价方法。
2. 难点：会展服务质量差距、形成原因及监控方法，会展服务补救方法。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法进行期望服务质量和感知服务质量的含义、服务质量的构成因素和特性等方面讲解。
2. 运用提问法、讨论法探讨会展服务质量差距及其产生的原因。
3. 运用案例分析法探讨会展服务质量的评价方法、服务补救的方法。

**【学习要求】** 学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

**【复习与思考】**

1. 什么是会展服务质量？会展企业应该从哪些指标衡量会展服务质量？
2. 会展组织者应该如何有效做好服务补救？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、会展服务的文献及参考书目。

### 会展接待服务与礼仪

#### 【学习目标】

1. 明白会展接待的含义及服务内容，并能举例说明。
2. 列出会展接待工作的内容、流程及注意事项。
3. 记住会展礼仪服务的内容，灵活运用会展礼仪服务的流程及技巧。

#### 【课程内容】

1. 会展接待服务
2. 会展礼仪

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展接待工作的具体内容及操作步骤，会展人员的形象礼仪、言谈礼仪的内容及规范。
2. 难点：会展人员的见面礼仪的内容及规范。

#### 【教学方法】

1. 运用讲授法和提问法进行会展接待的含义及工作内容、流程、注意事项等方面讲解。
2. 运用讨论法和演示法探讨会展礼仪服务的内容、流程及技巧。

【学习要求】学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

#### 【复习与思考】

1. 什么是会展接待？会展接待主要需要做哪些工作？
2. 会展人员的见面礼仪有什么注意之处？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、会展服务的文献及参考书目。

### 会展服务创新与新技术

#### 【学习目标】

1. 明白创新在会展服务中的重要性以及服务创新的特征。
2. 描述并解释服务创新的四维度模型。
3. 总结会展服务创新的影响因素，归纳新技术在会展服务创新中的应用。

#### 【课程内容】

1. 服务创新概述
2. 会展服务创新
3. 会展服务新技术

#### 【重点、难点】

1. 重点：服务创新的特征，会展服务创新的影响因素。
2. 难点：服务创新的四维度模型，新技术在会展服务创新中的应用。

### 【教学方法】

1. 运用讲授法进行服务创新的特征、服务创新的四维度模型等方面讲解。
2. 运用讨论法、案例分析法探讨会展服务创新的影响因素、新技术在会展服务创新中的应用。

【学习要求】学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

### 【复习与思考】

1. 什么是创新？什么是服务创新？
2. 为什么会展企业应该重视并加强服务创新？
3. 会展企业可以运用哪些新技术加强服务创新？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、会展服务的文献及参考书目。

## 五、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、技能成绩、期末考核。

过程性考核方式（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、读书笔记。

期末考核采用考查，即开卷答题的形式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	会展服务概述、会展组织管理、会展服务设计与服务蓝图、会展场地、设施设备与场景管理、会展现场服务与安全管理、会展服务质量管理、会展接待服务与礼仪、会展服务创新与新技术，占比30%	课堂表现、平时作业、期末考试
课程目标 2	会展服务概述、会展组织管理、会展服务设计与服务蓝图、会展场地、设施设备与场景管理、会展现场服务与安全管理、会展服务质量管理、会展接待服务与礼仪、会展服务创新与新技术，占比40%	课堂表现、平时作业、期末考试
课程目标 3	会展服务概述、会展组织管理、会展服务设计与服务蓝图、会展场地、设施设备与场景管理、会展现场服务与安全管理、会展服务质量管理、会展	课堂表现、平时作业、期末考试

	接待服务与礼仪、会展服务创新与新技术，占比30%	
--	--------------------------	--

## 六、成绩评定

### (一) 总成绩评定

总成绩=（课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%）×50%+期末成绩评定×50%

### (二) 平时成绩评定

1. 课堂表现占平时成绩中的 40%，按照百分制给分，主要考核依据为学生的到课率、随机提问作答情况、课堂讨论的参与度等。

2. 平时作业占平时成绩中的 40%，按照百分制给分，每学期布置 2 次平时作业，求均分。

3. 读书笔记占平时成绩的 20%，主要考核依据为笔记内容的完整性、规范性、条理性、字迹书写的清晰程度等。

具体评分标准如下：

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课 1-2 次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课 2-3 次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课 3-4 次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课 4-5 次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且表达准确，逻辑清晰，书写规范且条理分明，有重难点知识的标注，字迹清晰。	内容基本完整，表达基本准确，逻辑基本清晰，书写基本规范，基本有重难点知识，字迹清晰。	内容完成度一般，逻辑和表达一般，书写基本规范，没有重难点知识的标注，字迹清晰度一般。	内容完成度较低，逻辑和表达存在缺失现象，没有重难点知识的标注，字迹清晰度较差。	内容严重不完整，书写逻辑和表达混乱，没有重难点知识的标注，字迹几乎辨认不清。

### （三）期末成绩评定

根据期末开卷考查的试题评分标准进行卷面成绩评定。

### 七、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
会展服务	庞华、麻松、安婷	高等教育出版社	2019年4月	否	

### 八、主要参考书目

- [1]刘勇. 会展服务与管理（第四版）. 北京：化学工业出版社. 2023.
- [2]许传宏. 会展服务与现场管理（第4版）. 北京：中国人民大学出版社. 2021.
- [3]张玉明. 会展服务管理（第二版）. 广州：中山大学出版社. 2016.

### 九、课程学习建议

该课程在每次上课之前，都需要提前花费至少 30 分钟在学习通进行课外学习和知识点预习，主要是熟悉案例资料和相关补充的学术文献、参考书目，加深对所知识的理解，有助于进行课堂讨论和实践训练。







# 会展经济与管理专业

## 《会展文案》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《会展文案》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	会展文案 Exhibition Copy writing		
课程编码	231510618B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展策划	修读学期	第七学期
课程类别	专业选修课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 20，实践学时 12）		
执笔人	邢利娟	审核人	申磊

## 二、课程简介

会展行业涉及诸多业务事项，是运用文案较多的行业。《会展文案》课程是会展经济与管理专业开设的一门应用性很强的专业课程。学生能够以会展行业的具体业务事项为主要内容，结合写作的相关知识，认识文案写作基本理论，熟悉会展业务的基本内容、运作流程、沟通规则，最终能写出正确、规范、符合行业实际的会展文案，以满足从事会展工作的行业要求和社会需求。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：初步具备对会展项目信息整合以及可行性分析，能够进行初步的市场调查，学会设计调查问卷，对调查资料和数据进行综合分析，并撰写会展项目总体方案、可行性报告以及市场调查报告等文案，提出有价值的建议。

#### 【毕业要求 2.1】

课程目标 2：通过对会展项目合同、项目招标和投标书、新闻稿、代拟稿、声明、会议纪要、服务手册、通知和指示等知识的学习，具备会展业务中常用公关文案的写作知识，提升对信息知识的整合与文案写作技能。【毕业要求 2.2】

课程目标 3：在会展文案撰写和汇报过程中，运用文字和语言表达自主观点，与受众进行有效沟通，理解并包容不同文案受众需求的差异性。【毕业要

求 6.1】

## (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 3	沟通表达	6.1 能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点，与旅游行业及社会公众进行有效的沟通，并理解与包容差异性。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
会展文案概述	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论	4
方案	课程目标 1、2、3	讨论、项目导向	6
报告	课程目标 1、2、3	讨论、项目导向	6
合同	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 案例分析	4
代拟稿	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 案例分析	2
信函	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 案例分析	2
其他文案	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 案例分析	4
新闻	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 案例分析	4
合计			32

### (二) 课程内容

#### 会展文案概述

##### 【学习目标】

1. 正确区分会展文案的分类标准及其内容。
2. 知道学习会展文案写作的意义，并能举例说明会展文案的写作特点。
3. 列出会展文案的写作基本方法和要求。

**【课程内容】**

1. 学习会展文案写作的意义
2. 会展文案的定义
3. 会展文案的分类与应用
4. 会展文案的写作特点与基本方法

**【重点、难点】**

1. 重点：会展文案的构成要素、特点及写作基本要求。
2. 难点：会展文案的种类和表述方式。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法进行会展文案写作的意义、定义等方面的讲解。
2. 运用提问法和讲授法讲解会展文案的分类与应用。
3. 运用提问法和讨论法交流探讨会展文案的写作特点与基本方法。

**【学习要求】**学生提前预习和阅读学习通上面的相关案例资料和参考书目。

**【复习与思考】**

1. 会展文案与公文写作有何区别？
2. 思考会展文案写作有哪些过程？
3. 思考会展文案写作的特点有哪些？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、文案写作的参考书目。

方案

**【学习目标】**

1. 知道方案的应用及意义，并能举例说明哪些文案属于会展方案。
2. 正确区分项目业务工作方案和专项工作方案在写作内容方面的异同。
3. 编写会展项目总体方案，列出不同类型的会展项目方案写作的异同。

**【课程内容】**

1. 方案的应用及意义
2. 项目方案的写作
3. 项目业务工作及专项工作的方案写作

**【重点、难点】**

1. 重点：财务预算、市场营销、招展招商、会展接待安排等项目业务方案的写作。

2. 难点：会展项目总体方案的写作。

**【教学方法】**

1. 运用讨论法探讨方案的应用及意义。
2. 运用项目导向法探讨完成项目方案的写作、项目业务工作及专项工作的

方案写作。

**【学习要求】**学生提前预习和阅读学习通上面的相关案例资料和参考书目。

**【复习与思考】**

1. 不同主办方的会展项目方案在正文内容方面有何区别？
2. 思考案例中的项目业务方案的写作思路是什么？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、文案写作的参考书目。

## 报告

**【学习目标】**

1. 知道报告的定义与应用，并能举例说明哪些会展文案属于报告。
2. 分析可行性研究报告的写作内容及其要点，并探讨和编写山西某题材的会展可行性研究报告。
3. 分析并编写会展项目总结报告、项目评估报告、项目经营分析报告，列出其异同。
4. 总结调查问卷设计的内容及格式要求，并尝试设计调查问卷。

**【课程内容】**

1. 报告的定义与应用
2. 可行性研究报告的写作
3. 专项报告的写作
4. 工作简报的写作
5. 调查问卷的设计

**【重点、难点】**

1. 重点：可行性研究报告、会展项目总结报告、项目评估报告、项目经营分析报告、市场调查报告的特点、内容及格式。
2. 难点：调查问卷设计的内容及格式。

**【教学方法】**

1. 运用讨论法探讨报告的定义与应用、工作简报的写作。
2. 运用项目导向法探讨可行性研究报告、专项报告的写作，以及调查问卷的设计。

**【学习要求】**学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

**【复习与思考】**

3. 结合案例材料《山西产业状况》，思考山西的产业优势及政策环境。讨论未来山西会展项目可以拓展哪些题材？这些题材是否可行？
4. 调查问卷在设计过程中应该注意什么？
5. 四种抽样方法哪个精准度更高？为什么？

**【学习资源】** 学习通上面的案例资料库、文案写作的参考书目。

### 合同

#### **【学习目标】**

1. 知道会展合同的定义与分类，并能举例说明哪些会展文案属于合同。
2. 列出整合主办方资源、客户资源、服务资源的合同写作内容及其要点，并分析探讨三者的异同。
3. 总结分析招标书与投标书的区别，并尝试撰写招标书和投标书。

#### **【课程内容】**

1. 会展合同的定义与分类
2. 整合主办方资源的合同写作
3. 整合客户资源的合同
4. 整合服务资源的合同
5. 招标书与投标书的写作

#### **【重点、难点】**

1. 重点：整合主办、客户和服务资源的各类合同的特点、写作内容及格式。
2. 难点：招标书与投标书的写作规范和格式要求。

#### **【教学方法】**

1. 运用讲授法进行会展合同的定义、整合客户资源合同的含义等方面讲解。
2. 运用提问法探讨会展合同的分类和特点以及写作要求。
3. 运用讨论法和案例分析法探讨整合主办方、客户、服务资源的合作以及招投标文件的写作。

**【学习要求】** 学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

#### **【复习与思考】**

1. 整合客户资源和服务资源的合同内容有何差异？
2. 根据展会各方的业务关系图，探讨会展业常见招投标的对象分别有哪些？
3. 思考讨论招标书和投标书在写作内容上有何不同？

**【学习资源】** 学习通上面的案例资料库、文案写作的参考书目。

### 代拟稿

#### **【学习目标】**

1. 明白代拟稿的含义及应用，并能举例说明哪些会展文案可以作为代拟稿。
2. 列出公文代拟稿的写作内容、要点及其格式，并尝试撰写。
3. 总结分析讲稿代拟稿的写作方法及其格式，并尝试撰写。

#### **【课程内容】**

1. 代拟稿的定义与应用

2. 代拟稿的写作方法

**【重点、难点】**

1. 重点：代拟稿的应用以及公文代拟稿的写作方法及格式。

2. 难点：讲稿代拟稿的写作方法及其格式。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法进行定义、分类与应用等方面讲解。

2. 运用提问法、讨论法和案例分析法探讨代拟稿的写作方法及格式要求。

**【学习要求】** 学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

**【复习与思考】**

1. 讲稿的代拟稿写作时应该注意哪些内容？

**【学习资源】** 学习通上面的案例资料库、文案写作的参考书目。

### 信函

**【学习目标】**

1. 明白信函的含义及应用，并能举例说明哪些会展文案属于信函。

2. 列出会展主办方常用信函包括哪些。

3. 总结分析邀请函、信息发布函、感谢信、洽商函的写作方法及其格式，探讨其在写作方面的异同点，并尝试撰写。

**【课程内容】**

1. 信函在会展业的运用

2. 会展主办方常用信函的写作

**【重点、难点】**

1. 重点：邀请函、信息发布函、感谢信的写作内容及其格式。

2. 难点：洽商函的写作内容及其格式。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法进行信函定义、分类与应用等方面讲解。

2. 运用提问法、讨论法和案例分析法探讨会展主办方常用信函的写作方法及格式要求。

**【学习要求】** 学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

**【复习与思考】**

3. 你认为会展主办方常用的公函包括哪些？

4. 不同的信函在写作内容上有何联系与区别？

**【学习资源】** 学习通上面的案例资料库、文案写作的参考书目。

### 其他文案

### 【学习目标】

1. 明白声明、会议纪要的含义及应用，并能举例说明。
2. 列出请示、通知的写作内容、要点及格式，并阐述两者在写作中的异同并尝试撰写。
3. 总结分析服务手册、电话话术脚本的写作方法及其格式，探讨其在写作方面的异同点。

### 【课程内容】

1. 请示
2. 通知
3. 声明
4. 会议纪要
5. 服务手册
6. 电话话术脚本

### 【重点、难点】

1. 重点：请示、通知的写作内容及其格式。
2. 难点：服务手册、电话话术脚本的写作内容及其格式。

### 【教学方法】

1. 运用讲授法进行其他文案的定义与应用等方面讲解。
2. 运用提问法、讨论法和案例分析法探讨请示、通知、声明、会议纪要、服务手册和电话话术脚本的写作方法及格式要求。

【学习要求】学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

### 【复习与思考】

3. 你认为请示属于文案分类的哪种？
4. 从定义上看，请示和通知有何区别？
5. 会展行业，主办方在什么情况下会发表声明？
6. 从定义上看，声明和会议纪要有何区别？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、文案写作的参考书目。

## 新闻

### 【学习目标】

1. 明白新闻写作的基本概念并举例说明，简述会展新闻传播与报道的意义。
2. 列出会展主办方新闻产生的特点，并阐述会展新闻的三个宣传对象。
3. 总结分析会展主办方的新闻写作内容、写作方法及其格式，并尝试撰写。

### 【课程内容】

1. 新闻及其写作的基本概念



2. 会展新闻传播与报道的意义
3. 会展主办方新闻产生的特点
4. 会展主办方的新闻写作方法

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展主办方新闻写作的内容与方法。
2. 难点：及时性新闻的写作内容与方法。

#### 【教学方法】

1. 运用讲授法进行新闻及其写作的基本概念、会展新闻传播与报道的意义等方面讲解。

2. 运用提问法、讨论法和案例分析法探讨会展主办方新闻产生的特点及其写作方法。

【学习要求】学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

#### 【复习与思考】

1. 你认为新闻的六要素包括哪些？
2. 会展新闻的三个宣传对象分别是什么？
3. 会展行业，新闻的标题可以如何设计？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、文案写作的参考书目。

## 五、实践教学安排

### 实践 1. 任选山西某一会展项目开展市场调研

实践目的：了解市场调研在会展项目开发中的重要性；学会设计调查问卷；分析总结会展项目的可行性、招展和招商情况、宣传推广情况、竞争优劣势。

实践学时：6

实践教学安排：首先，教师介绍本次实践的目的、评分标准，将全体学生共分为 6 组。其次，每组学生对所选的山西某一会展项目的基本信息进行资料的分工收集、筛选和整理，并实地开展市场调研。通过团队合作，交流探讨该会展项目的可行性、招展和招商情况、宣传推广情况、主要竞争对手及其竞争优劣势、展位定价等内容，并撰写市场调研报告。然后，由每组随机选择的学生代表进行汇报发言，最后，教师对各小组的汇报进行点评和总结。课后按时在学习通上提交电子版实践方案 PPT。

### 实践 2. 任选山西某一会展项目撰写活动策划方案

实践目的：了解策划在会展项目中的重要性；理解创意和主题与活动设计之间的内在关系；根据行业题材和主题策划设计山西某一会展项目的配套活动。

实践学时：6

实践安排：首先，教师介绍本次实践的目的、评分标准，将全体学生共分

为6组。其次，小组成员对山西某一会展项目的基本信息和情况进行资料的分工收集、筛选和整理，运用头脑风暴法，集思广益，交流探讨如何根据行业题材和主题策划设计山西某一会展项目的配套活动。然后，由每组随机选择的学生代表进行汇报发言，最后，教师对各小组的汇报进行点评和总结。课后按时在学习通上提交电子版实践方案。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、技能成绩、期末考核。

过程性考核方式（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、读书笔记；技能成绩考核方式是实践方案及其展示。

期末考核采用考查，即开卷答题的形式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	会展文案概述、方案、报告、合同、代拟稿、信函、其他文案、新闻，占比30%	课堂表现、实践方案展示、平时作业、期末考试
课程目标 2	会展文案概述、方案、报告、合同、代拟稿、信函、其他文案、新闻，占比40%	课堂表现、实践方案展示、平时作业、期末考试
课程目标 3	会展文案概述、方案、报告、合同、代拟稿、信函、其他文案、新闻，占比30%	课堂表现、实践方案展示、平时作业、期末考试

## 七、成绩评定

### （一）总成绩评定

总成绩=（课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%）×30%+技能成绩评定×20%+期末成绩评定×50%

### （二）平时成绩评定

1. 课堂表现占平时成绩中的40%，按照百分制给分，主要考核依据为学生的到课率、随机提问作答情况、课堂讨论的参与度等。

2. 平时作业占平时成绩中的40%，按照百分制给分，每学期布置2次平时作业，求均分。

3. 读书笔记占平时成绩的20%，主要考核依据为笔记内容的完整性、规范

性、条理性、字迹书写的清晰程度等。

具体评分标准如下：

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课 1-2 次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课 2-3 次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课 3-4 次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课 4-5 次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且表达准确，逻辑清晰，书写规范且条理分明，有重难点知识的标注，字迹清晰。	内容基本完整，表达基本准确，逻辑基本清晰，书写基本规范，基本有重难点知识，字迹清晰。	内容完成度一般，逻辑和表达一般，书写基本规范，没有重难点知识的标注，字迹清晰度一般。	内容完成度较低，逻辑和表达存在缺失现象，没有重难点知识的标注，字迹清晰度较差。	内容严重不完整，书写逻辑和表达混乱，没有重难点知识的标注，字迹几乎辨认不清。

### （三）技能成绩评定

实践技能占总成绩的 20%，按照百分制给分。其中，方案完整可行（40 分）、规范和创新程度（20 分）、团队分工与协作（20 分）、展示方式灵活新颖（15 分）、时间控制佳（5 分）。每个学生所有实践的平均值，即是该同学最后评价的技能成绩。

### （四）期末成绩评定

根据期末开卷考查的试题评分标准进行卷面成绩评定。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
会展文案写作（第二版）	张凡、杨荫稚	华中科技大学出版社	2018 年 11 月	否	

## 九、主要参考书目

[1]罗正琴. 会展文案写作. 成都: 西南财经大学出版社. 2023. 可参考第一、二、三、四章节。

[2]向国敏, 刘俊毅. 会展文案: 写作与评改(第二版). 上海: 华东师范大学出版社. 2016. 可参考第一、二、三、四、六、七章节。

[3]方玲玲, 洪长晖. 会展文案写作. 杭州: 浙江大学出版社. 2015. 可参考第一、二、三、四、五章节。

## 十、课程学习建议

该课程在每次上课之前, 都需要提前花费至少 30 分钟在学习通进行课外学习和知识点预习, 主要是熟悉案例资料和相关补充的学术文献、参考书目, 加深对所知识的理解, 有助于进行课堂讨论和实践训练。



# 会展经济与管理专业

## 《会展法规与实务》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《会展法规与实务》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	会展法规与实务 Convention and Exhibition laws and practices		
课程编码	231510619B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展概论	修读学期	第七学期
课程类别	专业选修课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 32，实践学时 0）		
执笔人	申磊	审核人	李静

## 二、课程简介

《会展法规与实务》是会展经济与管理专业的一门专业选修课程，也是贯彻落实“立德树人”根本任务，完善会展经济与管理专业学生知识结构、能力结构、提升法律素质的重要内容。该课程系统论述会展法律法规的相关知识，包括会展法概述、会展主体法律制度、会展合同法律制度、会展知识产权保护法律制度、会展市场秩序管理法律制度等内容，为会展经济与管理专业学生学习专业知识拓展思路，拓宽学生视野，增加知识的广度，帮助学生较为全面、系统地了解会展业相关政策、法律法规，形成遵纪守法的法律思维，并能够运用所学的法律知识分析和解决会展行业中出现的实际问题，提升其专业综合素养。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：使学生较为全面、系统地理解和掌握会展法规的基本知识，懂得会展主体法律制度、会展合同法律制度、会展知识产权保护法律制度、会展市场秩序管理法律制度等内容，初步建立会展法规知识储备，了解我国会展业发展的政策法规和方向。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：通过案例分析，指导学生分析和解决会展企业经营及会展活动运营中出现的实际问题和投诉。【毕业要求 4.2】

课程目标 3：培养学生形成遵纪守法的法律思维，引导学生树立正确的人生观、世界观及行业价值观，积极投身新时代中国特色社会主义法治实践。【毕业要求 1.2】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实的人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中，将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。
课程目标 3	品德修养	1.2 具有良好的道德修养和社会责任感、积极向上的人生理想、符合社会进步要求的价值观念和爱国主义的崇高情感。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
会展法概述	课程目标 1、3	课堂讲授、案例法、讨论法	4
会展主体法律制度	课程目标 1、2、3	课堂讲授、案例法、讨论法	6
会展合同法律制度	课程目标 1、2、3	课堂讲授、案例法、讨论法	8
会展知识产权法律制度	课程目标 1、2、3	课堂讲授、案例法、讨论法	8
会展市场秩序管理法律制度	课程目标 1、2、3	课堂讲授、案例法、讨论法	6
合计			32

### （二）课程内容

#### 会展法概述

##### 【学习目标】

1. 知道会展法的概念和调整对象、会展法的渊源；
2. 领会会展法律关系的构成要件及其产生、变更和终止，我国会展业的法律体系；
3. 记住会展法律关系的特征，旅游法律责任的内涵及表现形式。

##### 【课程内容】

1. 会展概述

2. 会展法及其内容
3. 会展法律关系
4. 会展法的渊源

**【重点、难点】**

1. 重点：会展法的概念和调整对象，会展法律关系的构成要件
2. 难点：会展法律关系的构成要件，会展法的渊源

**【教学方法】**

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

**【学习要求】**

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

**【复习与思考】**

1. 简述会展法的概念和调整对象。
2. 简述我国会展法律关系的特点。
3. 简述会展法律关系包含的客体。

**【学习资源】**

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上国家精品课程《法律基础》

推荐网络资源：中国法律法规数据库 <https://flk.npc.gov.cn/>

会展主体法律制度

**【学习目标】**

1. 领会会展组织者的类别及其资质申报审批的相关规定，领会会展企业法律制度，尤其是对会展公司的设立、组织机构等法律规定内容的把握。
2. 训练学生在工作过程中分析问题和解决问题的实际操作能力。

**【课程内容】**

1. 会展企业法律制度
2. 会展组织者管理法律制度

**【重点、难点】**

1. 重点：有限责任公司和股份有限公司的设立条件、程序
2. 难点：会展组织者的类别及其资质申报审批的相关规定

**【教学方法】**

1. 课前导学（布置课前学习任务）



2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

#### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

#### 【复习与思考】

1. 甲、乙、丙三人想成立一家会展公司，请问需要哪些条件？
2. 简述有限责任公司和股份有限公司的区别及设立程序？
3. 请总结出会展企业与会展公司的联系和区别？

#### 【学习资源】

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《公司法》

### 会展合同法律制度

#### 【学习目标】

1. 领会我国《民法典》中关于合同的规定，知晓有关会展合同订立、合同效力、合同的履行、合同的变更与解除，与合同有关的法律责任等相关内容。
2. 培养学生运用所学理论知识分析和解决会展合同法律纠纷问题的能力。

#### 【课程内容】

1. 会展合同概述
2. 会展合同的订立与效力
3. 会展合同的履行和担保
4. 会展合同的变更、转让和终止
5. 违反会展合同的责任

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展合同订立的程序，会展合同的形式和内容，会展合同的效力，承担违约责任的方式和违约责任的免除
2. 难点：会展合同订立的程序，区分生效合同、无效合同、可撤销合同、效力待定合同，违约责任的具体规定

#### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

#### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习

2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

#### 【复习与思考】

1. 合同有哪些法律特征？
2. 合同应具备什么条件才有效？
3. 合同订立后可能存在哪些效力情形？
4. 合同的解除方式有哪些？什么是法定解除？
5. 合同违约责任的归责原则及其责任承担方式？

#### 【学习资源】

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《合同法》

### 会展知识产权法律制度

#### 【学习目标】

1. 知道知识产权的概念、性质
2. 领会专利权、商标权及著作权的保护及展会知识产权保护
3. 运用所学理论知识分析和解决展会知识产权的实际问题

#### 【课程内容】

1. 知识产权法概述
2. 商标权管理法律制度
3. 专利权管理法律制度
4. 著作权管理法律制度
5. 展会知识产权保护

#### 【重点、难点】

1. 重点：专利权、商标权及著作权的保护；展会知识产权的内容
2. 难点：著作权的许可使用，专利权的主体和客体，商标权的客体；展会与知识产权的关系

#### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

#### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

#### 【复习与思考】

1. 什么是知识产权？它有哪些特征？
2. 会展知识产权的特点是什么？
3. 展会期间如何进行商标侵权行为和纠纷的处理？
4. 在会展领域中如何对商标权进行保护？
5. 如何完善我国会展知识产权保护体系？

#### 【学习资源】

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《知识产权》《知识产权法》  
会展市场秩序管理法律制度

#### 【学习目标】

1. 知道广告、会展广告及广告法的概念，反不正当竞争的概念和特征
2. 领会《广告法》的基本原则、会展活动中广告内容准则，消费者权益保护的基本情况；
3. 记住虚假广告行为的界定以及广告行为规范，《反不正当竞争法》所禁止的不正当竞争行为，掌握消费者的权利、经营者的义务和法律责任
4. 运用所学理论知识分析和解决会展消费者权益被侵害的问题

#### 【课程内容】

1. 会展广告管理法律制度
2. 会展反不正当竞争法律制度
3. 会展消费者权益保护法律制度

#### 【重点、难点】

1. 重点：虚假广告行为的界定；不正当竞争行为的种类；消费者的权利，经营者的义务和法律责任
2. 难点：虚假广告行为的界定；消费者权益争议解决的途径及其赔偿程序，侵犯消费者合法权益应承担的法律责任

#### 【教学方法】

1. 课前导学（布置课前学习任务）
2. 课中探究（案例导入、重点讲解、课堂案例讨论、小结）
3. 课后拓展（布置作业）

#### 【学习要求】

1. 课前对课程内容进行预习
2. 课堂上认真听讲，积极思考案例并参与讨论
3. 课后补充课堂笔记，收集案例并深入思考，巩固课上所学内容

#### 【复习与思考】

1. 什么是会展广告？《广告法》对会展广告内容有哪些基本规范？

2. 会展不正当竞争的行为有哪些？
3. 会展消费者有哪些合法权益？如何理解？
4. 国家和全社会如何实现对会展消费者合法权益的保护？

**【学习资源】**

网络教学平台：中国大学 MOOC 平台上观看《消费者保护法》

## 五、实践教学安排

1. 实践教学学时：0 学时
2. 课外实践方式：会展法规案例搜集与讨论，对会展活动中出现的纠纷可以运用所学法律知识进行分析及并归纳总结。
3. 课程学习成果展示：课堂展示，在课堂教学过程中，学生对会展法规案例进行分享与汇报，启发学生理论结合实践。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、读书笔记。

期末考核采用论文形式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	会展法概述 会展主体法律制度 会展合同法律制度 会展知识产权法律制度 会展市场秩序管理法律制度 占比50%	课堂表现、平时作业、期末考试、读书笔记
课程目标 2	会展主体法律制度 会展合同法律制度 会展知识产权法律制度 会展市场秩序管理法律制度 占比25%	课堂表现、平时作业、期末考试
课程目标 3	会展法概述 会展主体法律制度 会展合同法律制度	课堂表现、平时作业、期末考试

	会展知识产权法律制度 会展市场秩序管理法律制度 占比25%	
--	-------------------------------------	--

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩=（课堂表现×20%+平时作业×50%+读书笔记×30%）×50%+期末成绩评定×50%

#### 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现：根据学生到课率、课堂参与程度与质量评分。

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量、平时小测验等进行评价。

(3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3. 期末成绩评定

根据期末论文成绩评定。

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。

3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写比较整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。
---	------	-----------------------	-------------------------	---------------------------	-------------------------	--------------------

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
会展法规与实务（第二版）	李喜燕	华中科技大学出版社	2022	否	

## 九、主要参考书目

[1]法律出版社法规中心. 2023年中华人民共和国合同法律法规全书: 含示范文本. 北京: 法律出版社. 2023.

[2]彭诚信, 陈吉栋. 民法典与日常生活 2. 上海: 上海人民出版社. 2023.

[3]张严方. 中国消费者权益保护研究报告. 北京: 中国社会科学出版社. 2023.

[4]国家知识产权局知识产权保护司. 企业知识产权保护指南. 北京: 知识产权出版社. 2022.

## 十、课程学习建议

1. 明确学习目标，课前做好预习，带着问题进入课堂，保证课堂效果。

2. 在课程内容的学习上，结合会展活动案例对基本概念和基础理论进行理解和掌握。课后要搜集案例，对会展活动中出现的纠纷可以运用所学法律知识进行分析及并归纳总结。

3. 要关注会展行业动态，对于引发社会关注的事件用法律思维进行思考。要关注法律修订及法条变化。

4. 找寻学习资源，在学习过程中遇到问题时，可以利用网络平台学习资源等方式解决问题。



# 会展经济与管理专业

## 《会展物流》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《会展物流》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	会展物流 Convention And Exhibition Logistics		
课程编码	231510620B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展概论	修读学期	第五学期
课程类别	专业选修课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 32 ，实践学时 0）		
执笔人	张英云	审核人	申磊

## 二、课程简介

本课程是会展经济与管理的专业选修课程。本课程将经典物流理论和会展活动特点相结合，从会展经济的角度对物流活动进行分类，对学习物流管理基本理论，掌握会展物流活动的基本规律和熟知实际运行具有很好的指导参考。本课程重点培养学生掌握会展物流的要义及其特点、操作流程，使学生明白会展物流服务的内容和掌握会展物流管理的主要方法。本课程通过案例教学、实践教学的资源库和课程设计等方式的学习，一方面使学生较系统地掌握会展物流的基本理论和方法，另一方面通过具体案例的分析和实践操作，使学生做到理论联系实际，扩大学生的知识面，结合思政进课堂的总体要求，培养学生正确的价值观和事业观，更好的为会展产业做贡献，为今后工作及学习其他专业课程打下基础，成为会展物流的应用型人才。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：能够阐述会展物流的基本概念、特点、重要性、会展物流的基本流程、展品进出口的通关流程、报关要求及关税政策和国际会展物流中的多式联运组织方式等。【毕业要求 2.2】

课程目标 2：能够培养学生的创新意识；能够从多角度思考会展物流的创



新点和优化点；能够提出创新性的会展物流解决方案；能够灵活运用现代信息技术提高会展物流的效率和准确性【毕业要求 3.1】

课程目标 3：能够独立完成会展物流的相关操作；能够协助参展商完成展品进出口的相关手续；能够灵活运用会展物流中的信息技术提高会展物流的效率和准确性；能够不断提高会展物流的服务质量和效率。【毕业要求 4.1】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解具体学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	创新能力	3.1 具有逻辑思辨、创新意识和创新实践能力。
课程目标 3	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性，掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
物流与会展物流	课程目标 1、3	讲授法、案例分析法、讨论法	4
会展物流的基本功能	课程目标 1、2、3	讲授法、案例分析法、讨论法	6
会展物流系统	课程目标 1、2、3	讲授法、案例分析法、讨论法	4
会展物流管理	课程目标 1、2、3	讲授法、案例分析法、讨论法	4
会展供应链	课程目标 1、2、3	讲授法、案例分析法、模拟演练法	6
会展第三方物流	课程目标 1、2、3	讲授法、案例分析法、模拟演练法	4
会展物流发展趋势	课程目标 1、2	讲授法、案例分析法、讨论法	4
合计			32

### （二）课程内容

#### 物流与会展物流

##### 【学习目标】

1. 能够知道物流和会展物流的定义、功能及其在会展业中的重要地位和

作用。

2. 能够简述会展物流的发展历程和管理基础理论。

3. 能够提升学生的团队协作能力和解决实际问题的能力，使其能够在会展物流管理工作中发挥积极作用。

#### 【课程内容】

1. 物流和会展物流的概念

2. 会展物流的发展历程

3. 会展物流发展现状

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展物流发展历程、会展物流发展现状

2. 难点：物流和会展物流的概念和区别

#### 【教学方法】

1. 讲授法：介绍物流和会展物流的定义、功能及其在会展业中的重要地位和作用、会展物流的发展历程和管理基础理论。

2. 案例分析法：选择典型的会展物流案例，分析案例的管理模式、运营策略、成功经验与教训等，引导学生从实际案例中提炼管理智慧和策略。

3. 讨论法：将学生分成若干小组，针对某个会展项目的物流管理问题展开讨论，鼓励学生提出自己的观点和解决方案，培养学生的批判性思维和团队协作能力。

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。

2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。

3. 独立完成课后作业和思考题。

#### 【复习与思考】

1. 为什么会展物流对于会展活动的成功至关重要？

2. 你认为会展物流的未来发展趋势是什么？

#### 【学习资源】

[1]“会展策划与实务”岗位资格考试系列教材编委会. 会展场馆管理. 北京：旅游教育出版社，2007

[2]陈晓曦. 数智物流：5G 供应链重构的关键技术及案例. 北京：中国经济出版社. 2020

### 会展物流的基本功能

#### 【学习目标】

1. 能够阐述会展物流的基本功能及其在会展活动中的应用；能够描述会展

物流的运作流程和实际操作方法。

2. 能够分析会展物流中的关键问题，树立绿色物流的理念。
3. 能够运用所学知识和技能有效地解决会展物流问题。

**【课程内容】**

1. 会展运输功能
2. 会展储存与保管功能
3. 会展装卸搬运功能
4. 会展流通加工功能
5. 会展包装功能

**【重点、难点】**

1. 重点：会展运输功能、会展储存与保管功能和会展包装功能。
2. 难点：会展运输功能、会展储存与保管功能。

**【教学方法】**

1. 讲授法：介绍会展物流的基本概念、定义及其在会展活动中的重要性和作用。明确会展物流的基本功能，如运输、储存与保管、装卸搬运、流通加工和包装等。

2. 案例分析法：通过具体的会展物流案例，让学生深入理解会展物流的基本功能在实际操作中的应用。案例分析可结合数字信息，如运输成本、时间效率、风险管理等，使学生更直观地感受会展物流的复杂性和挑战性。

3. 讨论法：将学生分成小组，讨论会展物流中的关键问题，如时间管理、成本控制、风险管理和可持续发展等。通过小组讨论，培养学生的团队协作能力和解决问题的能力。

**【学习要求】**

1. 制定合理的学习计划，确保按时完成学习任务和作业。
2. 积极参与课堂讨论，提高学习效果，具备解决实际问题的能力。
3. 独立完成课后作业和思考题。

**【复习与思考】**

1. 会展物流基本功能的重要性体现在哪些方面？
2. 如何优化会展物流的基本功能？

**【学习资源】**

- [1]王桂姣. 会展物流. 北京：中国财政经济出版社. 2008
- [2]付宏华. 现代物流管理. 北京：人民邮电出版社. 2011

会展物流系统

**【学习目标】**

1. 能够阐述会展物流系统的基本概念、定义及、组成部分和会展物流系统的运作流程。

2. 能够针对会展物流系统中的具体问题提出有效的解决方案。

3. 培养学生的团队协作能力，通过小组讨论方式，让学生学会与他人合作，共同完成会展物流系统的相关任务。

#### 【课程内容】

1. 会展物流系统的构成与模式

2. 会展物流进出口系统

3. 会展物流信息系统

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展物流系统的构成与模式、会展物流信息系统

2. 难点：会展物流进出口系统

#### 【教学方法】

1. 讲授法：介绍会展物流系统的基本概念、定义、组成部分以及其在会展活动中的重要性和作用。

2. 案例分析法：选取具有代表性的大型会展活动，分析其中的物流系统如何运作、如何优化以及遇到的挑战和解决方案，让学生深入了解会展物流系统的实际应用，提高他们的问题分析和解决能力。

3. 讨论法：针对会展物流系统的某个特定问题或主题进行讨论，通过小组讨论，培养学生的团队协作能力和沟通能力，同时增强他们的自主学习能力。

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。

2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。

3. 独立完成课后作业和思考题。

#### 【复习与思考】

1. 会展物流系统如何优化以提高效率？

2. 会展物流系统的主要组成部分是什么？

#### 【学习资源】

[1]霍佳震. 物流信息系统. 北京：清华大学出版社. 2011

[2]柳荣. 新物流与供应链运营管理. 北京：人民邮电出版社. 2020

[3]陈晓曦. 数智物流：5G 供应链重构的关键技术及案例. 北京：中国经济出版社. 2020

### 会展物流管理

#### 【学习目标】

1. 能够阐述物流管理的基本概念、定义和基本原理；能够描述会展物流管理的关键要素，包括运输管理、仓储管理、装卸与配送管理以及信息管理等，并能理解这些要素在会展物流中的具体应用。

2. 能够学生能够针对会展物流管理中的具体问题提出有效的解决方案。

3. 能够知道会展物流管理的实际操作流程，并能够独立完成相关任务。

#### 【课程内容】

1. 物流管理的内涵与发展历史

2. 会展物流管理的特点与要求

3. 会展物流管理的环节与内容

4. 会展物流管理优化

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展物流管理的特点与要求；会展物流管理的环节与内容

2. 难点：会展物流管理优化

#### 【教学方法】

1. 讲授法：讲解会展物流管理的概念、原理、基本要素和操作流程等。

2. 案例分析法：选择典型的会展物流案例，引导学生进行分析和讨论，分析案例中的成功经验和不足之处，提炼出会展物流管理的关键要素和策略。

3. 讨论法：将学生分成小组，针对会展物流管理的某个问题或主题进行讨论，鼓励学生发表自己的观点和见解，通过小组讨论形成共识或解决方案

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。

2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。

3. 独立完成课后作业和思考题。

#### 【复习与思考】

1. 会展物流管理的核心要素是什么？

2. 会展物流行业的发展趋势是什么？

3. 会展物流行业在发展过程中面临的主要挑战是什么？

#### 【学习资源】

[1]霍佳震. 物流信息系统. 北京：清华大学出版社. 2011

[2]陈晓曦. 数智物流：5G 供应链重构的关键技术及案例. 北京：中国经济出版社. 2020

## 会展供应链

#### 【学习目标】

1. 能够阐述会展供应链的基本概念、原理，包括供应链的形成、结构、主

要特征和会展供应链管理的理论基础。

2. 能够对供应链绩效进行评估和改进；能够应用供应链管理理论解决会展实际问题。

3. 激发学生的创新意识，培养学生将新技术、新方法应用于会展供应链管理的创新能力。

#### 【课程内容】

1. 会展供应链的内涵
2. 会展供应链的运行与特征
3. 会展供应链的优化

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展供应链的运行与特征；会展供应链的优化
2. 难点：会展供应链的优化

#### 【教学方法】

1. 讲授法：系统讲解会展供应链的基本概念、原理、结构、主要特征等基础知识，使学生全面了解会展供应链的基本理论框架。

2. 案例分析法：选择典型的会展供应链案例，如某大型会展活动的供应链优化案例，进行详细的分析和讨论。通过案例分析，引导学生理解会展供应链中的关键要素、挑战以及优化策略，培养学生的分析和解决问题的能力。

3. 讨论法：针对会展供应链中的某个问题或主题进行小组讨论。鼓励学生在小组中积极发表自己的观点和见解，通过讨论形成共识或解决方案。

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。
2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。
3. 独立完成课后作业和思考题。

#### 【复习与思考】

1. 会展供应链中的信息共享如何实现？
2. 如何优化会展供应链的物流效率和成本控制？
3. 会展供应链中如何应对突发情况和风险管理？

#### 【学习资源】

[1]柳荣. 新物流与供应链运营管理. 北京：人民邮电出版社. 2020

[2]陈晓曦. 数智物流：5G 供应链重构的关键技术及案例. 北京：中国经济出版社. 2020

### 会展第三方物流

#### 【学习目标】

1. 能够阐述会展第三方物流的基本概念，包括其定义、特点及其在会展活动中的角色和重要性。

2. 能够利用信息技术提高物流效率、降低成本并优化客户体验。

3. 能够根据会展需求制定物流规划，包括运输路线选择、仓储布局、配送计划等。

#### 【教学内容】

1. 会展第三方物流的内涵与发展

2. 会展第三方物流的运行模式

3. 会展第三方物流的企业的发展与培育

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展第三方物流的运行模式

2. 难点：会展第三方物流的企业的发展与培育

#### 【教学方法】

1. 讲授法：详细介绍会展第三方物流的基本概念、特点、作用及其在会展活动中的重要地位。

2. 案例分析法：选择典型的会展第三方物流案例，如国际大型展会的物流服务案例，让学生进行分析。通过案例分析，引导学生识别会展第三方物流中的关键问题、挑战和解决方案，培养学生的分析和解决问题的能力。

3. 小组讨论法：将学生分成小组，围绕会展第三方物流的某个主题或问题展开讨论；鼓励学生积极参与讨论，分享自己的观点和经验，通过集体智慧解决问题。

#### 【学习要求】

1. 制定合理的学习计划，确保按时完成学习任务和作业。

2. 养成自主学习和终身学习的习惯，不断更新知识和技能。

3. 积极参与课堂讨论，提高学习效果。

#### 【复习与思考】

1. 会展第三方物流服务商的选择标准是什么？

2. 如何优化会展第三方物流的运作流程以提高效率？

#### 【学习资源】

[1]霍佳震. 物流信息系统. 北京：清华大学出版社. 2011

[2]柳荣. 新物流与供应链运营管理. 北京：人民邮电出版社. 2020

### 会展物流发展趋势

#### 【学习目标】

1. 能够阐述当前会展物流的主要发展趋势和会展物流中使用的先进技术。

2. 能够运用所学知识，分析会展物流行业的未来发展动态。
3. 提高学生的动手能力和实践能力，为从事会展物流工作打下坚实基础。

#### 【教学内容】

1. 会展物流发展中存在的问题
2. 会展物流未来发展趋势

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展物流发展中存在的问题
2. 难点：会展物流未来发展趋势

#### 【教学方法】

1. 讲授法：系统介绍会展物流发展历程以及当前的发展趋势。
2. 案例分析法：入具有代表性的会展物流案例，如近年来国内外大型会展的物流运作实例，让学生直观地感受到会展物流的重要性和发展趋势。
3. 讨论法：针对会展物流的发展趋势，组织学生开展课堂讨论，鼓励学生提出自己的观点和解决方案，培养学生的创新思维和批判性思维能力。

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。
2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。
3. 独立完成课后作业和思考题。

#### 【复习与思考】

1. 技术创新如何推动会展物流行业的发展？
2. 会展物流行业如何应对全球化趋势带来的挑战和机遇？
3. 会展物流如何实现绿色环保和可持续发展？

#### 【学习资源】

- [1]王桂姣. 会展物流. 北京：中国财政经济出版社. 2008
- [2]付宏华. 现代物流管理. 北京：人民邮电出版社. 2011

## 五、实践教学安排

《会展物流》课程主要以理论教学为主，通过课程的学习，希望学生能够掌握会展物流的基本理论与方法，并身体力行学以致用，尝试解决会展物流中的具体问题。同时，积极参加社会实践，通过调查熟悉的展会，模拟解决实际问题，形成心得体会，提升学生对解决实际问题能力和简单的调研能力。

## 六、考核方式

### （一）考核方式



课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核方式包括：课堂表现、平时作业、课堂笔记等，过程性评价主要是根据学生在整个课程教学过程中的表现来完成，如学生的到课率、课堂参与的积极性主动性、课程作业完成情况、日常学习的记录等。

期末考核采用开卷考查的形式。

## （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1: 能够阐述会展物流的基本概念、特点、重要性、会展物流的基本流程、展品进出口的通关流程、报关要求及关税政策和国际会展物流中的多式联运组织方式等。	物流与会展物流、会展物流的基本功能、会展物流系统、会展物流管理、会展供应链、会展第三方物流、会展物流发展趋势 40%	课堂表现、平时作业、课堂笔记、期末考试
课程目标 2: 能够培养学生的创新意识；能够从多角度思考会展物流的创新点和优化点；能够提出创新性的会展物流解决方案；能够灵活运用现代信息技术提高会展物流的效率和准确性。	会展物流系统、会展物流管理、会展供应链、会展第三方物流、会展物流发展趋势 0%	课堂表现、平时作业、课堂笔记、期末考试
课程目标 3: 能够独立完成会展物流的相关操作；能够协助参展商完成展品进出口的相关手续；能够灵活运用会展物流中的信息技术提高会展物流的效率和准确性；能够不断提高会展物流的服务质量和效率。	会展物流的基本功能、会展物流系统、会展物流管理、会展供应链、会展第三方物流 30%	课堂表现、平时作业、课堂笔记、期末考试

## 七、成绩评定

### （一）评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩=（课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%）×50%+期末考试成绩×50%

#### 2. 平时成绩评定

（1）课堂表现：根据学生到课率、课堂参与程度与质量量分。

（2）平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量、平时小测验等进行评价。

(3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

### 3. 期末成绩评定

根据期末开卷考查卷面成绩评定。

## (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	小组展示	展示内容完整，逻辑清晰，条理分明，表达准确。创新性高，有独特的见解或解决方案。团队成员之间配合默契，分工明确。	展示内容基本完整，逻辑基本清晰，表达基本准确。有一定的创新性。团队内部沟通基本顺畅，能够解决大部分问题。	展示内容完成度一般，逻辑和表达一般，创新性有限。团队成员之间配合一般。	展示内容完成度较低，逻辑和表达存在一些问题，创新性不足。团队成员之间配合较差。	展示内容严重不完整，逻辑和表达混乱，缺乏创新性。团队成员之间几乎无配合。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
会展物流	郭慧馨	南开大学出版社	2012.12	否	

## 九、主要参考书目

[1]王桂姣. 会展物流. 北京：中国财政经济出版社. 2008

- [2]付宏华. 现代物流管理. 北京: 人民邮电出版社. 2011
- [3]霍佳震. 物流信息系统. 北京: 清华大学出版社. 2011
- [4]柳荣. 新物流与供应链运营管理. 北京: 人民邮电出版社. 2020
- [5]陈晓曦. 数智物流: 5G 供应链重构的关键技术及案例. 北京: 中国经济出版社. 2020

## 十、课程学习建议

1. 明确专业学习目标, 进行主动有效学习。
2. 利用节假日对山西的会展项目进行调研, 访谈物流管理人员, 增强实践技能。
3. 进行广泛阅读, 积极进行量的积累, 不断提高理论思维能力。





# 会展经济与管理专业

## 《实证研究方法》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《实证研究方法》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	实证研究方法 Empirical Research Methodology		
课程编码	231510621B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	旅游学概论、旅游消费者行为	修读学期	第七学期
课程类别	专业选修课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 18，实践学时 14）		
执笔人	李静	审核人	申磊

## 二、课程简介

本课程介绍并要求学生掌握旅游研究的基础概念，包括有关专业术语、研究范式、数据来源、定性分析、定量分析及研究论文的写作基本要求。首先，课程会介绍旅游研究的基础概念，包括研究范式、数据来源、定性分析和定量分析等。其次，课程将深入探讨旅游研究的具体方法和技术。学生将学习如何运用各类定量和定性实证分析的技术及手段，包括数据分析、案例研究、文献综述等。同时，课程还将探讨旅游研究的前沿问题和趋势，帮助学生了解行业发展的最新动态和方向。最后，课程会注重培养学生的批判性思维和创新能力。通过讨论和研究旅游领域的热点问题和争议话题，学生将能够形成自己的观点和见解，并能够提出创新性的研究思路和方法。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生应达到以下学习目标：

课程目标 1：全面理解和掌握旅游研究的基本概念、理论框架和研究范式，为后续的学术研究和职业发展提供坚实的理论基础。能够熟悉并掌握各种旅游研究方法和技巧，包括定性分析和定量分析的方法，以及数据收集、处理和研究的技巧。

课程目标 2：培养独立设计和实施旅游研究的能力，包括选题、制定研究

方案、选择研究方法、收集和分析数据等。提升论文写作能力，能够按照学术规范撰写高质量的旅游研究论文。培养批判性思维和创新能力，能够在旅游研究领域提出新的观点和问题，并探索新的研究方法和路径。

课程目标 3：形成严谨、求实、创新的学术态度，注重研究的科学性和规范性。培养团队合作精神和沟通能力，能够在团队中有效地开展研究工作，并与同行进行深入的学术交流。

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实的人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	信息素养	5.2 能够应用旅游管理及会展专业研究工具从事会展行业相关专业实际业务，信息安全意识强。
课程目标 3	团队合作	7.1 具有良好的团队合作能力。能够在工作中与同事和谐相处，协作共事，有效的沟通与合作。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
绪论	课程目标 1、2	讲授法、案例分析法、讨论与互动	2
科学与研究	课程目标 1	讲授法、案例分析法、讨论与互动	2
旅游定量研究	课程目标 1、2、3	讲授法、案例分析法、实践教学法	18
旅游质性研究	课程目标 1、2、3	讲授法、对比分析法、案例分析法	6
旅游研究的资料来源	课程目标 1、2、3	讲授法、案例分析法、小组协作法	4
合计			32

### （二）课程内容

绪论

### 【学习目标】

1. 明确为什么要学习本课程、知道什么是旅游研究及与常识和知识的区别、科学研究的对象、任务、特征。
2. 培养学习者独立思考、分析问题和解决问题的能力，具备创新意识和科研素养，能够在旅游实践中提出新的观点、方法和解决方案
3. 明确科学是形成真知的正确途径，遵循科学研究的一般程序和规范。

### 【课程内容】

1. 为什么要学习本课程
2. 什么旅游研究
3. 旅游研究的对象、任务、特征

### 【重点、难点】

1. 重点：旅游研究的对象、任务、特征
2. 难点：旅游研究的对象、任务

### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授旅游研究与常识和知识的区别和联系、旅游研究的对象、任务、特征。
2. 案例分析法：通过案例分析，帮助学习理解研究与常识和知识的区别，研究与课程学习的区别。
3. 讨论与互动：鼓励学生提出疑问和观点，激发学生的学习兴趣和思维活力。

### 【学习要求】

通过绪论的学习，使学生能够认识到旅游研究方法在旅游学科体系中的地位和作用，明确学习这门课程的目的和意义，为后续深入学习奠定良好的思想基础。培养学生的科研意识和素养，使他们能够在未来的学习和工作中具备基本的科研能力和素质。

### 【复习与思考】

1. 研究与常识和知识有何不同？
2. 研究与课程学习有何不同？

### 【学习资源】

智慧树、超星尔雅、中国大学 MOOC（慕课）

科学与研究

### 【学习目标】

1. 掌握科学、研究、概念、理论、科学方法等相关概念，熟悉旅游研究的各种类型，掌握科学问题与实践问题的区别，掌握科技论文选题的技巧。



2. 能够从现象观察提炼实践问题，进而形成科学问题；能够制定适合的研究方案。

3. 明确科学是形成真知的正确途径，遵循科学研究的一般程序和规范。

#### 【课程内容】

1. 人类探索与科学方法
2. 旅游研究的各种类型与研究设计
3. 问题导向的研究

#### 【重点、难点】

1. 重点：实践问题转化为科学问题；如何选题
2. 难点：实践问题转化为科学问题

#### 【教学方法】

1. 讲授法：系统讲授科学、研究、概念、理论、科学方法等相关概念，讲授旅游研究的各种类型、选题的技巧。

2. 案例分析法：通过代表性案例论文的讲解和解读，帮助学生更好理解论文的写法。

3. 讨论与互动：鼓励学生提出疑问和观点，激发学生的学习兴趣 and 思维活力。

#### 【学习要求】

掌握概念、理论、科学方法等概念；掌握什么是科学问题，如何发现实践中的重要问题，并实现向科学问题的转化；掌握科技论文的选题技巧；能够结合自己的兴趣和实践观察，提炼科学问题，并进行研究设计。

#### 【复习与思考】

1. 为什么说科学研究是获取真知的正确途径？
2. 发展某某地方的全域旅游是一个好的论文的选题吗？
3. 拟定一个毕业论文选题并进行研究设计。

#### 【学习资源】

智慧树、超星尔雅、中国大学 MOOC（慕课）

旅游定量研究

#### 【学习目标】

1. 掌握定量论文的标题、引言、摘要、研究方法、参考文献、讨论和结论的写法。

2. 能够按照学术规范高质量地撰写旅游定量研究论文的关键部分。能够熟练运用定量论文写作的主要方法及科研软件。

3. 树立同国际接轨、遵守学术规范信念，培养学术素养。

### 【课程内容】

1. 定量研究概述
2. 定量论文主要部分的写作和修改
3. 定量论文写作常用的方法和工具

### 【重点、难点】

1. 重点：标题、引言、摘要、研究方法、参考文献、讨论和结论的写法。
2. 难点：标题、引言、摘要、研究方法、参考文献、讨论和结论的写法。

### 【教学方法】

1. 讲授法：向学生传授旅游定量论文的基本理论和知识，包括标题、引言、摘要、研究方法、参考文献、讨论和结论的写法。
2. 案例分析法：选取典型的旅游研究案例，引导学生进行深入分析和讨论，加深对定量论文各个部分写法的理解。
3. 实践教学法：组织学生进行实际的旅游研究活动，如问卷调查。学生可以亲身体验旅游研究的过程，掌握数据收集和处理的技能，加深对理论知识的理解和运用。

### 【学习要求】

掌握标题、引言、摘要、研究方法、参考文献、讨论和结论的写法，并结合自己的选题实践运用；能够以一种主要量化研究方法为例开展所选课题的写作。

### 【复习与思考】

1. 引言在全文中的作用是什么？如何写好引言？
2. 为什么说结果分析是一篇论文的“猪肚”？
3. 结论是论文结果的简单重复吗？

### 【学习资源】

智慧树、超星尔雅、中国大学 MOOC（慕课）

旅游质性研究

### 【学习目标】

1. 掌握质性研究的概念、特点、步骤、应用领域及与定量研究的区别。
2. 了解质性研究常用方法及过程，掌握常用方法如内容分析、扎根理论的论文写作程序和方法。
3. 学会使用 Nvivo 等质性分析工具进行质性数据和分析和处理。

### 【课程内容】

1. 质性研究概述
2. 质性资料的分析 and 整理过程

### 3. 质性研究常用方法及案例分析

#### 【重点、难点】

1. 重点：质性研究的概念及与定量研究的区别，质性研究应遵循的步骤，数据编码与分析处理。

2. 难点：数据编码与分析处理

#### 【教学方法】

1. 讲授法：通过讲授使学生理解并掌握质性研究的概念、特点、步骤、与定量研究的区别，了解质性研究常用方法及论文写作技巧，质性数据的分析和处理方法。

2. 对比分析法：通过案例对比，理解质性研究与定量研究的区别。

3. 案例分析法：通过研究论文举例和操作讲解，使学生深入了解质量论文的写作，与定量研究的区别，扎根理论、内容分析的技巧。

#### 【学习要求】

了解质性研究的基本理论和方法，包括实地观察、深度访谈、案例分析、文本分析等。同时，需要掌握如何运用这些方法来收集和分析旅游领域的资料。通过参与实际的研究项目，锻炼自己的实践能力。在实践中，需要学会如何与研究对象建立信任关系、如何有效地收集和整理资料、如何分析和解释数据等。要学会独立思考、质疑现有观点、提出新的见解和解释。

#### 【复习与思考】

1. 思考在何种情况下适合采用旅游质性研究方法？
2. 在旅游研究中质性研究与定量研究如何互补和结合？

#### 【学习资源】

智慧树、超星尔雅、中国大学 MOOC（慕课）

旅游研究的资料来源

#### 【学习目标】

1. 了解资源收集在论文写作中的意义和作用，研究资料主要类型及其来源。  
2. 掌握文献检索的方法和技术；知道文献整理的基本格式，学会用 EndNote 或 NoteExpress 等文献管理软件管理和运用收集到的文献。

3. 质性研究的案例分析与过程

#### 【课程内容】

1. 旅游研究中使用的资料来源
2. 文献检索的过程和技术
3. 文献的整理

#### 【重点、难点】

1. 重点：研究资源的来源、文献检索的步骤和技术、文献整理的格式。
2. 难点：使用 EndNote 或 NoteExpress 等文献管理软件。

**【教学方法】**

1. 讲授法：通过讲解、举例和演示，使学生能够全面理解旅游研究主要资料的来源和搜索、整理方法。
2. 案例分析：学生可以更好地理解研究主要资料搜集和整理的实际应用，提高分析问题和解决问题的能力。
3. 小组协作法：将学生分成小组，让他们共同完成相关资料的搜集工作。

**【学习要求】**

认识到高级别、高质量研究资料占有的重要性；普及原始资料与二手资料、理论性材料与事实性材料、统计资料、文件和报告、期刊等文献与数据的基本知识。运用互联网和现代技术服务于自己科研的意识，培养相关能力

**【复习与思考】**

1. 常用研究资料的类型及来源。
2. 检索广东省海外旅游市场营销研究的相关文献和数据资料。

**【学习资源】**

智慧树、超星尔雅、中国大学 MOOC（慕课）

## 五、实践教学安排

序号	章节	实践教学内容	实践教学环节内容	实践方法	实践学时
1	旅游定量研究	1. 问卷制作与数据分析 2. 变量结构探索与验证 3. 变量关系探索与验证	1. 问卷的基本结构、生成过程、数据处理与分析 2. 探索性因子分析、验证性因子分析与 SPSS、AMOS 操作 3. 相关分析、回归分析及 SPSS 操作	理论讲授、案例分析、多媒体辅助教学法	10
2	旅游质性研究	质性研究资料的获取与分析	访谈提纲、备忘录、接触摘要单的撰写、文本数据的分析与 Nvivo 软件操作	理论讲授、案例分析、实验法、多媒体辅助教学法	2
3	旅游研究的资料来源	文献的检索与整理	常用文献来源的检索方法及 EndNote、NoteExpress 等文献管理软件有使用	理论讲授、案例分析、多媒体辅助教学法	2
总计					14

## 六、考核方式

### (一) 考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核方式（平时成绩）包括读书笔记、课堂表现、平时作业：

读书笔记占平时成绩中的 30%，根据内容的完整程度和书面整洁程度酌情给分。

课堂表现占平时成绩中的 20%，考察学生主动参与课堂练习、讨论，创造性地提出问题的能力。

平时作业共 2 次，占平时成绩的 50%。学期末，每个学生所有作业的平均值，即是该同学最后评价的作业环节评价成绩。

期末考核采用开卷考查。另见参考答案和评分细则。

### (二) 考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例 (%)	考核方式
课程目标 1	科学与研究、旅游定量研究、旅游质性研究、旅游研究的资料来源，占比 40%	课堂笔记、课堂表现、平时作业、实践、期末考试
课程目标 2	旅游定量研究、旅游质性研究、旅游研究的资料来源，30%	课堂笔记、课堂表现、平时作业、实践、期末考试
课程目标 3	旅游定量研究、旅游质性研究、旅游研究的资料来源，30%	课堂笔记、课堂表现、平时作业、实践、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩=平时成绩×50%+卷面成绩×50%

#### 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现 (20%)：学生主动参与课堂练习、讨论，创造性地提出问题的能力。

(2) 读书笔记 (30%)：课堂内容记录的数量和质量。

(3) 平时作业 (50%)：学生平时作业提交次数及完成质量。

#### 3. 期末成绩评定

见《参考答案和评分细则》，占总成绩的 50%。

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言。	听课很不认真，不互动也不发言。
2	读书笔记	笔记内容全面，重点突出，有自己的独立思考，字迹工整。	笔记内容全面，重点突出，字迹工整。	笔记内容不全面，重点不突出，字迹工整。	笔记内容不全面，重点不突出，字迹清楚。	笔记内容缺失较多，重点不突出，字迹潦草。
3	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业缺 1-2 次，内容不完整，没有达到作业要求。
4	实践	能熟练运用相关科研软件完成数据的录入、清洗、转存等操作，能熟练地使用相关科研软件完成数据的指定分析任务。	能在教师帮助或查阅笔记的前提下完成数据的录入清洗，并完成数据分析任务	对个别任务的操作不熟悉流程，不能熟练使用相关科研软件完成任务。	对较多操作流程不熟悉，不能熟练使用相关科研软件完成任务。	对大部分操作流程不熟悉，不能熟练使用相关科研软件完成任务。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
无					

## 九、主要参考书目

1. 艾尔·巴比，邱泽奇译.《社会研究方法》(第十四版). 华夏出版社. 2023.
2. 陈向明.《质的研究方法与社会科学研究》. 教育科学出版社. 2006.

3. 谢彦君.《旅游研究方法》.中国旅游出版社.2018.
4. 余志远.《旅游质性研究方法》.商务印书馆.2023.

## 十、课程学习建议

1. 明确学习目标：在开始学习之前，明确你希望通过这门课程达到什么目标。例如，掌握基本的旅游研究方法、提高分析和解决问题的能力，或是为未来的研究或工作做准备。有了明确的目标，你将更有动力去学习。

2. 掌握基础知识：旅游研究方法课程通常会涵盖多种研究方法，如问卷调查、实地观察、深度访谈等。你需要对这些方法的基本原理、操作步骤和优缺点有清晰的认识。可以通过阅读教材、参加课堂讨论和完成相关作业来加深理解。

3. 注重实践应用：理论知识的学习很重要，但更重要的是将这些知识应用到实际研究中。尽量争取参与一些实际的旅游研究项目，通过实际操作来加深对研究方法的理解和掌握。同时，也可以尝试自己设计并实施一个小型的研究项目，以检验自己的学习成果。

4. 培养批判性思维：在旅游研究方法课程中，不仅要学习如何运用各种方法进行研究，还要学会对研究结果进行批判性分析。要学会从多个角度审视问题，评估研究的有效性和可靠性，并提出改进意见。

5. 保持开放心态：旅游研究方法是一个不断发展和更新的领域，新的理论和方法不断涌现。在学习过程中，要保持开放的心态，勇于尝试新的方法和技术，同时也要学会与他人分享和交流经验，共同进步。

6. 及时复习和总结：定期回顾和总结所学内容，有助于巩固记忆并加深理解。可以制定一个复习计划，按照章节或主题进行复习，同时记录下自己的学习心得和体会。







# 会展经济与管理专业

## 《体育赛事管理》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《体育赛事管理》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	体育赛事管理 Sports Event Management		
课程编码	231510622B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	无	修读学期	第五学期
课程类别	专业选修课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 20，实践学时 12）		
执笔人	吴文婷	审核人	申磊

## 二、课程简介

体育赛事管理课程在会展专业人才培养中占据重要地位，旨在培养具备全面体育赛事策划、组织与运营能力的专业人才。该课程紧密结合会展活动的实践特性，强调理论与实务并重，通过对体育赛事项目周期各个阶段的深度剖析，使学生系统掌握赛事策划、组织执行、风险管理、市场营销以及赛后评估等一系列关键环节的知识和技能。通过本课程的学习，学生不仅能深入理解体育赛事产业的发展规律和运作模式，还能全面提升自身的项目管理能力、团队协作能力和创新应变能力。此外，课程还将注重培养学生的社会责任感和职业道德素养，使其在面对复杂的赛事管理问题时，能够做出符合法律法规、伦理道德和社会效益的决策，从而成为适应现代体育赛事及会展行业发展需求的高素质复合型人才。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：学生能够深入理解体育赛事的组织结构与管理模式，掌握赛事策划、执行和评估的关键流程，并具备撰写详细赛事方案的能力，确保方案符合行业规范和法律法规要求。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：通过案例分析、模拟实战及实地考察等教学手段，学生能够识别并解决体育赛事运营中的常见问题，包括风险管理、市场营销、赞助商关系维护等方面，提升其在实际工作中应对挑战的能力。【毕业要求 4.1】

课程目标 3：培养学生沟通表达与团队协作能力，在筹备和举办体育赛事过程中能有效地与多方利益相关者沟通协调，展现良好的职业道德和社会责任感。【毕业要求 6.1】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实的人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性，掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 3	沟通表达	6.1 能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点，与会展行业及社会公众进行有效的沟通，并理解与包容差异性。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
体育赛事的起源与发展	课程目标 1	讲授法、时间线教学、对比研究	2
体育赛事的基本理论	课程目标 1	案例导入与情境模拟、探究式教学、分组研讨与互动教学	2
体育赛事产业的发展趋势	课程目标 1、2、3	案例分析法、理论讲授与研讨式教学结合	2
体育赛事的选择与申办	课程目标 1、2、3	理论讲授、案例分析与小组讨论、研讨式教学	2
体育赛事的策划	课程目标 1、2、3	理论讲授、互动研讨、实践操作	6
体育赛事市场营销	课程目标 1、2、3	案例研讨法、情境模拟与角色扮演、互动式讲座	2
体育赛事赞助与财务管理	课程目标 1、2、3	理论讲授、互动研讨、模拟实践	6
体育赛事的供应链	课程目标 1、2、3	案例研讨法、互动讨论法、情境模拟法、翻转课堂	2
体育赛事竞赛管理	课程目标 1、2、3	讲授法、互动讨论法、情境模拟法	1
体育赛事现场实施管理	课程目标 1、2、3	案例分析法、现场模拟实训、小组合作研讨	5

体育赛事风险	课程目标 1、2、3	案例分析法、现场模拟实训、小组合作研讨	1
体育赛事评估	课程目标 1、2、3	互动式讲授、小组研讨、现场观摩或视频回放解析	1
合计			32

## (二) 课程内容

### 体育赛事的起源与发展

#### 【学习目标】

1. 了解体育赛事的起源
2. 了解体育赛事的发展历程
3. 掌握体育赛事的发展形势

#### 【课程内容】

1. 体育赛事的起源
2. 体育赛事的发展历程
3. 体育赛事的传统形式

#### 【重点、难点】

1. 重点：体育赛事的发展历程
2. 难点：体育赛事的传统形式与现代形式

#### 【教学方法】

1. 讲授法：通过讲解体育赛事最早的形式及其与人类早期生活、社会活动的关系，如古代奥运会的历史渊源、祭祀仪式中的竞技元素等。

2. 时间线教学：绘制体育赛事发展历程的时间轴，让学生清晰地把握各个阶段的重要事件、变革节点和重大赛事的兴起。

3. 对比研究：比较传统体育赛事与现代职业化、商业化赛事的不同之处，分析其在现代社会的传承与挑战。

#### 【学习要求】

1. 让学生理解和掌握体育赛事自古至今的起源和发展脉络。
2. 学生能够分析不同历史时期和文化背景对体育赛事形式和内容的影响。
3. 培养学生的史学分析能力和跨文化比较视角，提升他们对现代体育赛事组织与管理的理论素养。

#### 【复习与思考】

1. 简述体育赛事的起源。
2. 简述古代体育赛事与现代体育赛事的差异性。
3. 简述体育赛事的传统形式和现代形式

### 【学习资源】

1. 教材及参考书目：包括体育史专著、体育赛事发展演变的相关教材以及学术文章。
2. 数字化资源：利用网络课程平台提供电子教案、学术论文、历史图片和影像资料。
3. 实地教育资源：安排访问当地博物馆、体育场馆或历史文化遗址的实地教学活动。

## 体育赛事的基本理论

### 【学习目标】

1. 了解体育赛事的基本概念。
2. 了解体育赛事的分类。
3. 学习体育赛事利益相关者的内容，了解他们之间的利益诉求与利益冲突。

### 【课程内容】

1. 体育赛事的定义
2. 体育赛事的分类
3. 体育赛事利益相关者

### 【重点、难点】

1. 重点：体育赛事的分类
2. 难点：体育赛事利益相关者区分

### 【教学方法】

1. 案例导入与情境模拟

通过分享和讨论国内外经典体育赛事案例，引导学生理解体育赛事的实践运作及其社会影响。

创设虚拟体育赛事项目情境，组织小组合作，模拟不同利益相关者的角色分工与互动，以此增强学生对体育赛事各方面的直观认识。

2. 探究式教学

对“体育赛事的定义”部分，采用问题导向法，让学生在查阅资料、比较分析的基础上形成个人见解，并在课堂上进行分享交流。

在讲解“体育赛事分类”时，运用多媒体展示各类赛事特点及实例，结合实地观摩或视频观摩，使学生能够区分不同类型赛事的核心特征。

3. 分组研讨与互动教学

针对“体育赛事利益相关者”，组织专题研讨会，每组负责研究一类或几类利益相关者（如运动员、观众、赞助商、媒体等），探讨其诉求、作用和相互关系。

### 【学习要求】

1. 学生应能准确把握体育赛事的概念，理解其本质特征和社会价值。
2. 熟悉并掌握体育赛事的主要分类方式
3. 学生应全面了解体育赛事中的关键利益相关者及其功能、利益诉求。

### 【复习与思考】

- 1 什么是体育赛事？
2. 体育赛事如何分类？
3. 什么是利益相关者？
4. 体育赛事的利益相关者都有哪些？其分别有哪些作用？

### 【学习资源】

1. 教材与参考书：提供本课程专用教材及相关的体育管理、体育经济等方面的参考书籍，便于学生深化理论学习。

2. 网络资源：利用在线教育平台、学术期刊数据库、体育赛事官方网站等获取最新、最全面的体育赛事信息和研究成果。

### 体育赛事产业的发展趋势

### 【学习目标】

1. 了解我国体育赛事产业的环境和发展趋势。
2. 参考西方体育赛事产业的发展, 思考我国体育赛事产业发展过程中遇到的阻碍。

### 【课程内容】

1. 西方体育赛事产业发展
2. 我国体育赛事产业发展
3. 我国体育赛事产业发展的机遇、问题和趋势

### 【重点、难点】

1. 重点：我国体育赛事产业发展的机遇、问题和趋势
2. 难点：我国体育赛事产业发展的机遇、问题和趋势

### 【教学方法】

1. 案例分析法：

分析西方发达国家体育赛事产业的成功案例，对比我国当前的实践情况，引导学生理解不同发展阶段的特点和成功要素。

组织小组讨论，让学生研究具体赛事（如奥运会、世界杯等）的商业运作模式及其对当地经济社会的影响。

2. 理论讲授与研讨式教学结合：

对国内外体育赛事产业发展历程进行系统讲解，辅以相关政策解读、经济

数据分析。

定期组织研讨会，鼓励学生就特定议题发表观点，例如：市场化改革的影响、赞助商角色变迁、知识产权保护策略等。

#### 【学习要求】

1. 学生应深入理解中西方体育赛事产业发展的历史沿革、现状特点及未来趋势。

2. 熟悉我国体育赛事产业面临的机遇与挑战，并能从战略层面分析问题提出解决方案。

3. 学生需定期阅读相关学术文献、行业报告以及跟踪国际国内重要体育赛事新闻，保持对产业动态的敏锐感知。

#### 【复习与思考】

1. 体育赛事运作管理部门有哪些职能？
2. 体育赛事运作管理者应该具备哪些基本素质？
3. 转型时期我国竞赛主体具有什么样的特征？
4. 我国体育赛事产业发展中存在的主要缺陷是什么？
5. 简述转型时期我国体育赛事的特征。

#### 【学习资源】

1. 教材与参考书籍：《体育赛事管理》、《全球体育产业概览及案例分析》、国内外关于体育赛事市场化运作的专业期刊论文集。

2. 网络资源：国家体育总局官方网站的政策法规及统计数据、国际奥委会、国际足联等相关国际组织发布的报告资料、体育经济学、体育市场营销类的在线课程视频与课件。

### 体育赛事的选择与申办

#### 【学习目标】

1. 了解体育赛事选择基本原则和影响因素。
2. 掌握体育赛事选择程序。
3. 了解体育赛事申办方式。
4. 掌握体育赛事申办程序。
5. 明确体育赛事中办重要事项。

#### 【课程内容】

1. 体育赛事的选择
2. 体育赛事的申办

#### 【重点、难点】

1. 重点：体育赛事的选择程序

## 2. 难点：体育赛事的申办方式

### 【教学方法】

#### 1. 理论讲授

采用多媒体教学手段，系统讲解体育赛事选择的考量因素（如经济影响、社会文化价值、基础设施条件等）以及赛事申办流程。

#### 2. 案例分析与小组讨论

案例分析国内外成功与失败的体育赛事选择与申办案例，通过小组讨论，让学生深入理解实际操作过程及策略。

#### 3. 研讨式教学

推行项目制学习，引导学生团队合作研究某一具体赛事的申办可行性报告，并进行汇报答辩。

### 【学习要求】

1. 掌握知识要点：理解体育赛事选择的基本原则和标准，熟悉国际与国内体育赛事申办的程序、法规和要求。

2. 技能培养：学会运用 SWOT 分析、风险评估等工具对赛事申办进行综合评价，具备编写申办文件和展示申办计划的能力。

3. 批判性思维：能够独立思考并分析赛事选择的社会效益与经济效益，评判不同申办策略的优劣。

4. 团队协作：通过小组作业提升沟通协调能力和团队精神，共同完成赛事申办模拟项目。

### 【复习与思考】

1. 选择体育赛事要遵循的主要原则是什么？为什么？

2. 简述体育赛事选择影响因素，试评估一项体育赛事可行性。

3. 简述小组模拟体育赛事申办过程。

### 【学习资源】

1. 教材与参考书目：提供专业教材、政策文件、行业白皮书等作为主要学习材料。

2. 数字化资源：链接到相关的国际体育组织网站（如国际奥委会、国际足联等）、学术数据库、研究报告、案例库。

3. 音视频资料：包含历届赛事申办宣传片、申办陈述录像、新闻报道及专家访谈等内容。

4. 实训资料：设计完整的申办模板、评估表单、可行性研究报告样本等实践指导资料。

## 体育赛事的策划



### 【学习目标】

1. 理解并掌握体育赛事策划的理念与原则。
2. 熟悉并掌握体育赛事策划的 8 种方法。
3. 从操作层面了解并熟悉体育赛事策划的主要程序。
4. 了解体育赛事策划内容的框架，并掌握主要策划内容。

### 【课程内容】

1. 体育赛事策划的理念与原则
2. 体育赛事的策划方法与程序
3. 体育赛事的策划内容

### 【重点、难点】

1. 重点：体育赛事的策划内容
2. 难点：体育赛事的策划方法与程序

### 【教学方法】

1. 理论讲授：对体育赛事策划的理念与原则，采用 PPT、案例分析等直观生动的方式进行讲解，辅以国内外成功或失败的体育赛事策划实例，引导学生理解和掌握体育赛事的核心理念和基本策划原则。

2. 互动研讨：在介绍体育赛事的策划方法与程序时，组织小组讨论和角色扮演活动。比如，模拟一场体育赛事从立项到执行的全过程，让学生分组承担不同角色（如项目经理、策划专员、运营负责人等），通过实践操作深入理解策划流程和方法。

3. 实践操作：针对体育赛事的策划内容，设置实战项目，让学生实际参与到体育赛事的策划工作中，包括但不限于赛事主题设定、赛程安排、预算编制、宣传推广策略制定等环节。同时，教师提供全程指导和反馈，确保学生能够在实践中深化理论知识并提升策划能力。

### 【学习要求】

1. 掌握体育赛事策划的基本理念与原则，能够结合具体情境灵活运用。
2. 理解并能熟练阐述体育赛事的策划流程和主要方法，具备独立策划小型体育赛事的能力。
3. 能够全面考虑体育赛事策划的各项内容，包括赛事定位、组织架构、资源配置、风险管理等，并形成系统化的策划方案。
4. 具备良好的团队协作能力和创新思维，能在实际操作中不断优化和完善策划方案。

### 【复习与思考】

1. 体育赛事策划的理念与原则是什么？它们有何区别与联系？

2. 如何从实践操作角度掌握体育赛事策划的方法与程序？
3. 如何理解体育赛事策划内容的框架构成？
4. 体育赛事项目策划、体验策划、环境策划如何具体实施与应用？

#### 【学习资源】

1. 教材与参考书目：提供专门针对体育赛事策划的教材，以及相关领域的经典著作和最新研究成果作为参考。

2. 在线课程与视频资料：利用网络平台，引入国内外优质在线课程资源和专家讲座视频，拓宽学生的视野，丰富其理论知识和实践经验。

3. 案例库与实践基地：建立体育赛事策划案例库，供学生研究学习；争取与本地各类体育赛事组织方合作，为学生提供实地参观、实习实训的机会，让他们有机会接触和参与真实的体育赛事策划工作。

### 体育赛事市场营销

#### 【学习目标】

1. 了解体育赛事市场营销的基本概念。
2. 了解体育赛事市场营销的产品及其特征。
3. 掌握体育赛事市场营销的基本策略和方法。

#### 【课程内容】

1. 体育赛事市场营销概述
2. 体育赛事市场营销战略
3. 体育赛事市场营销组合

#### 【重点、难点】

1. 重点：体育赛事市场营销战略
2. 难点：体育赛事市场营销组合的完整内容

#### 【教学方法】

1. 案例研讨法：

教学过程中将采用国内外知名体育赛事的营销实例，引导学生深入剖析不同赛事在市场定位、目标客户分析、产品设计、价格策略、渠道管理以及促销活动等方面的实践操作，通过小组讨论和课堂汇报的形式提升学生理论联系实际的能力。

2. 情境模拟与角色扮演：

设计体育赛事营销策划项目，让学生分组扮演不同的体育组织或营销团队角色，从制定赛事品牌战略到执行具体的4Ps（产品、价格、地点、促销）营销组合策略，以此增强学生的实战应用能力。

3. 互动式讲座：

结合多媒体演示和课堂讲解，运用现代教育技术手段展示体育赛事市场营销的最新趋势、工具和技术，鼓励学生积极参与讨论并发表个人见解。

#### 【学习要求】

1. 学生应系统理解体育赛事市场营销的基本概念、原理和发展趋势。
2. 掌握利用各种市场调研工具对体育赛事消费者行为进行分析的方法。
3. 鼓励学生结合新兴科技和社会变革，探讨体育赛事市场营销的创新模式和潜在机会。

#### 【复习与思考】

1. 体育赛事市场营销的基本概念是什么？
2. 简述体育赛事市场营销的特点及其原则
3. 简述体育赛事市场营销组合的完整内容。

#### 【学习资源】

1. 教材与参考书：教材《体育赛事市场营销》及相关拓展阅读材料、国内外专业期刊、研究报告和行业白皮书，提供最新研究成果和实践经验。

2. 数字化资源：在线课程平台上的教学视频、音频和图文资料，以支持自主学习、市场营销模拟软件或在线游戏，帮助学生直观体验营销决策过程。

3. 线上社区与论坛：组织学生加入体育产业相关的线上社群，参与行业讨论，关注实时动态，提高信息获取和分析能力。

### 体育赛事赞助与财务管理

#### 【学习目标】

1. 充分理解体育赛事赞助与财务管理的重要意义。
2. 理解并掌握体育赛事赞助的原则与方案。
3. 从操作层面了解并熟悉体育赛事赞助的实施。
4. 掌握体育赛事财务管理的原则与实践操作。

#### 【课程内容】

1. 体育赛事赞助的原则与方案
2. 体育赛事赞助的实施
3. 体育赛事财务管理的原则与实务

#### 【重点、难点】

1. 重点：体育赛事赞助的主要方法与内容
2. 难点：体育赛事财务管理的原则与实务

#### 【教学方法】

1. 理论讲授：通过多媒体教学手段，系统讲解体育赛事赞助的原则、方案设计、实施步骤以及体育赛事财务管理的基本原则和实务操作，辅以案例分析，

让学生理解理论知识在实际场景中的应用。

2. 互动研讨：组织小组讨论活动，分析国内外经典体育赛事赞助案例，探讨赞助效果、赞助回报机制以及财务风险控制等问题，培养学生的团队协作能力和批判性思维能力。

3. 模拟实践：布置实战模拟任务，如策划一份完整的体育赛事赞助方案，包括预算编制、赞助商权益分配及财务管理计划等，并进行课堂展示和点评。

#### 【学习要求】

1. 基础知识：掌握体育赛事赞助的基本原则，理解不同类型的赞助方案及其制定过程。

2. 技能培养：学会运用财务管理相关理论和方法，进行赛事成本预测、收益估算、资金筹集和风险管理。

3. 实践能力：能够独立或合作完成一项体育赛事赞助项目的策划与财务管理方案设计。

4. 思辨能力：能够分析并评价已有的赞助案例，针对复杂问题提出解决方案。

5. 职业素养：形成尊重赞助合同、重视经济效益与社会效益双重目标的职业道德观。。

#### 【复习与思考】

1. 体育赛事赞助的原则如何理解？

2. 如何从实践操作角度掌握体育赛事赞助的主要方法与内容？

3. 体育赛事赞助实施过程包括什么内容？

4. 体育赛事财务预算管理的方法与过程是什么？

5. 体育赛事财务控制的一般方式是什么？

#### 【学习资源】

1. 教材资料：本专业指定的《体育赛事策划与管理》等相关教材及相关章节阅读材料。

2. 案例库：搜集国内外体育赛事赞助成功与失败案例，供学生研究分析。

3. 数字资源：访问各类财经数据库获取最新的体育赛事赞助市场数据和研究报告。

4. 网络平台：使用学校提供的在线教育平台，如MOOC、SPOC等，获取补充学习资料、作业题库及实时行业资讯。

### 体育赛事的供应链

#### 【学习目标】

1. 了解体育赛事如何做好人员招募、培训和考核。

2. 了解什么是体育赛事场馆化组织模式。
3. 了解赛事餐饮、媒体、技术、交通、环卫、安保和医疗供应的管理特点。

#### 【课程内容】

1. 体育赛事人力资源供应
2. 体育赛事场馆供应
3. 体育赛事其他配套服务供应

#### 【重点、难点】

1. 重点：体育赛事其他配套服务供应
2. 难点：体育赛事场馆化组织运营

#### 【教学方法】

1. 案例研讨法：

通过分析国内外典型体育赛事（如奥运会、世界杯足球赛等）的供应链管理实践，引导学生深入理解人力资源供应、场馆供应和其他配套服务供应的具体运作过程。

2. 互动讨论法：

组织小组讨论，探讨不同赛事中供应链管理的关键环节和挑战，并提出优化建议。

3. 情境模拟法：

创设体育赛事筹备场景，让学生分角色模拟负责人力资源调配、场地协调及供应商合作的过程，体验并掌握供应链的实际操作。

4. 翻转课堂：

提供预习材料，包括相关的电子书籍、研究报告和行业标准，让学生在课前自学基础知识，课堂时间主要用于解答疑问和深度探究。

#### 【学习要求】

1. 学生应能全面理解和掌握体育赛事供应链的基本概念和构成要素
2. 能够运用所学理论知识解决体育赛事供应链中的实际问题，具备跨部门协作和资源整合的能力。
3. 完成课程作业，包括撰写体育赛事供应链某一环节的研究报告、参与模拟活动的设计与实施。

#### 【复习与思考】

1. 什么是场馆化组织模式？如何做好体育赛事场馆化组织运营？
2. 请拟订一份上海国际马拉松赛大学生志愿者招募公告。
3. 体育赛事餐饮服务、媒体服务、技术服务、交通服务、医疗服务的人员保障分别有什么特点？

### 【学习资源】

1. 教材与参考书目：教材：《体育赛事管理》及相关章节、参考书目：《供应链管理原理》、《体育产业运营与管理》等专业书籍

2. 网络资源：订阅行业期刊、在线数据库，查阅最新体育赛事供应链管理案例与研究成果。观看体育赛事组织管理纪录片或专题报道。

### 体育赛事竞赛管理

### 【学习目标】

1. 了解体育赛事竞赛管理的基本概念。
2. 了解体育赛事竞赛管理的特征。
3. 掌握体育赛事竞赛管理工作流程的基本内容。
4. 掌握体育赛事竞赛管理计划的制订方法。

### 【课程内容】

1. 体育赛事竞赛管理概述
2. 体育赛事竞赛管理的内容及执行
3. 体育赛事其他配套服务供应

### 【重点、难点】

1. 重点：体育赛事竞赛管理的主要任务
2. 难点：体育赛事其他配套服务供应

### 【教学方法】

1. 讲授法：

理论讲解：通过课堂讲解，介绍体育赛事竞赛管理的概述、基本概念、管理体系以及行业规范，结合实际案例分析不同规模和类型的体育赛事如何进行有效管理。

2. 互动讨论法：

组织小组讨论，围绕具体问题，如赛事安全风险、市场开发策略、志愿者管理等主题进行分组研究，并汇报讨论成果。

3. 情境模拟法：

组织学生模拟策划一场小型体育赛事，包括制定竞赛规程、报名流程、赛程编排、场地布置、设施准备等环节，让学生亲身体验赛事管理全过程。

### 【学习要求】

1. 理解并能阐述体育赛事竞赛管理的基本原则、体系架构及其重要性。
2. 能够独立或协同完成赛事计划书的编制，包括但不限于赛事策划、预算编制、风险防控预案等。
3. 能够对体育赛事实例进行深度解读，提出改进意见和创新策略。

### 【复习与思考】

1. 体育赛事竞赛管理的概念是什么？
2. 简述体育赛事竞赛管理的特征。
3. 试述体育赛事竞赛管理的主要任务。
4. 试述竞赛相关志愿者管理的主要内容。
5. 思考竞赛期间可能会出现哪些风险，试着给这些风险归类，并制订相应的应急预案。

### 【学习资源】

1. 教材与辅助材料：主教材：《体育赛事管理》或其他专业书籍，提供系统性的理论框架。辅助材料：参考文献、手册、行业规范、标准操作程序等。

2. 数字化资源：在线课程与MOOCs（大规模开放在线课程）资源，用于补充和深化课堂所学内容。视频教程与专家讲座，提供实战经验和行业视角。

## 体育赛事现场实施管理

### 【学习目标】

1. 了解体育赛事现场不问观众的差异化管理方式。
2. 了解赛中管理组委会各部门的主要工作。
3. 了解体育赛事现场控制的3个原则及其内涵。

### 【课程内容】

1. 现场观众管理
2. 现场赛事控制
3. 现场结束管理及清理

### 【重点、难点】

1. 重点：体育赛事现场赛事控制
2. 难点：赛场观众管理的策略

### 【教学方法】

1. 案例分析法：

组织学生研读国内外大型体育赛事的实际案例，分析观众管理的成功与不足之处，以及现场控制的关键环节和应急措施。

2. 现场模拟实训：

在校园或模拟环境下进行观众入场、观赛秩序维持、突发状况处理等实操演练，让学生亲身体现场管理流程。

3. 小组合作研讨：

分小组研究不同类型的体育赛事（如足球、篮球、马拉松等）的现场实施细节，包括观众分区、人流引导、安全预案制定等内容，并汇报交流。

### 【学习要求】

1. 了解并掌握体育赛事现场观众管理的基本原则、程序和法规要求。
2. 能够独立策划和执行一场小型体育赛事的现场管理工作计划。
3. 能够运用现代化信息技术手段辅助现场管理。

### 【复习与思考】

1. 针对不同类别的赛场观众，如何进行差异化管理？
2. 从人本管理视角下分析赛场观众管理的策略。
3. 根据赛事现场控制理论学习，请拟订一个校际篮球赛赛中管理方案。

### 【学习资源】

1. 教材与参考书目：

主教材：《体育赛事运作与管理》

参考书：《体育场馆管理》、《大型活动安全管理》等专业书籍。

2. 实践材料：

真实的赛事管理手册、应急预案文档、操作规程指南等实践工具。

视频教程与案例库，包括各类体育赛事现场管理录像。

3. 在线资源：

教育部推荐的相关网络课程、慕课(MOOC)资源。

行业网站、期刊文章、研究报告，获取最新的赛事现场管理理论与实践经验。

## 体育赛事风险

### 【学习目标】

1. 了解体育赛事风险的概念及识别。
2. 掌握体育赛事风险评估和控制的方法。

### 【课程内容】

1. 体育赛事风险的概念及识别
2. 体育赛事风险评估和控制

### 【重点、难点】

1. 重点：体育赛事的风险管理
2. 难点：体育赛事风险评估和控制

### 【教学方法】

1. 案例分析法：

通过分析国内外典型体育赛事风险实例，引导学生理解体育赛事风险的概念及识别，让学生从实际场景中体会风险的多样性和复杂性。

2. 现场模拟实训：



模拟体育赛事筹备过程中的风险管理环节，指导学生进行风险评估和控制策略的设计，如使用风险矩阵、决策树等工具进行实战操作。

### 3. 小组合作研讨：

组织学生分组研究不同类型的体育赛事风险事件，如安全风险、财务风险、运营风险、法律风险等，并进行课堂展示和分享。

#### 【学习要求】

1. 理解体育赛事风险的含义、类别及特征，掌握风险识别的方法和技术。
2. 能够运用科学的风险评估模型对赛事风险进行量化评估，制定风险应对策略和应急预案。
3. 针对具体案例，学会分析赛事风险成因、影响程度及其可能演变趋势，形成独立判断。

#### 【复习与思考】

1. 体育赛事面临的风险有哪几种？
2. 简述体育赛事的风险管理。

#### 【学习资源】

1. 教材与参考书：《体育赛事管理》、《风险管理理论与实践》等专业书籍，以及国内外关于体育赛事风险管理的最新研究成果和政策文件。
2. 网络资源：利用网络课程平台上的视频教程、学术期刊论文、行业报告、国际体育组织发布的风险管理指南等数字化资源。
3. 软件工具：提供相关的风险分析软件或在线工具供学生进行风险评估练习。
4. 案例库：积累一系列真实的体育赛事风险管理案例，作为课堂讨论和分析的重要素材。

## 体育赛事评估

#### 【学习目标】

1. 了解体育赛事事前、事中、事后评估目标。
2. 掌握体育赛事事前、事中、事后评估内容。

#### 【课程内容】

1. 体育赛事赛前评估
2. 体育赛事赛中评估
3. 体育赛事赛后评估

#### 【重点、难点】

1. 重点：体育赛事赛前、中、后评估的目标和内容
2. 难点：体育赛事综合效益评估

### 【教学方法】

1. 互动式讲授：通过案例分析和实操模拟，讲解体育赛事评估的理论框架和实际操作流程。

2. 小组研讨：组织学生分组，模拟不同类型的体育赛事（如马拉松、足球赛、游泳比赛等），进行从赛前到赛后的全程评估实践。

3. 现场观摩或视频回放解析：结合真实体育赛事录像，引导学生识别关键评估点，提高观察与分析能力。

### 【学习要求】

1. 理解并掌握体育赛事评估的基本原则、标准和流程。

2. 能够独立或团队合作完成从赛前准备、赛中控制到赛后总结的全面评估工作。

3. 提高批判性思维和解决问题的能力，针对具体赛事情况灵活运用评估工具和技术。

4. 掌握赛事评估报告的撰写规范和表达技巧。

### 【复习与思考】

1. 体育赛事评估包含哪些内容？

2. 简述体育赛事赛前评估的目标和内容。

3. 试述体育赛事赛中评估有哪些步骤。

4. 试述如何进行赛事综合效益评估。

### 【学习资源】

1. 教材与参考书目：提供涵盖体育赛事组织与管理、评估方法论等内容 的专业书籍。

2. 在线课程与视频资料：推荐相关 MOOCs 课程，以及国内外知名体育赛事评估的实际操作视频案例。

3. 行业报告与研究文献：搜集最新的体育赛事评估研究成果，分析业界最佳实践案例。

4. 数字资源与工具：提供数据分析模板、评估软件平台试用账号等数字化学习工具。

5. 实地考察与实习机会：安排参观各类体育赛事，或者对接实际工作岗位以获取实践经验。

## 五、实践教学安排

### 实践 1. 体育赛事策划模拟

实践目的：深入了解体育赛事的策划流程，培养学生的策划思维和团队协

作能力。

实践学时：4

实践教学安排：

学生自由分组，每组 5-7 人，选定一个体育赛事主题。

策划阶段：各组需进行市场调研，分析目标观众、竞争对手及潜在赞助商等，制定详细的赛事策划书，包括赛事目标、赛程安排、预算规划、营销策略等。

展示交流：各组以 PPT 或视频形式展示策划方案，分享策划思路与亮点，接受教师和其他组的提问与反馈。

教师点评：教师根据策划书的完整性、创新性、可行性等方面进行综合点评，提出改进建议。

### **实践 2. 体育赛事现场管理模拟**

实践目的：提升学生在体育赛事现场的组织管理、沟通协调及应急处理能力。

实践学时：4

实践教学安排：

学生分组，每组 3-5 人，模拟不同岗位（如赛事总监、场地经理、安保人员等）。

场景模拟：设置体育赛事现场的各种场景，如观众入场、赛事进行、突发事件处理等，学生需根据岗位职责进行角色扮演，现场解决问题。

教师指导：教师在模拟过程中观察学生的表现，及时给予指导和建议，确保模拟活动的顺利进行。

总结反思：模拟结束后，学生需撰写总结报告，反思自己在模拟过程中的表现与不足，提出改进措施。

### **实践 3. 体育赛事数据分析与策略调整**

实践目的：掌握体育赛事数据分析的基本方法，学会根据数据结果调整赛事策略。

实践学时：4

实践教学安排：

数据收集：学生需收集模拟体育赛事的各项数据，包括但不限于参赛队伍成绩、观众人数、门票销售情况、社交媒体互动量等。

数据分析：利用数据分析工具（如 Excel、SPSS 等）对数据进行整理、清洗、分析，提取有价值的信息。

策略调整：基于数据分析结果，学生需提出赛事策略调整的建议，如优化赛程安排、调整营销策略、提升观众体验等。

汇报与反馈：各组需准备 PPT 或报告，向全班展示数据分析过程及策略调整建议，接受教师和其他组的提问与反馈。

教师总结：教师对学生的数据分析能力和策略调整建议进行点评，强调数据分析在赛事管理中的重要性。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、读书笔记。

期末考核采用考查形式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	体育赛事的起源与发展、体育赛事的基本理论、体育赛事产业的发展趋势、体育赛事的选择与申办、体育赛事的策划、体育赛事市场营销、体育赛事赞助与财务管理、体育赛事的供应链、体育赛事竞赛管理、体育赛事现场实施管理、体育赛事风险、体育赛事评估，占比50%	课堂表现、平时作业、期末考试、读书笔记
课程目标 2	体育赛事产业的发展趋势、体育赛事的选择与申办、体育赛事的策划、体育赛事市场营销、体育赛事赞助与财务管理、体育赛事的供应链、体育赛事竞赛管理、体育赛事现场实施管理、体育赛事风险、体育赛事评估，占比25%	课堂表现、平时作业、期末考试
课程目标 3	体育赛事产业的发展趋势、体育赛事的选择与申办、体育赛事的策划、体育赛事市场营销、体育赛事赞助与财务管理、体育赛事的供应链、体育赛事竞赛管理、体育赛事现场实施管	课堂表现、平时作业、期末考试

	理、体育赛事风险、体育赛事评估， 占比25%	
--	---------------------------	--

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1.总成绩评定

总成绩=过程性考核成绩（课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%）×30%+技能成绩×20%+期末考核×50%

#### 2.平时成绩评定

(1) 课堂表现：学生主动参与课堂练习、讨论，创造性地提出问题的能力，学生的到课情况；

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量，平时小测验等进行评价；

(3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3.技能成绩评定

按照实验表现评分，并取平均值。

#### 4.期末成绩评定

根据期末开卷考查的试题评分标准进行卷面成绩评定。

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。

3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写比较整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。
---	------	-----------------------	-------------------------	---------------------------	-------------------------	--------------------

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
体育赛事管理	李海 姚芹	重庆大学出版社	2018年1月	否	

## 九、主要参考书目

- [1] 范智军, 许欣. 大型活动策划与管理. 北京: 中国轻工业出版社. 2021
- [2] 曹可强, 刘清早. 体育赛事运作. 北京: 高等教育出版社. 2015

## 十、课程学习建议

1. 跨界融合: 将所学的会展专业知识与体育赛事管理相结合, 思考如何借鉴会展行业的先进理念和技术手段来优化体育赛事运营。
2. 团队合作: 尝试与其他专业的同学组建团队, 模拟策划一场体育赛事, 从而提高团队协作和实际操作能力。
3. 网络资源: 关注体育产业新闻动态、行业报告以及专家学者的讲座视频, 补充课堂知识, 保持对最新发展趋势的敏锐洞察。
4. 实践操作: 争取参与学校或社会上的体育赛事筹备过程, 从实践中深化对赛事管理理论的理解。



# 会展经济与管理专业

## 《奖励旅游策划与组织》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《奖励旅游策划与组织》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	奖励旅游策划与组织 Incentive Travel Planning and Organization		
课程编码	231510623B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展概论、会展服务	修读学期	第七学期
课程类别	专业选修课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 20，实践学时 12）		
执笔人	刘昕	审核人	申磊

## 二、课程简介

奖励旅游是会展旅游中重要的一环，也是会展领域研究热点之一。《奖励旅游策划与组织》从宏观到微观对奖励旅游进行全面介绍，在宏观上阐述奖励旅游的概念、奖励旅游的发展历程，从产业的角度分析奖励旅游的需求和供给；在微观上讲述具体的奖励旅游策划执行、市场营销及组织管理，是聚焦于会展及商务旅游方向的重要专业选修课程。课程结合会展商务旅游相关的企业最新案例，融入大量创新课堂教学活动，旨在完善学生的专业知识结构、培养学生的创新思维能力、提升学生的职业素养、加强学生的行业适应能力，从而达到人才培养的目的。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：理解奖励旅游在经济发展中的重要性，能够从管理、财务和心理角度解释奖励旅游作为企业管理工具的必要性。能够运用企业管理、市场营销和旅游心理学等相关理论或原则，解决奖励旅游组织者运营过程中面临的困难与危机。【毕业要求 4.1】

课程目标 2：能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点，与合作者进行有效的沟通，提出优化的解决方案。【毕业要求 6.1】

课程目标 3：能够以小组为单位分工合作，为企业模拟制定符合企业发展



背景与规划的奖励旅游方案。【毕业要求 7.1】

课程目标 4：了解全球会展业和奖励旅游领域的动态，在服务中尊重不同文化的差异性。【毕业要求 8.2】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性，掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 2	沟通表达	6.1 能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点，与旅游行业及社会公众进行有效的沟通，并理解与包容差异性。
课程目标 3	团队合作	7.1 具有良好的团队合作能力。能够在工作中与同事和谐相处，协作共事，有效的沟通与合作。
课程目标 4	国际视野	8.2 了解全球旅游业及会展业的动态，在服务中尊重不同文化的差异性。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
奖励旅游概述	课程目标 1、4	讲授法；比较式教学法	2
奖励旅游的发展历程	课程目标 1、4	讲授法；讨论教学法	2
奖励旅游的市场需求	课程目标 1、4	讲授法；启发式教学法	2
奖励旅游的供给分析	课程目标 1、4	讲授法；讨论教学法；合作学习教学法	6
奖励旅游的策划	课程目标 2、3、4	讲授法；合作学习教学法；案例教学法；项目教学法	10
奖励旅游的市场营销	课程目标 1、3	案例教学法；讨论教学法	4
奖励旅游的组织管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法；情境教学法	6
合计			32

### （二）课程内容

#### 奖励旅游概述

##### 【学习目标】

- 1.了解奖励旅游的概念；
- 2.了解奖励旅游在会展业的定位及重要性；
- 3.能够理解并解释奖励旅游的企业管理功能；
- 4.能够独立分析总结奖励旅游的特点。

##### 【课程内容】

- 1.奖励旅游的内涵与外延

- 2.奖励旅游在会展业的定位及重要性
- 3.奖励旅游的企业管理功能
- 4.奖励旅游的特点
- 5.奖励旅游、休闲旅游和商务旅游的异同

**【重点、难点】**

- 1.重点：奖励旅游的企业管理功能
- 2.难点：奖励旅游的特点

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解奖励旅游在国际上的几种定义；讲解奖励旅游在会展业的定位及重要性，使学生理解为什么要学习奖励旅游；结合案例讲解奖励旅游的企业管理功能。

2.比较式教学法：从旅游目的、客源特征、目的地偏好、出游时间、线路安排、活动内容、旅游效果、组织理念、组织特征等九个方面，引导学生总结与对比奖励旅游、休闲旅游、商务旅游的异同。

**【学习要求】**

能够基于奖励旅游的定义与特征，分辨奖励旅游与普通旅游的差异。

**【复习与思考】**

- 1.为什么选择旅游而非其他更直观的物资用以奖励员工？
- 2.奖励旅游在会展业的定位是什么？

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《会展旅游》课程

奖励旅游的发展历程

**【学习目标】**

- 1.了解奖励旅游的起源及产生原因；
- 2.了解奖励旅游全球化的契机和发展历程；
- 3.能够对奖励旅游的发展趋势进行合理的分析与推测。

**【课程内容】**

- 1.奖励旅游的起源、产生原因
- 2.奖励旅游的发展现状
- 3.奖励旅游的发展趋势

**【重点、难点】**

- 1.重点：奖励旅游的发展契机和发展现状
- 2.难点：奖励旅游的发展趋势

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解奖励旅游的起源及产生原因；奖励旅游全球化的发展契机和发展现状。

2.讨论教学法：引导学生讨论奖励旅游全球化的发展契机，总结原因并独立分析奖励旅游的发展趋势。

**【学习要求】**

能够基于奖励旅游全球化的发展历程，总结成因并独立分析奖励旅游的发展趋势。

**【复习与思考】**

- 1.为什么奖励旅游在美国产生，而不是其他国家？
- 2.奖励旅游发展的必要条件有哪些？

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《会展旅游》课程

奖励旅游的市场需求

**【学习目标】**

- 1.对奖励旅游的类型建立系统认知；
- 2.了解各国国情下的奖励旅游市场特点；
- 3.了解不同国情下对奖励旅游类型的选择偏好。

**【课程内容】**

- 1.奖励旅游的类型
- 2.奖励旅游市场特点
- 3.不同国家对奖励旅游的类型选择偏好及其原因
- 4.奖励旅游市场趋势

**【重点、难点】**

- 1.重点：奖励旅游的类型
- 2.难点：不同国情背景下对奖励旅游的类型偏好特点

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解奖励旅游的类型；不同国情下奖励旅游市场的特点；各国对奖励旅游类型选择偏好及原因。

2.启发式教学法：引导学生基于各国奖励旅游市场特点，分析总结我国奖励旅游市场特点，并合理探讨我国奖励旅游的发展趋势。

**【学习要求】**

能够基于各国奖励旅游市场特点，分析我国奖励旅游市场特点并展望发展趋势。

**【复习与思考】**

- 1.我国的奖励旅游市场特点是什么？
- 2.制约我国奖励旅游市场发展的因素有哪些？

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《会展旅游》课程

奖励旅游的供给分析

**【学习目标】**

- 1.对奖励旅游产业链形成认知；
- 2.了解奖励旅游目的地政策；
- 3.了解奖励旅游目的地评价维度；
- 4.了解奖励旅游产业链中游企业的分类与职能；
- 5.了解奖励旅游产业链下游供应商的运行规则与合作规范。

**【课程内容】**

- 1.奖励旅游产业链
- 2.奖励旅游目的地政策
- 3.奖励旅游目的地评价维度
- 4.产业链中游企业的分类与职能
- 5.产业链下游供应商的运行规则与合作规范

**【重点、难点】**

- 1.重点：奖励旅游产业链下游供应商的运行规则
- 2.难点：奖励旅游目的地评价维度

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解奖励旅游产业链；奖励旅游目的地政策；奖励旅游目的地评价维度；奖励旅游产业链中游企业的类型与职能；奖励旅游产业链下游供应商的运行规则与合作规范。

2.讨论教学法：以小组为单位，基于奖励旅游目的地评价维度对太原成为奖励旅游目的地的优劣势进行讨论，并生成小组分析报告；

3.合作学习教学法：赋予每位学生一个奖励旅游产业链上的角色，让学生自由选择自己在产业链中的位置，并自行安排工作顺序，模拟合作完成一次奖励旅游组织过程。

**【学习要求】**

能够理解奖励旅游目的地评价维度并利用其评价既定城市；能够理解奖励旅游产业链的运行模式。

**【复习与思考】**

作为山西省省会，太原如何提升自己的奖励旅游目的地竞争力？

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《会展旅游》课程

奖励旅游的策划

**【学习目标】**

- 1.了解策划及奖励旅游策划的基本原则、程序和方法；
- 2.了解奖励旅游活动的准备流程；
- 3.对奖励旅游策划标书的写作框架形成认知，了解奖励旅游活动的执行程序与内容，能够撰写规范的奖励旅游策划书。

**【课程内容】**

- 1.奖励旅游策划的基本原则、程序和方法
- 2.奖励旅游活动的准备流程
- 3.奖励旅游策划标书的框架
- 4.奖励旅游活动的执行程序与内容
- 5.奖励旅游活动创新方法

**【重点、难点】**

- 1.重点：奖励旅游的策划标书写作框架与方法
- 2.难点：奖励旅游活动创新方法

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解奖励旅游策划的基本原则、程序和方法；奖励旅游活动的准备流程；奖励旅游策划标书的框架；奖励旅游活动的执行程序与内容；奖励旅游活动创新方法。

2.案例教学法：以真实的奖励旅游策划案为例，拆解奖励旅游策划要点；

3.合作学习教学法：以小组为单位合作完成一个奖励旅游策划案；

4.项目教学法：以小组为单位，完成从接触企业方到提案竞标的全套奖励旅游策划竞标项目。

**【学习要求】**

能够与他人协作完成奖励旅游的策划与提案。

**【复习与思考】**

1.跳出常规行程，还有什么办法能够让奖励旅游更有创意？

2.跳出模板，还有什么办法能够让奖励旅游提案让人耳目一新？

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《会展旅游》课程

奖励旅游的市场营销

**【学习目标】**

- 1.从活动组织者视角了解奖励旅游市场营销策略；
- 2.能够根据市场特点制定相应的奖励旅游活动宣传方案；
- 3.掌握项目售后与企业关系的维护的原则与方法。

#### 【课程内容】

- 1.活动组织者视角下的奖励旅游市场营销策略
- 2.奖励旅游活动宣传方案策划
- 3.项目售后的原则与方法

#### 【重点、难点】

- 1.重点：奖励旅游活动组织者与企业方关系维护的原则与方法
- 2.难点：活动组织者视角的奖励旅游市场营销策略

#### 【教学方法】

- 1.案例教学法：通过案例切入，了解活动组织者视角下的奖励旅游市场营销方案，分析其策略的侧重点；
- 2.讨论教学法：以小组为单位，讨论奖励旅游活动组织者可以如何维护与企业方的关系。

#### 【学习要求】

对奖励旅游活动组织者的定位及其与企业方的关系形成认知。

#### 【复习与思考】

- 1.奖励旅游市场营销的主体可以是谁？
- 2.奖励旅游活动组织者为什么要与企业方维护关系？

#### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《会展旅游》课程

#### 奖励旅游的组织管理

#### 【学习目标】

- 1.了解我国政府对奖励旅游组织管理的基本方针和标准；
- 2.了解奖励旅游活动前可能出现的客户违约风险和相应解决方案；
- 3.了解奖励旅游活动中面临的出行危机和相应解决方案；
- 4.了解不同目的地的禁忌以及相应的旅游风险管理；
- 5.对奖励旅游危机管理形成系统的认知，并能够结合实际提出相应的对策。

#### 【课程内容】

- 1.我国的奖励旅游组织管理基本方针和标准
- 2.奖励旅游客户违约风险
- 3.奖励旅游活动出行危机
- 4.不同目的地的禁忌和旅游风险管理

## 5.奖励旅游活动的危机管理

### 【重点、难点】

- 1.重点：奖励旅游活动中可能面临的出行危机和对策
- 2.难点：奖励旅游危机管理理论的应用

### 【教学方法】

1.讲授法：讲解我国政府对奖励旅游组织管理的基本方针和标准；奖励旅游活动前可能出现的客户违约风险和对策；奖励旅游活动中可能面临的出行危机和对策；不同目的地的禁忌和旅游风险管理措施；奖励旅游危机管理理论。

2.情境教学法：模拟奖励旅游的活动前、活动中的情境，引导学生将理论结合实际，独立解决危机。

### 【学习要求】

对奖励旅游活动组织中可能面临的风险与危机形成认知，并能够独立处理一般事件。

### 【复习与思考】

- 1.如果在奖励旅游活动过程中遇到了人身安全事件，组织者应基于什么原则处理危机？
- 2.危机管理分为几个阶段？

### 【学习资源】

中国大学 Mooc《会展旅游》课程

## 五、实践教学安排

### （一）实验项目与课程目标的关系

序号	实验项目	实验学时	实验类型	分组要求	开出要求	支撑课程目标
1	奖励旅游的供给分析	2	综合	单人	必做	课程目标 1、4
2	奖励旅游的策划	6	综合	6人一组	必做	课程目标 2、3、4
3	奖励旅游的组织管理	4	综合	2人一组	必做	课程目标 1、2、3、4

注：实验类型：演示/验证/综合/设计；开出要求：必做/选做；分组要求：几人一组。

### （二）实验项目

#### 1.奖励旅游的供给分析

【实验目的】对奖励旅游产业链形成认知，了解奖励旅游产业链的上、中、下游的范畴，掌握奖励旅游产业链的运作逻辑。

【实验原理】奖励旅游产业链

**【主要设备】**自制角色卡

**【内容提要】**学生随机成为奖励旅游产业链上的角色，并选择自己在产业链中的位置，模拟合作完成一次奖励旅游组织过程。

**【实验安排】**学生抽签决定角色，并基于对奖励旅游产业链的认知找到自己的位置（上游、中游、下游），按照奖励旅游产业链的运作逻辑，各角色发起行为，直到一场完整的奖励旅游活动组织完成。

**【教学方法与手段】**合作教学法

**【实验报告要求】**完成奖励旅游产业链运作逻辑图

## 2.奖励旅游的策划

**【实验目的】**了解策划及奖励旅游策划的基本原则、程序和方法；对奖励旅游策划标书的写作框架形成认知，了解奖励旅游活动的执行程序与内容，能够撰写规范的奖励旅游策划竞标书。

**【实验原理】**奖励旅游策划案协作框架与竞标流程

**【主要设备】**电脑、PPT 软件、多媒体

**【内容提要】**以小组为单位合作完成一个奖励旅游策划案，并完成从接触企业方到提案竞标的全套奖励旅游策划竞标项目。

**【实验安排】**

**【教学方法与手段】**合作教学法、项目教学法

**【实验报告要求】**以小组为单位合作模拟完成提案竞标

## 3.奖励旅游的组织管理

**【实验目的】**了解奖励旅游活动前可能出现的客户违约风险和相应解决方案；了解奖励旅游活动中面临的出行危机和相应解决方案；了解不同目的地下的禁忌以及相应的旅游风险管理；对奖励旅游危机管理形成系统的认知，并能够结合实际提出相应的对策。

**【实验原理】**危机管理理论

**【主要设备】**多媒体

**【内容提要】**模拟奖励旅游的活动前、活动中的情境，学生独立解决危机。

**【实验安排】**学生抽签决定分组、事件及角色，组内互相扮演活动组织者与事件游客，模拟活动组织者解决危机的过程。

**【教学方法与手段】**情境教学法

**【实验报告要求】**危机解决心得一份

# 六、考核方式

## （一）考核方式



课程考核方式分为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核包括：课堂表现、平时作业、课堂笔记等，过程性评价主要是根据学生在整个课程中的表现来完成，如学生的到课率、课堂参与的积极主动性、课程作业完成情况、日常学习的记录等。期末考核采用考查方式。

## （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	奖励旅游的内涵与外延；奖励旅游在会展业的定位及重要性；奖励旅游的企业管理功能；奖励旅游的特点；奖励旅游的发展现状；奖励旅游的类型；.奖励旅游产业链；奖励旅游目的地评价维度；产业链中游企业的分类与职能；产业链下游供应商的运行规则与合作规范；活动组织者视角下的奖励旅游市场营销策略；项目售后的原则与方法；我国的奖励旅游组织管理基本方针和标准 25%	课堂讨论、报告展示、实践表现、课堂表现、期末考试等
课程目标 2	奖励旅游策划的基本原则、程序和方法；奖励旅游策划标书的框架；奖励旅游活动创新方法；奖励旅游客户违约风险 25%	报告展示、实践表现、课堂表现、期末考试等
课程目标 3	奖励旅游活动的准备流程；奖励旅游活动宣传方案策划；奖励旅游活动的危机管理 25%	课堂讨论、报告展示、团队合作、实践表现、课堂表现、期末考试等
课程目标 4	奖励旅游的特点；奖励旅游、休闲旅游和商务旅游的异同；奖励旅游的起源、产生原因；奖励旅游的发展趋势；奖励旅游市场特点；不同国家对奖励旅游的类型选择偏好及其原因；奖励旅游市场趋势；奖励旅游目的地政策；奖励旅游活动的执行程序与内容；奖励旅游活动出行危机；不同目的地的禁忌和旅游风险管理 25%	课堂讨论、报告展示、团队合作、实践表现、课堂表现、期末考试等

## 七、成绩评定

### （一）评定方式

#### 1.总成绩评定

总成绩=过程性考核成绩（课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%）×30%+技能成绩×20%+期末考核×50%

#### 2.平时成绩评定

（1）课堂表现：学生主动参与课堂练习、讨论，创造性地提出问题的能力，

学生的到课情况；

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量，平时小测验等进行评价；

(3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

### 3.技能成绩评定

按照实验表现评分，并取平均值。

### 4.期末成绩评定

详见期末试题评分标准。

## (二) 评定标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言。	听课很不认真，不互动也不发言。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写较为整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。
4	技能成绩	认真完成实验，积极参与，表现令人印象深刻。	实验较认真，参与较积极，表现较为突出。	能够按要求完成既定实验内容与报告。	基本完成实验与报告。	几乎不参加实验。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
奖励旅游创意策划：理论与实务	李晓莉	中国旅游出版社	2018.5	否	

## 九、主要参考书目

[1]孙晓霞. 奖励旅游策划与组织. 重庆: 重庆大学出版社. 2015.3

[2]张文敏. 奖励旅游价值提升之道: 价值共创. 天津: 南开大学出版社. 2015.12

[3]李晓莉. 奖励旅游组织市场探究: 以广州为例. 北京: 社会科学文献出版社. 2016.12

## 十、课程学习建议

结合本课程的特点, 给出以下学习建议:

- 1.明确学习目标, 课前做好预习, 带着问题进入课堂, 保证课堂效果;
- 2.在课程内容的学习上, 结合国内外奖励旅游热点问题对基本概念和基础理论进行理解和掌握;
- 3.可以通过提供的相关期刊、书籍文献资料进行查缺补漏, 丰富课程学习内容;
- 4.找寻学习资源, 在学习过程中遇到问题时, 可以利用网络平台学习资源等方式解决问题。





# 会展经济与管理专业

## 《数字会展》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《数字会展》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	数字会展 Digital Exhibition		
课程编码	231510624B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展策划与管理	修读学期	第七学期
课程类别	专业选修课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 20，实践学时 12）		
执笔人	刘昕	审核人	申磊

## 二、课程简介

《数字会展》课程是会展经济与管理专业为适应现代会展行业的数字趋势而开设的一门培养数字技术应用能力的会展复合型专业的专业选修课程。本课程从会展数字化转型、数字会展技术基础到数字会展的策划、设计、运营与管理进行了详细讲解，旨在通过系统的教学、具体的案例与丰富的实践操作，使学生做到理论联系实际，扩大学生的知识面，为今后工作及学习其他专业课程打下基础，培养学生在复杂多变的社会环境中的会展方向就业适应能力，成为会展应用型人才。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：熟练掌握的数字展会涉及的计算机科学技术知识，了解数字会展的概念、特点、发展历程，了解互联网与信息技术、数字交互技术、社交媒体与线上互动等应用场景和技术，建立科学的数字会展技术概念，能够掌握数字会展的策划、设计、运营和管理流程，在复杂的技术环境中灵活应对各种挑战，确保数字会展相关方案的可行性和实用性。【毕业要求 2.2】

课程目标 2：熟悉互联网与信息技术、数字交互技术、社交媒体平台及平台互动技术等知识与技能，具有逻辑思辨和创新意识，能够从案例中发现规律，并创新应用形式与应用场景。【毕业要求 3.1】

课程目标 3：掌握数字会展知识前沿和技术动态，并具备实践和动手能力、批判精神和行业敏感性，能够从模拟项目中发现问题、总结经验、适应趋势并面对会展业发展带来的挑战。【毕业要求 3.2】

课程目标 4：能够运用恰当的现代信息技术工具，包括远程会议、数字文件签署、搜索引擎及排名规则、AI 电子客服、数据管理技术、大数据与云计算、AI 数据收集与处理等技术用于会展服务与管理。【毕业要求 5.1】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	创新能力	3.1 具有逻辑思辨、创新意识和创新实践能力。
课程目标 3	创新能力	3.2 具有批判精神和行业敏感性,能够发现问题，有应对新的市场环境对会展业发展带来挑战的能力。
课程目标 4	信息素养	5.1 能够运用恰当的现代信息技术工具，用于会展服务与管理。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
数字会展概述	课程目标 1、2	讲授法；案例教学法；讨论教学法	2
数字会展技术基础	课程目标 1、2、3	讲授法；案例教学法；情景教学法；讨论教学法	10
数字会展的策划与设计	课程目标 1、2、3、4	讲授法；案例教学法；项目教学法	8
数字会展的运营与管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法；项目教学法	8
数字会展的实际案例与发展趋势	课程目标 1、2、3	案例教学法	4
合计			32

### （二）课程内容

#### 数字会展概述

##### 【学习目标】

- 1.了解数字会展的基本概念、定义和特点；
- 2.了解数字会展与会展数字化的概念区别；
- 3.了解数字会展与传统会展的区别；

- 4.了解数字会展的意义与价值；
- 5.了解数字会展的发展历程与趋势。

**【课程内容】**

- 1.数字会展的基本概念与定义
- 2.数字会展与会展数字化在概念上的区别
- 3.数字会展与传统会展的区别
- 4.数字会展的特点
- 5.数字会展对会展业、企业以及参会者的意义与价值
- 6.数字会展给行业发展、产业经济带来的作用
- 7.数字会展的兴起背景和历史演变
- 8.数字会展在不同阶段的发展特点和趋势

**【重点、难点】**

- 1.重点：数字会展的概念、定义与特点
- 2.难点：数字会展的意义与价值

**【教学方法】**

- 1.讲授法：讲解数字会展的基本概念、定义和特点；数字会展与会展数字化的概念区别；数字会展与传统会展的区别；数字会展的意义与价值。
- 2.案例教学法：通过案例使学生直观地感受数字会展的特点，并分析其与传统会展的区别；基于案例分析数字会展在不同阶段的发展特点和趋势；
- 3.讨论教学法：基于数字会展的特点，组织学生课堂讨论数字会展的意义与价值。

**【学习要求】**

课前须自行在网上查找并体验一个数字会展案例。

**【复习与思考】**

- 1.为什么说发展数字会展是必要的？
- 2.发展数字会展是否意味着要抛弃传统会展？为什么？

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《数字媒体技术概论》课程

数字会展技术基础

**【学习目标】**

- 1.了解互联网与信息技术的应用场景；
- 2.了解数字交互技术的应用场景；
- 3.了解社交媒体与线上互动技术。

**【课程内容】**



- 1.互联网与信息技术的种类
- 2.互联网与信息技术在数字会展中的应用
- 3.数字交互技术的种类
- 4.数字交互技术在数字会展中的应用场景
- 5.社交媒体平台的类型
- 6.社交媒体在数字会展中的营销和互动作用
- 7.社交媒体平台上的互动技术，及其数字会展中的应用

**【重点、难点】**

- 1.重点：数字交互技术的应用
- 2.难点：互联网与信息技术的应用

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解互联网与信息技术、数字交互技术、社交媒体与线上互动技术。

2.案例教学法：通过案例介绍并分析互联网与信息技术在数字会展中的应用，及社交媒体平台互动技术在数字会展中的应用；

3.情景教学法：组织学生体验 VR、AR 和 MR 等数字交互技术；

4.讨论教学法：引导学生讨论并分析 VR、AR 和 MR 在数字会展中的应用场景和效果，及社交媒体在数字会展中的营销和互动作用。

**【学习要求】**

课前须实地参观一个本地知名展会和亲身体会一个线上展会。

**【复习与思考】**

- 1.数字交互技术在数字会展应用中的短板和痛点是什么？未来用以解决短板的技术趋势是什么？
- 2.阐述 VR、AR、MR 的异同。

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《数字媒体技术概论》课程

数字会展的策划与设计

**【学习目标】**

- 1.了解数字会展策划与传统会展策划的异同；
- 2.了解数字会展策划与设计的程序和内容；
- 3.了解数字会展平台搭建的技术支持；
- 4.展品数字化的概念与技术支持。

**【课程内容】**

- 1.数字会展策划与传统会展策划的特点与异同

2.数字会展策划与设计的流程及各阶段内容

3.展品数字化的概念与特点

4.数字会展平台搭建涉及的技术

5.展品数字化设计涉及程序与技术

**【重点、难点】**

1.重点：数字会展策划与设计的程序和内容

2.难点：展品数字化的技术支持

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解数字会展策划与设计的程序和内容；讲解展品数字化的概念；讲解展品数字化涉及的技术。

2.案例教学法：通过案例，引导学生分析数字会展策划与传统会展策划的异同；

3.项目教学法：以小组为单位，模拟数字展会策划阶段的制定方案、内容规划设计、技术选型，到实施阶段的平台搭建、数字内容制作与上传等全过程。

**【学习要求】**

课前须自行查找一件数字展品进行互动，并了解其中涉及的技术。

**【复习与思考】**

1.数字会展的技术选型主要与什么相关？

2.数字会展平台搭建中涉及哪些技术？

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《数字媒体技术概论》课程

数字会展的运营与管理

**【学习目标】**

1.了解数字会展运营与管理涉及的内容与程序；

2.了解数字会展运营与管理涉及的技术支持。

**【课程内容】**

1.数字会展与传统会展的运营与管理的特点与异同

2.数字会展运营涉及的内容与程序

3.数字会展的招展涉及的技术支持

4.数字会展营销推广涉及的技术支持

5.展品数据管理涉及的技术支持

6.数字会展的数据分析与评估涉及的技术支持

**【重点、难点】**

1.重点：数字会展运营与管理的内容与程序

2.难点：数字会展运营与管理的技术支持

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解数字会展与传统会展在运营与管理的优劣势；讲解数字会展运营涉及的内容与程序；讲解数字会展运营涉及的技术支持。

2.项目教学法：以小组为单位，模拟数字会展营销推广的平台选择、营销互动方案策划、搜索排名竞升方案策划、AI 电子客服数字喂养方案等全流程。

**【学习要求】**

课前复习《会展运营与管理》先导课程。

**【复习与思考】**

1.数字会展的运营与管理是否也应迎合数字化趋势？请说明理由。

2.如何利用大数据与云计算帮助数字会展进行展后评估？

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《数字媒体技术概论》课程

数字会展的实际案例与发展趋势

**【学习目标】**

1.了解多元的数字会展的展览形式；

2.了解数字会展的发展趋势。

**【课程内容】**

1.数字会展的展览形式

2.数字会展的发展趋势

**【重点、难点】**

1.重点：数字会展的展览形式

2.难点：数字会展的发展趋势

**【教学方法】**

案例教学法：通过参观和体验数字展会案例，讲解多样的数字会展的展览形式，引导学生讨论、分析并总结数字会展的发展趋势。

**【学习要求】**

能够独立分析并总结数字会展的发展趋势。

**【复习与思考】**

试论数字会展是否意味着展会的虚拟化？

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《数字媒体技术概论》课程

## 五、实践教学安排

### （一）实验项目与课程目标的关系

序号	实验项目	实验学时	实验类型	分组要求	开出要求	支撑课程目标
1	数字会展技术基础	2	综合	单人	必做	课程目标 1、2、3
2	数字会展的策划与设计	4	综合	6-8 人一组	必做	课程目标 1、2、3、4
3	数字会展的运营与管理	4	综合	6-8 人一组	必做	课程目标 1、2、3、4
4	数字会展的实际案例与发展趋势	2	综合	单人	必做	课程目标 1、2、3

注：实验类型：演示/验证/综合/设计；开出要求：必做/选做；分组要求：几人一组。

## （二）实验项目

### 1.数字会展技术基础

【实验目的】了解数字交互技术的应用场景

【实验原理】VR、AR、MR 交互原理

【主要设备】VR 穿戴设备、手机、Vision Pro 穿戴设备

【内容提要】组织学生体验 VR、AR 和 MR 等数字交互技术。

【实验安排】学生体验 VR、AR 和 MR 等数字交互技术后，发言讨论并分析 VR、AR 和 MR 在数字会展中的应用场景和效果，及社交媒体在数字会展中的营销和互动作用。

【教学方法与手段】情景教学法

【实验报告要求】交互技术在数字会展中的应用分析报告一份

### 2.数字会展的策划与设计

【实验目的】掌握开源云展会平台的办展程序与技术

【实验原理】云展览平台的使用方法

【主要设备】电脑、摄影摄像设备、手机、多媒体、任一开源云展会平台

【内容提要】以小组为单位，模拟完成数字展会策划阶段的内容规划与设计、技术选型，再到实施阶段的平台搭建、数字内容制作与上传过程。

【实验安排】学生自行组建 6-8 人的小组，并以团队合作的模式，完成所要求的数字会展策划过程。实践活动共 4 学时，其中前 2 学时实践内容为团队讨论与草案策划，后 2 学时实践内容为成果展示。

【教学方法与手段】项目教学法

【实验报告要求】借助任一开源云展会平台搭建的数字展会，其中包含至少一件可交互的展品。

### 3.数字会展的运营与管理

【实验目的】掌握数字会展营销推广的程序与相关数字技术

【实验原理】数字会展营销推广的程序

【主要设备】电脑、多媒体

【内容提要】以小组为单位，模拟数字会展营销推广的平台选择、营销互动方案策划、搜索排名竞升方案策划、AI 电子客服数字喂养方案等全流程。

【实验安排】学生自行组建 6-8 人的小组，并以团队合作的模式，完成所要求的数字会展营销推广过程。实践活动共 4 学时，其中前 2 学时实践内容为团队讨论与营销方案策划，后 2 学时实践内容为成果展示。

【教学方法与手段】讨论教学法、合作教学法、项目教学法

【实验报告要求】提案 PPT 与提案秀

#### 4. 数字会展的实际案例与发展趋势

【实验目的】了解多样的数字会展的展览形式

【实验原理】数字展会的交互方式

【主要设备】手机、电脑、VR 穿戴设备

【内容提要】通过参观和体验指定数字展会，了解多样的数字会展的展览形式，引导学生讨论、分析并总结数字会展的发展趋势。

【实验安排】抽选三个学生使用电脑与 VR 穿戴设备，其余学生使用用手机参观和体验指定数字展会。

【教学方法与手段】案例教学法

【实验报告要求】数字会展的发展趋势分析报告一份

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核包括：课堂表现、平时作业、课堂笔记等，过程性评价主要是根据学生在整个课程中的表现来完成，如学生的到课率、课堂参与的积极主动性、课程作业完成情况、日常学习的记录等。期末考核采用考查方式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	数字会展的基本概念与定义；数字会展的特点；数字会展的兴起背景和历史演变；互联网与信息技术的种类；数字交互技术的种类；社交媒体平台的类型；社交媒体平台上的互动技术；数字会展策划与传统会展策划的特点；展品数字化的概念与特	报告展示、实践表现、课堂表现、期末考试等

	点；数字会展平台搭建涉及的技术；展品数字化设计涉及程序与技术；数字会展与传统会展的运营与管理的特点；数字会展的展览形式 25%	
课程目标 2	数字会展与传统会展的区别；数字会展与会展数字化在概念上的区别；数字会展对会展业、企业以及参会者的意义与价值；数字会展给行业发展、产业经济带来的作用；数字会展在不同阶段的发展特点和趋势；社交媒体在数字会展中的营销和互动作用；数字交互技术在数字会展中的应用场景；数字会展策划与传统会展策划的异同；数字会展与传统会展的运营与管理的异同 25%	课堂讨论、报告展示、实践表现、课堂表现、期末考试等
课程目标 3	互联网与信息技术在数字会展中的应用；社交媒体平台上的互动技术在数字会展中的应用；数字会展策划与设计各阶段内容；数字会展的招展涉及的技术支持；数字会展营销推广涉及的技术支持；展品数据管理涉及的技术支持；数字会展的数据分析与评估涉及的技术支持；数字会展的发展趋势 25%	课堂讨论、报告展示、团队合作、实践表现、课堂表现、期末考试等
课程目标 4	数字会展策划与设计的流程；数字会展运营涉及的内容与程序 25%	课堂讨论、报告展示、团队合作、实践表现、课堂表现、期末考试等

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1.总成绩评定

总成绩=过程性考核成绩（课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%）×30%+技能成绩×20%+期末考核×50%

#### 2.平时成绩评定

(1) 课堂表现：学生主动参与课堂练习、讨论，创造性地提出问题的能力，学生的到课情况；

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量，平时小测验等进行评价；

(3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3.技能成绩评定

按照实验表现评分，并取平均值。

#### 4.期末成绩评定

详见期末试题评分标准。

### (二) 评定标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言。	听课很不认真，不互动也不发言。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写较为整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。
4	技能成绩	认真完成实验，积极参与，表现令人印象深刻。	实验较认真，参与较积极，表现较为突出。	能够按要求完成既定实验内容与报告。	基本完成实验与报告。	几乎不参加实验。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
会展业的数字化转型：上海实践与思考	胡平	华东师范大学出版社	2023.12	否	

## 九、主要参考书目

[1]陈红京.博物馆藏品数字化管理十讲.上海:上海交通大学出版社.2019.9

[2]赵国栋,易欢欢,徐远重.元宇宙.北京:中译出版社.2021.8

## 十、课程学习建议

结合本课程的特点，给出以下学习建议：

1.明确学习目标，课前做好预习，带着问题进入课堂，保证课堂效果；

2.在课程内容的学习上，结合国内外数字会展热点问题对基本概念和基础理论进行理解和掌握；

3.可以通过提供的相关期刊、书籍文献资料进行查缺补漏，丰富课程学习内容；

4.找寻学习资源，在学习过程中遇到问题时，可以利用网络平台学习资源等方式解决问题。





# 会展经济与管理专业

## 《会展制图》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《会展制图》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	会展制图 Exhibition Drawing		
课程编码	231510625B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	计算机应用基础	修读学期	第七学期
课程类别	专业选修课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 20，实践学时 12）		
执笔人	刘昕	审核人	申磊

## 二、课程简介

《会展制图》是会展经济与管理专业为打造复合型人才而开设的一门技能课程。课程分为会展制图规范、二三维软件技能、制图实践等三个板块，逐次展开，分别就制图标准、图例符号、标注方法等基本规范，平面布局软件 AutoCAD、平面设计软件 Photoshop、三维建模软件 sketchup 等会展制图软件的操作及会展设计图分析、模拟会展制图工作等项目实践等内容详细讲解。该课程具有综合性、实践性的特点，目的是培养会展人才必备的设计才能，以满足会展企业对设计类岗位所需应用型人才的需求。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：掌握室内设计基本原理以及扎实的会展制图专业技能，了解设计制图在会展行业中发挥的重要作用，能够通过各类设计图分析判断会展场馆、场地规划、展会广告、展品上的设计亮点【毕业要求 2.2】

课程目标 2：能够将制图的相关知识迁移运用到会展行业，对会展活动所需室内场地、展示空间、展品等三维空间/物体和展会广告、海报等二维图像进行设计，解决工作实际问题。【毕业要求 5.1】

课程目标 3：通过会展设计案例赏析认识到自主学习和终身学习的重要性，并养成持续学习能力。【毕业要求 9.1】

## (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能,了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	信息素养	5.1 能够运用恰当的现代信息技术工具,用于会展项目管理、组织与运营。
课程目标 3	持续发展	9.1 能认识到自主学习和终身学习的重要性,并养成持续学习能力。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
会展制图概述	课程目标 1	讲授法; 案例教学法	2
AutoCAD 软件页面与基本设置	课程目标 1	讲授法	1
AutoCAD 软件工具栏操作与应用	课程目标 1、2	讲授法	6
AutoCAD 软件的输出与打印	课程目标 1	讲授法	1
Photoshop 软件页面与基本设置	课程目标 1	讲授法	1
Photoshop 软件工具栏操作与应用	课程目标 1、2	讲授法	4
Photoshop 软件图像编辑实务	课程目标 1、2	讲授法	4
Sketchup 软件页面与基本设置	课程目标 1	讲授法	1
Sketchup 软件建模操作应用	课程目标 1、2	讲授法	6
Sketchup 软件材质与光影渲染	课程目标 1、2	讲授法	2
Sketchup 软件输出与打印	课程目标 1	讲授法	1
会展设计案例图解	课程目标 1、2、3	案例教学法	3
合计			32

### (二) 课程内容

#### 会展制图概述

##### 【学习目标】

- 1.了解会展制图的范畴，对课程框架建立认知；
- 2.了解会展制图的标准及规范；
- 3.了解会展规划与设计的基本原理；
- 4.认识 AutoCAD、Photoshop、Sketchup 等软件并了解其对应的功能、适用的领域。

**【课程内容】**

- 1.会展设计图种类及对应制图软件
- 2.各种类下会展设计图的制图标准及规范
- 3.各种类会展设计图的特点及功能
- 4.会展制图课程的框架设置

**【重点、难点】**

- 1.重点：会展制图课程的框架设置
- 2.难点：会展设计图的制图标准及规范

**【教学方法】**

- 1.讲授法：讲解会展设计图种类、及其对应的制图软件；讲解会展设计图的制图标准及规范；讲解课程框架。
- 2.案例教学法：结合案例讲解各种类会展设计图的特点及功能。

**【学习要求】**

能够区分不同种类的会展设计图及对应的制图软件，了解各种类设计图及制图软件的功能。

**【复习与思考】**

- 1.会展制图主要有哪几种，各自的功能是什么？
- 2.AutoCAD 的二维制图与 Photoshop 的二维图像编辑的区别是什么？  
AutoCAD 的三维制图与 Sketchup 的三维建模的区别是什么？

**【学习资源】**

超星尔雅通识教育平台慕课资源《计算机绘图》

AutoCAD 软件页面与基本设置

**【学习目标】**

- 1.了解 AutoCAD 的启动与退出操作；
- 2.了解 AutoCAD 的工作空间认识和基础绘图操作；
- 3.了解图形工程的新建与保存；
- 4.完成 AutoCAD 的光标、捕捉、页面布局等基本设置。

**【课程内容】**

- 1.AutoCAD 的启动与退出操作

- 2.AutoCAD 的工作空间分布
- 3.AutoCAD 的绘图操作逻辑
- 4.AutoCAD 图形工程的新建与保存
- 5.AutoCAD 的光标、捕捉、页面布局等基本设置

**【重点、难点】**

- 1.重点：AutoCAD 的工作空间分布
- 2.难点：AutoCAD 的基础操作逻辑

**【教学方法】**

讲授法：讲解 AutoCAD 的工作空间分布；AutoCAD 的基础操作和绘图操作逻辑、AutoCAD 图形工程的新建与保存、AutoCAD 的基本设置。

**【学习要求】**

能够熟练掌握 AutoCAD 的基础操作。

**【复习与思考】**

- 1.练习 AutoCAD 的基础操作；
- 2.AutoCAD 的经典版与默认版区域分布有哪些异同？

**【学习资源】**

超星尔雅通识教育平台慕课资源《计算机绘图》

AutoCAD 软件工具栏操作与应用

**【学习目标】**

- 1.掌握图形的绘制与修改；
- 2.了解块的概念及应用特点，掌握块的相关操作；
- 3.了解图层的概念及应用特点，掌握图层的相关操作；
- 4.了解参数化的概念及应用特点，掌握在参数化模式下的相关操作；
- 5.掌握图形尺寸的标注及设置。

**【课程内容】**

- 1.直线、多段线、圆形、矩形、多边形等图形的绘制与修改
- 2.块的概念、应用特点，及块定义、新建、修改、插入等操作
- 3.图层的概念、应用特点，及图层的设置、新建、删除等操作
- 4.参数化模式下的图形约束，及该模式下的图形操作
- 5.图形尺寸的标注及标注设置

**【重点、难点】**

- 1.重点：图形的绘制与修改
- 2.难点：参数化的概念、应用特点及图形约束操作

**【教学方法】**

讲授法：讲解图形的绘制与修改；块的概念及操作；图层的概念及操作；参数化的概念及操作；图形标注及标注设置。

**【学习要求】**

熟练掌握图形的绘制与修改。

**【复习与思考】**

- 1.练习并独立绘制老师展示的特定图形；
- 2.同一个图形的多种绘制路径。

**【学习资源】**

超星尔雅通识教育平台慕课资源《计算机绘图》

AutoCAD 软件的输出与打印

**【学习目标】**

- 1.了解模型空间、布局空间、视图的概念及特点；
- 2.了解模型空间和布局空间的切换方法及布局管理；
- 3.掌握视口创建和编辑的方法；
- 4.了解图形文件的输出及样式的保存；
- 5.掌握样式打印设置、预览及打印的方法。

**【课程内容】**

- 1.模型空间、布局空间、视图的概念及特点
- 2.模型空间和布局空间的切换方法及布局管理
- 3.视口创建和编辑的方法
- 4.图形文件的输出及样式的保存
- 5.样式打印设置、预览及打印的方法

**【重点、难点】**

- 1.重点：样式打印设置、预览及打印的方法
- 2.难点：视口创建和编辑的方法

**【教学方法】**

讲授法：讲解模型空间、布局空间、视图的概念及特点；模型空间和布局空间的切换方法及布局管理；视口创建和编辑的方法；图形文件的输出及样式的保存；样式打印设置、预览及打印的方法。

**【学习要求】**

能够独立打印指定范围的图形。

**【复习与思考】**

怎么在不调整图形本身颜色的情况下局部调整一类图形的打印色彩？

**【学习资源】**

超星尔雅通识教育平台慕课资源《计算机绘图》

### Photoshop 软件页面与基本设置

#### 【学习目标】

- 1.了解 Photoshop 软件的操作面板；
- 2.掌握新建、保存工程的方法；
- 3.了解 Photoshop 软件的单位与格式标准；
- 4.理解不同色彩模式的显示原理；
- 5.了解分辨率的概念及平面设计标准；
- 6.完成常用工具与面板的基本设置。

#### 【课程内容】

- 1.Photoshop 软件的操作面板
- 2.Photoshop 软件新建、保存工程的方法
- 3.Photoshop 软件的单位与格式标准
- 4.RGB 及 CMYK 色彩模式的显示原理
- 5.分辨率的概念
- 6.数字图片、不同尺寸打印物的设置标准
- 7.常用工具栏与常用面板等基本设置

#### 【重点、难点】

- 1.重点：新建、保存工程的方法
- 2.难点：RGB 及 CMYK 色彩模式的显示原理

#### 【教学方法】

讲授法：讲解 Photoshop 软件的操作面板；新建、保存工程的方法；Photoshop 软件的单位与格式标准；RGB 及 CMYK 色彩模式的显示原理；分辨率的概念；数字图片、不同尺寸打印物的设置标准；常用工具栏与常用面板等基本设置。

#### 【学习要求】

能够独立新建、保存图形工程。

#### 【复习与思考】

- 1.为什么 CMYK 模式下的色彩比 RGB 模式下的色彩要暗？
- 2.矢量制图软件与位图制图软件的区别是什么？

#### 【学习资源】

中国大学 Mooc《Photoshop 设计精讲精练》课程

### Photoshop 软件工具栏操作与应用

#### 【学习目标】

- 1.了解 Photoshop 图层的基本逻辑；

- 2.掌握 Photoshop 抠图操作；
- 3.掌握 Photoshop 污点修复工作；
- 4.了解 Photoshop 蒙板的基本逻辑；
- 5.掌握 Photoshop 绘图与文字工具；
- 6.掌握 Photoshop 色彩通道的基本逻辑；
- 7.掌握 Photoshop 图像调整与滤镜应用。

#### 【课程内容】

- 1.Photoshop 软件的图层概念、原理及应用特点
- 2.Photoshop 软件的图层的操作
- 3.Photoshop 软件的选区概念及应用特点
- 4.Photoshop 软件选区工具操作
- 5.Photoshop 软件的污点修复与内容识别填充的概念及原理
- 6.Photoshop 软件污点修复与去水印操作
- 7.Photoshop 软件蒙版的概念、原理与特点
- 8.Photoshop 软件的蒙版操作
- 9.Photoshop 软件的绘图与文字排版工具的操作
- 10.Photoshop 软件文字栅格化的概念与特点
- 11.Photoshop 软件色彩通道的概念、原理特点及应用范围
- 12.Photoshop 软件的图像调整工具和滤镜的概念、特点
- 13.Photoshop 软件画布及其尺寸的概念
- 14.Photoshop 软件裁剪套件组的操作
- 15.Photoshop 软件液化套件组的操作

#### 【重点、难点】

- 1.重点：Photoshop 抠图操作
- 2.难点：Photoshop 蒙板的基本逻辑及应用

#### 【教学方法】

讲授法：讲解 Photoshop 图层的基本逻辑、蒙板的基本逻辑、色彩通道的基本逻辑；示范 Photoshop 抠图操作，污点修复操作，绘图与文字工具操作，图像调整与滤镜应用。

#### 【学习要求】

能够独立按要求完成去水印、抠图、加滤镜等操作。

#### 【复习与思考】

- 1.如何利用蒙板进行抠图？如何操作？
- 2.能否利用色彩通道进行复杂抠图？如何操作？



### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《Photoshop 设计精讲精练》课程

#### Photoshop 软件图像编辑实务

### 【学习目标】

- 1.能够综合应用选区工具、调整边缘工具、蒙板及色彩通道进行抠图；
- 2.能够综合应用绘图与文字工具、图像调整及滤镜进行海报的设计与制作。

### 【课程内容】

- 1.Photoshop 软件的抠图
- 2.Photoshop 软件的海报设计与制作

### 【重点、难点】

- 1.重点：设计与制作海报
- 2.难点：综合抠图

### 【教学方法】

讲授法：示范综合应用选区工具、调整边缘工具、蒙板、色彩通道进行抠图；示范综合应用绘图与文字工具、图像调整工具、滤镜对图片进行编辑并重新设计、排版、制作海报。

### 【学习要求】

能够独立设计并制作海报。

### 【复习与思考】

- 1.如何利用图层制作立体效果的海报？
- 2.对于对比较大的图像，除了直接选区还有什么办法可以提高抠图效率？

### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《Photoshop 设计精讲精练》课程

#### Sketchup 软件页面与基本设置

### 【学习目标】

- 1.了解 Sketchup 软件的基本界面布局，包括菜单栏、工具栏、绘图区、状态栏等各个部分的功能和作用；
- 2.熟悉并掌握 Sketchup 软件的基本操作，如文件的打开、保存、新建等基本命令，以及视图缩放、旋转、平移等视图操作技巧；
- 3.了解 Sketchup 软件的基本设置选项，如系统偏好设置、单位设置、模板设置等，并进行个性化调整。

### 【课程内容】

- 1.Sketchup 软件菜单栏功能的特点与操作
- 2.Sketchup 软件绘图区功能的特点与操作

- 3.Sketchup 软件状态栏的特点
- 4.Sketchup 软件视图模式的特点与操作
- 5.Sketchup 软件工具栏、菜单栏和绘图区的布局和样式设置
- 6.Sketchup 软件的语言、单位、文件关联等设置
- 7.Sketchup 软件单位设置
- 8.Sketchup 软件模板的概念、作用和操作
- 9.Sketchup 软件模型的背景颜色和天空效果的设置
- 10.Sketchup 软件图层管理的概念与操作

**【重点、难点】**

- 1.重点：界面布局与功能理解
- 2.难点：图层管理

**【教学方法】**

讲授法：讲解界面布局、视图操作、自定义界面；介绍与示范系统偏好设置、单位设置、模板设置、视图模式设置、背景与填充设置、图层管理、边线效果设置。

**【学习要求】**

能够完成课程内容的操作。

**【复习与思考】**

- 1.Sketchup 与 AutoCAD 的三维制图有什么不同？
- 2.如何理解二维与三维制图的差异？

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《SketchUp 草图大师》课程

**Sketchup 软件建模操作应用**

**【学习目标】**

- 1.掌握工具栏中的绘图工具，如直线工具、矩形工具、圆形工具等，能够绘制基本的几何形状；
- 2.了解工具栏中各种建模工具的使用方法和技巧，如拉伸、移动、旋转、推拉等；
- 3.了解并练习工具栏中常用工具的快捷键，通过快捷键操作来提高建模效率；
- 4.掌握工具栏中不同工具的组合使用方法，如结合使用绘图工具和编辑工具来创建复杂的模型；
- 5.掌握良好的操作习惯，如保持界面整洁、命名规范等，以提高工作效率和模型质量。

### 【课程内容】

- 1.Sketchup 软件绘图工具的操作
- 2.Sketchup 软件编辑工具的操作
- 3.Sketchup 软件辅助工具的操作
- 4.Sketchup 软件组件和群组的概念及操作
- 5.Sketchup 软件地形建模的技巧和操作

### 【重点、难点】

- 1.重点：绘图、编辑、辅助等基础工具的掌握
- 2.难点：地形建模的技巧和方法

### 【教学方法】

讲授法：讲解绘图工具、编辑工具、辅助工具；示范组建与群组的创建与编辑、地形建模、插件与扩展程序功能。

### 【学习要求】

能够利用快捷键操作 sketchup 软件。

### 【复习与思考】

- 1.为什么要熟练掌握快捷键操作方法？
- 2.如何通过坐标快速定位模型？

### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《SketchUp 草图大师》课程

### Sketchup 软件材质与光影渲染

### 【学习目标】

- 1.了解材质面板中的各个选项和参数的含义，掌握如何打开和关闭材质面板；
- 2.掌握如何为模型添加材质，包括选择材质、调整材质属性（如颜色、纹理、透明度等）以及应用材质到模型上；
- 3.掌握材质的编辑技巧，如调整材质的颜色、亮度、对比度等，以及使用纹理贴图来增强材质的真实感；
- 4.了解 Sketchup 的材质库功能，掌握浏览、搜索和下载材质库中材质的方法；
- 5.掌握材质库的管理方法，包括创建材质库、添加自定义材质以及组织材质库中的材质；
- 6.了解光影在三维设计中的重要性，理解光照方向和强度对模型阴影、色彩和纹理表现的影响；
- 7.掌握如何通过调整光源参数（如位置、颜色、强度等）来改变模型的光

影效果；

8.掌握 Sketchup 中光源的创建和设置方法，包括平行光、点光源、聚光灯等不同类型的来源；

9.了解如何根据设计需求调整光源参数，以达到理想的光影效果；

光影渲染技巧：

10.了解如何使用 Sketchup 内置的渲染工具进行初步的光影渲染，了解渲染参数的设置和调整方法；

11.掌握一些光影渲染的高级技巧，如使用 HDRI 环境贴图来模拟真实的光照环境，以及通过后处理来增强渲染效果。

#### 【课程内容】

- 1.Sketchup 软件的材质面板应用操作
- 2.Sketchup 软件材质库的概念与管理操作
- 3.Sketchup 软件的光源的类型和创建
- 4.Sketchup 软件的光源应用技巧
- 5.Sketchup 软件内置渲染工具及其操作
- 6.Sketchup 软件外部渲染软件
- 7.Sketchup 软件的后期处理技巧

#### 【重点、难点】

- 1.重点：材质库的管理
- 2.难点：光影效果的复杂模拟

#### 【教学方法】

讲授法：讲解材质面板的基础操作；材质库的使用与管理；高级材质编辑；光源设置与调整；光影效果模拟；渲染技巧与输出；介绍常用插件与扩展工具。

#### 【学习要求】

能够将指定模型渲染成真实照片。

#### 【复习与思考】

- 1.光照和阴影效果设置需要考虑哪些因素？
- 2.如何创建具有特殊效果的材质，如玻璃、金属、水等？

#### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《SketchUp 草图大师》课程

#### Sketchup 软件输出与打印

#### 【学习目标】

1.了解 Sketchup 软件的基本输出格式，并理解每种格式的适用场景和优缺点；

- 2.掌握从 Sketchup 中导出模型或图纸的基本步骤;
- 3.掌握通过优化 Sketchup 中的模型和材质的方式,以提高输出文件的视觉质量;
- 4.了解并掌握 Sketchup 中的输出设置选项,以确保输出文件符合打印或展示的需求;
- 5.了解如何利用 Sketchup 的扩展库中的专业插件来提高输出文件的精度和质量;
- 6.掌握模型或图纸导入到 Layout (Sketchup 的配套打印工具) 中的方法,并进行打印设置;
- 7.掌握会展行业对于输出与打印的标准和要求。

#### 【课程内容】

- 1.Sketchup 软件的基本输出格式和应用技巧
- 2.Sketchup 模型或图纸的导出操作
- 3.Sketchup 软件打印设置操作
- 4.Sketchup 软件专业插件操作
- 5.会展行业对于 Sketchup 软件等输出与打印的标准和要求

#### 【重点、难点】

- 1.重点: Sketchup 软件的基本输出格式
- 2.难点: 会展行业对于输出与打印的标准和要求

#### 【教学方法】

讲授法: 讲解 Sketchup 软件的基本输出格式与参数、导出流程、优化模型材质以控制输出质量、调整输出设置、输出文件专业插件、会展行业的输出与打印标准和规范。

#### 【学习要求】

能够按要求打印模型。

#### 【复习与思考】

特殊材质(如金属、水波纹)在不同的色彩模式下打印的主要差异是什么?

#### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《SketchUp 草图大师》课程

会展设计案例图解

#### 【学习目标】

- 1.通过案例 CAD 图样,了解如何从空间平面图中提取相关信息;
- 2.通过案例 Photosho 图样,了解如何从平面设计图中提取相关信息;
- 3.通过案例 Sketchup 图样,了解如何从空间模型图中提取相关信息。

### 【课程内容】

1. 会展空间平面图绘制标准、绘制方式
2. 会展平面广告设计图中的绘制创意方式
3. 会展平面广告设计图中的信息传达技巧
4. 会展空间建模工程中三维空间布局的规律与技巧
5. 会展空间建模工程中空间尺寸与比例的常规标准

### 【重点、难点】

1. 重点：CAD、PS、SU 各类软件操作技巧的实际应用
2. 难点：CAD、PS、SU 各类软件下的创意表达

### 【教学方法】

案例教学法：分别展示 CAD 会展空间平面图、PS 会展平面广告设计图、SU 会展空间建模工程，以展示各软件环境下的实际操作应用与绘制规范。

### 【学习要求】

选取一个案例并分析其中一个软件操作创意技巧。

### 【复习与思考】

1. 学习会展制图软件是学习技术还是审美？为什么？
2. 制约制图软件水平的短板是什么？

### 【学习资源】

Pinterest 应用

## 五、实践教学安排

### （一）实验项目与课程目标的关系

序号	实验项目	实验学时	实验类型	分组要求	开出要求	支撑课程目标
1	AutoCAD 软件工具栏操作与应用	4	综合	单人	必做	课程目标 1、2
2	Photoshop 软件工具栏操作与应用	1	综合	单人	必做	课程目标 1、2
3	Photoshop 软件图像编辑实务	3	综合	单人	必做	课程目标 1、2
4	Sketchup 软件建模操作应用	4	综合	单人	必做	课程目标 1、2

注：实验类型：演示/验证/综合/设计；开出要求：必做/选做；分组要求：几人一组。

### （二）实验项目

## 1.AutoCAD 软件工具栏操作与应用

### 【实验目的】

- 1.掌握图形的绘制与修改；
- 2.掌握块的相关操作；
- 3.掌握图层的相关操作；
- 4.掌握在参数化模式下的相关操作；
- 5.掌握图形尺寸的标注及设置。

### 【实验原理】 AutoCAD 的基本操作

【主要设备】 电脑； AutoCAD 2021 软件、多媒体

【内容提要】 学生在各自电脑的 AutoCAD 软件上进行图形的绘制与修改、块的概念及操作、图层的概念及操作、参数化的概念及操作、图形标注及标注设置。

【实验安排】 教师示范图形的绘制与修改、块的概念及操作、图层的概念及操作、参数化的概念及操作、图形标注及标注设置等操作，学生重复操作。

【教学方法与手段】 讲授法

【实验报告要求】 独立绘制老师展示的特定图形，并生成 DWG 文件，以“学号+姓名”的方式命名文件并发送至教师的企业微信。

## 2.Photoshop 软件工具栏操作与应用

### 【实验目的】

- 1.掌握 Photoshop 图层的基本操作；
- 2.掌握 Photoshop 选区及调整边缘操作；
- 3.掌握 Photoshop 污点修复操作；
- 4.理解 Photoshop 蒙板的基本逻辑；
- 5.掌握 Photoshop 绘图与文字工具；
- 6.理解 Photoshop 色彩通道的基本逻辑；
- 7.掌握 Photoshop 图像调整与滤镜应用。

【实验原理】 Photoshop 的基本操作

【主要设备】 电脑、Photoshop 2020 软件、多媒体

【内容提要】 学生在各自电脑的 Photoshop 软件上练习 Photoshop 图层的基本操作、蒙板的基本操作、色彩通道的基本操作、选区及调整边缘操作、污点修复操作、绘图与文字工具操作、图像调整与滤镜应用。

【实验安排】 教师示范 Photoshop 图层、蒙板、色彩通道、选区及调整边缘，污点修复，绘图与文字工具，图像调整与滤镜应用等基本操作，学生重复操作。

**【教学方法与手段】** 讲授法

**【实验报告要求】** 按老师要求编辑图片素材，并生成 JPG 图片文件和 PSD 工程文件，以“学号+姓名”的方式分别命名文件并发送至教师的企业微信。

### 3. Photoshop 软件图像编辑实务

**【实验目的】**

- 1.能够综合应用选区工具、调整边缘工具、蒙板及色彩通道进行抠图；
- 2.能够综合应用绘图与文字工具、图像调整及滤镜进行海报的设计与制作。

**【实验原理】** 选区及调整边缘工具；蒙板的基本原理；色彩通道的基本原理。

**【主要设备】** 电脑、Photoshop 2020 软件、多媒体

**【内容提要】** 学生在各自电脑的 Photoshop 软件上运用选区、调整边缘、蒙板及色彩通道等工具或功能，对教师提供的图片素材进行编辑，生成图案素材并设计海报。

**【实验安排】** 教师示范综合应用选区工具、调整边缘工具、蒙板、色彩通道，进行抠图；示范综合应用绘图与文字工具、图像调整工具、滤镜对图片进行编辑并重新设计、排版、制作海报。学生依照示范，对教师提供的图片素材进行编辑，生成图案素材并设计海报。

**【教学方法与手段】** 讲授法

**【实验报告要求】** 抠图生成 png 图片文件和 PSD 工程文件，学生设计的海报生成 jpg 图片文件和 PSD 工程文件，均以“学号+姓名”的方式分别命名文件并发送至教师的企业微信。

### 4. Sketchup 软件建模操作应用

**【实验目的】**

1.掌握工具栏中的绘图工具，如直线工具、矩形工具、圆形工具等，能够绘制基本的几何形状；

2.了解工具栏中各种建模工具的使用方法和技巧，如拉伸、移动、旋转、推拉等；

3.了解并练习工具栏中常用工具的快捷键，通过快捷键操作来提高建模效率；

4.掌握工具栏中不同工具的组合使用方法，如结合使用绘图工具和编辑工具来创建复杂的模型；

5.掌握良好的操作习惯，如保持界面整洁、命名规范等，以提高工作效率和模型质量。

**【实验原理】** Sketchup 的基本操作



【主要设备】电脑、Sketchup 软件、多媒体

【内容提要】学生在各自电脑的 Sketchup 软件上练习绘图工具、编辑工具、辅助工具、组建与群组的创建与编辑、地形建模、插件与扩展程序功能等操作。

【实验安排】教师示范绘图工具、编辑工具、辅助工具、组建与群组的创建与编辑、地形建模、插件与扩展程序功能等操作，学生重复操作。

【教学方法与手段】讲授法

【实验报告要求】独立绘制老师展示的特定物品模型，并生成 SKP 文件，以“学号+姓名”的方式命名文件并发送至教师的企业微信。

## 六、考核方式

### (一) 考核方式

课程考核方式分为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核包括：课堂表现、平时作业、课堂笔记等，过程性评价主要是根据学生在整个课程中的表现来完成，如学生的到课率、课堂参与的积极主动性、课程作业完成情况、日常学习的记录等。期末考核采用考查方式。

### (二) 考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例 (%)	考核方式
课程目标 1	会展设计图的种类及对应制图软件；各种类下会展设计图的制图标准及规范；各种类会展设计图的特点及功能；AutoCAD的启动与退出、工作空间分布、绘图操作逻辑、图形工程的新建与保存、基本设置、块、图层、参数化模式、模型空间、视图、视口、图形文件的输出、样式打印的概念、特点与方法；Photoshop软件的操作面板；Photoshop软件新建、保存工程的方法；Photoshop软件的单位与格式标准；RGB及CMYK色彩模式的显示原理；分辨率的概念；打印物的设置标准；Photoshop软件常用工具栏与常用面板等基本设置；Photoshop软件的图层、选区、污点修复、内容识别填充、文字栅格化、色彩通道、图像调整工具和滤镜、画布及尺寸的概念与特点；Sketchup软件菜单栏、绘图区、状态栏、视图模式、语言、单位、文件关联、模板、模型、图层管理、组件和群组、材质库管理的功能特点与设置；Sketchup软件的光源类型；Sketchup软件的基本输出格式模型或图纸	报告展示、实践表现、课堂表现、期末考试等

	的导出、打印设置、专业插件等概念与功能特点;会展行业对于Sketchup软件等输出与打印的标准和要求;会展空间平面图绘制标准;会展空间建模工程中三维空间布局的规律与技巧、会展空间建模工程中空间尺寸与比例的常规标准 20%	
课程目标 2	AutoCAD图形的绘制与修改、块、图层、参数化模式、图形标注等操作; 2.Photoshop软件的图层、选区、污点修复与去水印、蒙版、绘图与文字排版工具、图像调整工具和滤镜、裁剪套件组、液化套件组等操作; Photoshop软件的抠图、海报设计与制作等创新应用; Sketchup软件绘图工具、编辑工具、辅助工具、组件和群组、地形建模、材质面板、材质库管理、光源应用、内置渲染工具、外部渲染软件、后期处理的技巧与操作; 会展空间平面图标准绘图方式 60%	报告展示、实践表现、课堂表现、期末考试等
课程目标 3	会展平面广告设计图中的绘制创意方式、信息传达技巧 20%	报告展示、实践表现、课堂表现、期末考试等

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1.总成绩评定

总成绩=过程性考核成绩(课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%)×30%+技能成绩×20%+期末考核×50%

#### 2.平时成绩评定

(1) 课堂表现: 学生主动参与课堂练习、讨论, 创造性地提出问题的能力, 学生的到课情况;

(2) 平时作业: 根据学生平时作业提交次数及完成质量, 平时小测验等进行评价;

(3) 读书笔记: 根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3.技能成绩评定

按照实验表现评分, 并取平均值。

#### 4.期末成绩评定

详见期末试题评分标准。

### (二) 评定标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课, 积极互动, 主动讨论, 发言积极。	上课较认真, 互动较积极, 发言次数较多。	上课能作一点笔记, 互动有一定自主性, 能够发言。	上课不太认真, 有互动但不多, 很少发言。	听课很不认真, 不互动也不发言。
2	平时作业	作业内容完整, 独立或合作完成全部作业要求。书写端正, 对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整, 独立或合作完成作业要求。书写端正, 但对问题分析较全面。	作业内容完整, 独立或全部完成作业要求, 书写端正, 没有对问题进行分析。	作业内容完整, 独立或合作内容完整且条理, 书写整齐, 自主学习意识强。较凌乱, 没有对问题进行分析。	作业内容不完整, 没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理, 书写整齐, 自主学习意识强。	内容完整且条理, 书写较为整齐, 有自主学习意识。	内容较为完整条理, 书写较为整齐, 自主学习意识一般。	内容相对完整, 书写一般, 比较缺乏自主学习意识。	内容无序, 书写凌乱, 无自主学习意识。
4	技能成绩	认真完成实验, 积极参与, 表现令人印象深刻。	实验较认真, 参与较积极, 表现较为突出。	能够按要求完成既定实验内容与报告。	基本完成实验与报告。	几乎不参加实验。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
/	/	/	/	/	/

## 九、主要参考书目

[1] 缪丁丁, 陈城. AutoCAD 室内设计从入门到精通. 北京: 化学工业出版社. 2020

[2] 安德鲁·福克纳, 康拉德·查韦斯. Adobe Photoshop 2020 经典教程. 北京: 人民邮电出版社. 2021

[3] 孙哲, 潘鹏. SketchUp 曲面建模思路与技巧. 北京: 清华大学出版社: 2023

## 十、课程学习建议

结合本课程的特点, 给出以下学习建议:

1. 明确学习目标, 课前做好预习, 带着问题进入课堂, 保证课堂效果;
2. 在课程内容的学习上, 结合国内外会展制图热点问题对基本概念和基础理论进行理解和掌握;

3.可以通过提供的相关期刊、书籍文献资料进行查缺补漏，丰富课程学习内容；

4.找寻学习资源，在学习过程中遇到问题时，可以利用网络平台学习资源等方式解决问题。



# 会展经济与管理专业

## 《城市会展业发展前沿》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《城市会展业发展前沿》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	城市会展业发展前沿 City Exhibition Industry Development Frontier		
课程编码	231510626B	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展概论	修读学期	第七学期
课程类别	专业选修课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 20，实践学时 12）		
执笔人	陈晓萌	审核人	申磊

## 二、课程简介

《城市会展业发展前沿》是会展经济与管理专业的一门专业选修课程。中国会展业的国际化是发展的必然趋势，其中，城市是最好的纽带和关照维度。本课程的理论研究部分从城市与会展业发展的关系出发，探讨城市会展业发展的相关基础问题，案例研究部分则从不同领域详细介绍了相关城市的成功经验。

通过本课程的教学，使学生较为全面、系统地理解和掌握国际城市会展业发展基本理论和基本内容，熟悉国际城市会展业发展状况，把握国际城市会展业发展动态，为学习其它专业课程打下坚实的基础。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

课程目标 1：理解和掌握国际会展城市会展业发展的基础知识和基本理论，了解国际会展城市会展业发展趋势和动态。【毕业要求 2.2】

课程目标 2：具有创新意识和创新实践能力，能够积极应对新的国际、国内市场环境对会展业带来的挑战。【毕业要求 3.2】

课程目标 3：能够通过对会展市场的考察，及时了解国际、国内会展产业前沿发展动态，掌握会展市场中制度、经济、社会文化及技术进展趋势，熟悉不同国际城市会展发展新模式、新动态、新趋势。【毕业要求 8.2】

### （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	2 学科知识	2.2 掌握专业知识和技能,了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	3 创新能力	3.2 具有批判精神和行业敏感性,能够发现问题,有应对新的市场环境对会展业发展带来挑战的能力。
课程目标 3	8 国际视野	8.2 了解全球旅游业及会展业的动态,在服务中尊重不同文化的差异性。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
理论研究	课程目标 1	课堂讲授 案例研究 任务驱动	8
会议与奖励旅游城市	课程目标 1、2、3	课堂讲授 案例研究 任务驱动	8
展览城市	课程目标 1、2、3	课堂讲授 案例研究 任务驱动	8
节庆城市	课程目标 1、2、3	课堂讲授 案例研究 任务驱动	8
合计			32

### (二) 课程内容

#### 理论研究

##### 【学习目标】

1. 了解美国、德国会议业的发展经验和教训,总结其对我国会展业发展的启示;

2. 理解会展业发展与城市发展的互动关系;
3. 总结城市会展综合体建设的国际经验;
4. 调查并归纳节事活动对城市发展的影响。

##### 【课程内容】

1. 会展业发展与城市发展的互动关系;
2. 中美会展产业发展系统比较研究;
3. 美国和德国会议业发展的经验及启示;
4. 节事活动对城市发展的影响;
5. 大型节事活动与欧洲城市更新;

6. 城市会展综合体建设的国际经验。

**【重点、难点】**

1. 重点：会展业发展与城市发展的互动关系；
2. 难点：节事活动对城市发展的影响。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

**【学习要求】**

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

**【复习与思考】**

1. 德国会议业发展的经验及启示有哪些？
2. 城市会展综合体建设的国际经验有什么值得中国借鉴？

**【学习资源】**

《2021 年中国城市会展业竞争力指数报告》  
《2022 年中国城市会展业竞争力指数报告》  
《2023 年中国城市会展业竞争力指数报告》  
会议与奖励旅游城市

**【学习目标】**

1. 了解每个城市的会议与奖励旅游行业基础数据；
2. 调查并归纳各城市会议业主要项目情况；
3. 熟悉各城市会议业管理体制、整体营销、公共服务及人才培养模式。

**【课程内容】**

1. 维也纳
2. 巴黎
3. 巴塞罗那
4. 柏林
5. 新加坡
6. 阿姆斯特丹
7. 香港

**【重点、难点】**



1. 重点：各城市会议业管理体制、整体营销；
2. 难点：各城市会议业管理体制。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

**【学习要求】**

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

**【复习与思考】**

1. 新加坡会展业的管理体制。
2. 请搜集香港会议业的最新项目数据。

**【学习资源】**

《2021 年中国城市会展业竞争力指数报告》

《2022 年中国城市会展业竞争力指数报告》

《2023 年中国城市会展业竞争力指数报告》

展览城市

**【学习目标】**

1. 了解每个城市的展览行业基础数据；
2. 调查并归纳各城市展览业主要项目情况；
3. 熟悉各城市展览业管理体制、整体营销、公共服务及人才培养模式。

**【课程内容】**

1. 汉诺威
2. 法兰克福
3. 慕尼黑
4. 米兰
5. 巴黎
6. 奥兰多
7. 拉斯维加斯

**【重点、难点】**

1. 重点：各城市展览业管理体制、整体营销；
2. 难点：各城市展览业管理体制。

### 【教学方法】

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

### 【复习与思考】

1. 汉诺威展览业的管理体制、品牌展览项目。
2. 请搜集法兰克福、慕尼黑展览业的最新项目数据。

### 【学习资源】

- 《2021 年中国城市会展业竞争力指数报告》
- 《2022 年中国城市会展业竞争力指数报告》
- 《2023 年中国城市会展业竞争力指数报告》

### 节庆城市

### 【学习目标】

1. 了解每个城市的节庆行业基础数据；
2. 调查并归纳各城市节庆活动项目数据、发展情况；
3. 掌握各城市会展业管理体制、整体营销、公共服务及人才培养模式。

### 【课程内容】

1. 伦敦
2. 爱丁堡
3. 鹿特丹
4. 悉尼
5. 迪拜

### 【重点、难点】

1. 重点：各城市会展业管理体制、整体营销；
2. 难点：各城市会展业管理体制。

### 【教学方法】

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

### 【复习与思考】

1. 搜集伦敦的节庆活动数据。
2. 节庆活动对城市发展的促进作用。

### 【学习资源】

《2021 年中国城市会展业竞争力指数报告》  
《2022 年中国城市会展业竞争力指数报告》  
《2023 年中国城市会展业竞争力指数报告》

## 五、实践教学安排

1. 实践学时：12
2. 通过资料检索或实地调研，完成一份城市会展业调研报告，课堂 20 分钟汇报展示、完成答辩，并由教师点评、学生复盘，对调研报告进行进一步的修改完善，以巩固课程学习内容、提升学生实践运用能力。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核包括：课堂表现、平时作业（含小组展示汇报）、读书笔记等。

期末考核采用考查，即开卷答题的形式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1：熟悉城市会展业发展前沿理论、专业知识，了解学科前沿和行业发展动态。	国际会展前沿理论和行业发展趋势，品牌会展国家、会展城市、会展公司、会展活动发展的新模式、新路径 (60%)	课堂提问或讨论、平时作业、小组调研报告汇报、期末考试
课程目标 2：能够结合中国会展业发展需求，博采众长，为行业贡献高质量的解决方案，具备用于应对挑战、创新	品牌会展国家、会展城市、会展公司、会展活动发展的新模式、新路径与中国会展业发展对标，启示、经验和教训，中国会展业发展特色路径的探索 (20%)	课堂提问或讨论、平时作业、小组调研报告汇报、期末考试

实践的能力。		
课程目标 3: 具备开放思维和国际视野, 准确洞察全球会展业发展格局, 兼容并蓄。	中国会展业与全球会展业的竞合关系 (20%)	课堂提问或讨论、平时作业、小组调研报告汇报、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩 = (课堂表现 × 30% + 平时作业 × 40% + 读书笔记 × 30%) × 50% + 期末考试成绩 × 50%

#### 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现: 根据学生到课情况、听讲是否认真、课堂参与程度及质量综合量分。

(2) 平时作业: 根据学生平时作业提交次数、完成质量进行量分。其中, 小组展示汇报根据学生在小组策划方案中的参与程度和方案的完整性、创新性、规范性综合量分。

(3) 读书笔记: 根据学生根据教学内容, 进行拓展阅读并做读书笔记的详实程度, 重、难点的标记, 自己对知识点的归纳总结和拓展深化进行量分。

#### 3. 期末成绩评定

根据期末开卷考查卷面情况, 参照评分标准评定。

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	不缺勤, 认真听讲, 积极发言、讨论, 课堂参与频率高、质量好。	缺勤 1-2 次, 听讲较认真, 发言、讨论较积极, 课堂参与频率较高、质量较好。	缺勤 2-3 次, 听讲基本认真, 发言、讨论不太积极, 课堂参与频率较低、质量一般。	缺勤 3-4 次, 听讲不认真, 发言、讨论不积极, 课堂参与频率低、质量较差。	缺勤 5 次及以上, 听讲不认真, 基本不主动发言、讨论, 课堂参与频率低、质量差。
2	平时作业	提交全部作业, 内容完整、规范, 对问题的分析很深入, 有很高的创新性。	提交全部作业, 内容完整、规范, 对问题的分析比较深入, 有较高的创新性。	提交全部作业, 内容基本完整、规范, 对问题做出了基本分析, 创新性一般。	提交全部作业, 内容基本完整、规范, 对问题分析不太到位, 没有创新性。	未提交全部作业或作业内容不完整、不规范。

3	读书笔记	拓展阅读内容记录详实,重、难点标记清晰,对知识点进行归纳总结和拓展深化。	对拓展阅读内容记录比较详实,重、难点标记清晰。	对主要的拓展阅读内容进行记录,重、难点标记基本清晰。	仅记录拓展阅读内容的理论框架,未标注重、难点。	笔记容量很少,理论框架不完善。
---	------	--------------------------------------	-------------------------	----------------------------	-------------------------	-----------------

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
国际城市会展业发展理论与实践	王春雷	中国旅游出版社	2014年6月	否	

## 九、主要参考书目

[1]屠启宇,苏宁,邓智团,李健. 国际城市蓝皮书:国际城市发展报告(2019) [M].北京:社会科学文献出版社,2019.

[2]张敏.会展蓝皮书:中外会展业动态评估研究报告(2016) [M].北京:社会科学文献出版社,2016.

## 十、课程学习建议

结合本课程的特点,给出以下学习建议:

- 1.明确学习目标,进行主动有效学习。
- 2.利用节假日对会展活动进行观摩、调研,增强实践技能。
- 3.进行广泛阅读,积极进行量的积累,不断提高理论思维能力。





# 会展经济与管理专业

## 《节事活动策划与组织》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《节事活动策划与组织》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	节事活动策划与组织 Event Planning and Management		
课程编码	231510601C	适用专业	会展经济与管理
先修课程	管理学原理、会展概论	修读学期	第五学期
课程类别	节事活动策划与管理 模块课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2.5	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	48 学时（理论学时 30，实践学时 18）		
执笔人	邢利娟	审核人	申磊

## 二、课程简介

《节事活动策划与组织》课程是会展经济与管理专业的一门必修核心课程。学生通过运用现代管理学和会展专业的相关知识，熟悉并记住节事活动在创意构思、价值传递、主题策划、活动设计、空间氛围营造、组织运营、商业赞助、人力资源配置、财务分析、风险管控、活动评估等各阶段的工作流程和内容，能够将所学的策略、方法和技巧自主运用于节事活动的策划和组织管理之中，培养创新思维，提升策划分析能力、组织运作能力、文案写作能力，以适应节事活动组织机构对应用型人才的需求。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：熟记节事主题策划、活动设计、空间氛围营造、运营管理、人财物时间的计划安排、营销赞助、风险预测与控制等方面的专业知识，熟悉节事领域的学术前沿和行业动态。【毕业要求 2.2】

课程目标 2：领悟节事活动的内涵、功能以及“创意——价值——体验”框架中的逻辑内涵，明白体验经济时代下节事活动的价值传递过程，以及创意在节事活动总体策划中的重要性。学会将文化资源和地方特性元素等创新性地成功运用到节事活动的总体策划、主题形象策划、体验活动及其空间设计等方面，提升文化自信和创新实践能力。【毕业要求 3.1】



课程目标 3：运用科学方法进行宏观和微观市场分析，开展市场调查，熟悉可行性研究的内容及工作流程，撰写节事活动可行性研究报告和策划方案，以应对市场环境对节事活动项目带来的新挑战。【毕业要求 3.2】

课程目标 4：熟悉节事活动项目化运作的基本过程，学会将管理学的知识和方法迁移运用至节事活动之中，统领节事活动项目组织的全局，灵活运用节事活动的运作模式、进度安排、营销赞助、财务管理、现场管理方面的专业知识，实际解决活动中存在的问题。【毕业要求 4.1】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 具有逻辑思辨、创新意识和创新实践能力。掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	创新能力	3.1 具有逻辑思辨、创新意识和创新实践能力。
课程目标 3	创新能力	3.2 具有批判精神和行业敏感性,能够发现问题,有应对新的市场环境对会展业发展带来挑战的能力。
课程目标 4	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性,掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
节事活动概述	课程目标 1、2、3	讲授、讨论、案例分析	2
体验经济下的节事活动价值传递	课程目标 1、2、3	讲授、讨论、案例分析	2
总体策划和主题的确 定	课程目标 1、2、3	讲授、讨论、提问、案例分析、 项目驱动	8
体验设计与科技手 段的应用	课程目标 1、2、3	讲授、讨论、提问、案例分析、 项目驱动	6
节事活动运营管理 概述	课程目标 1、3、4	讲授、讨论、案例分析	4
节事活动的组织 结构与人力资源 管理	课程目标 1、3、4	讲授、讨论、案例分析	6
节事活动的进度 策划与时间管理	课程目标 1、3、4	讲授、讨论	2
节事活动的财务 管理与节事营销	课程目标 1、3、4	讲授、讨论、案例分析	4

赞助			
节事活动的风险管理	课程目标 1、3、4	讲授、讨论、案例分析	4
节事活动的现场管理	课程目标 1、3、4	讲授、讨论、案例分析	2
节事活动评估与影响	课程目标 1、3、4	讨论、案例分析、项目驱动	8
合计			48

## (二) 课程内容

### 节事活动概述

#### 【学习目标】

1. 正确区分节事活动的同类概念并掌握节事活动的定义。
2. 明晰节事活动的特点和功能，并能对案例加以应用和理解。
3. 比较国内外节事活动的发展情况并做出正确评价。

#### 【课程内容】

1. 节事活动的内涵
2. 节事活动的功能
3. 节事活动的发展

#### 【重点、难点】

1. 重点：节事活动的含义及功能。
2. 难点：节事活动的特点、国内节事活动发展存在的问题及建议。

#### 【教学方法】

1. 运用讲授法进行节事活动的内涵讲解。
2. 运用案例分析法进行节事活动特点和功能的讲解。
3. 运用讨论法进行节事活动发展的讲解。

【学习要求】学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

#### 【复习与思考】

1. 讨论什么是节事活动？现代社会中，举例说明哪些活动属于节事活动？
2. 节事活动的特点有哪些？
3. 为何国内外都积极举办现代节事活动？节事活动体现出了什么功能？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

### 体验经济下的节事活动价值传递

#### 【学习目标】

1. 指出体验经济的理论发展趋势及其特点。
2. 梳理节事活动参与者的动机，并能对案例加以应用和理解。

3. 比较国内外节事活动所传递出的价值。

**【课程内容】**

1. 体验经济
2. 参与动机及价值传递

**【重点、难点】**

1. 重点：体验的含义、国内外关于节事活动价值的研究。
2. 难点：体验经济的理论和特征、节事活动的参与动机。

**【教学方法】**

1. 运用讨论法进行体验经济的理论发展趋势及其特点讲解。
2. 运用案例分析法进行节事活动参与者的动机的梳理和总结归纳。
3. 运用讲授法和案例分析法进行国内外节事活动传递价值的总结和比较。

**【学习要求】**学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

**【复习与思考】**

1. 讨论什么是体验经济？体验经济是如何发展并产生的？
2. 不同类型的节事活动，其参与动机可以总结为哪些？
3. 国内外关于节事活动传递出的价值包括哪些？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

总体策划和主题的确

**【学习目标】**

1. 记住节事活动策划的特点与流程。
2. 分析节事活动的可行性，并能撰写可行性研究报告。
3. 探究节事活动的形象定位，创新尝试节事活动的主题策划。
4. 尝试探索节事活动的品牌塑造和管理方法。

**【课程内容】**

1. 节事活动的策划与流程
2. 节事活动的可行性研究
3. 节事活动的形象与主题策划
4. 节事活动的品牌塑造和管理

**【重点、难点】**

1. 重点：节事活动的策划流程与可行性分析。
2. 难点：节事活动的形象与主题策划。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法和提问法进行节事活动的策划与流程讲解。
2. 运用讨论法和案例分析法进行节事活动的可行性研究。

3. 运用讨论法、案例分析法和项目驱动法进行节事活动的形象与主题策划。
4. 运用讨论法和案例分析法进行节事活动的品牌塑造和管理。

**【学习要求】**学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

**【复习与思考】**

1. 思考如何从主题方面判断一个节事活动策划得是否可行？
2. 讨论形象定位在主题策划中的重要性？如何进行主题和形象策划？
3. 讨论品牌在主题策划中的重要性？如何成功塑造一个节事活动品牌？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

### 体验设计与科技手段的应用

**【学习目标】**

1. 明白新科技、多媒体在体验设计中应用的重要性。
2. 理解观众体验的重要性，并对体验设计的五个维度加以简单应用。
3. 学会并创新尝试体验活动的设计以及空间氛围的营造。

**【课程内容】**

1. 对体验的理解
2. 体验设计概述
3. 空间环境的营造及科技应用

**【重点、难点】**

1. 重点：体验设计的对象和维度。
2. 难点：战略体验模块、空间环境的营造方法及科技手段应用。

**【教学方法】**

1. 运用讨论法、提问法和讲授进行体验的内涵讲解。
2. 运用项目驱动法、讨论法和案例分析法进行体验设计维度和设计要点的梳理归纳。
3. 运用讨论法和案例分析法进行体验活动空间氛围的营造方法及科技手段应用的梳理总结。

**【学习要求】**学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

**【复习与思考】**

1. 思考体验、价值、创意三者之间有没有内在联系？
2. 不同类型的节事活动在进行体验活动设计时如何与主题进行匹配？
3. 不同类型的节事活动在进行空间氛围营造的过程中有何不同？应用了哪些科技手段？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

## 节事活动运营管理概述

### 【学习目标】

1. 明晰节事活动项目的特点及项目管理的内容。
2. 分析判断节事活动运营管理的战略选择和基本模式，并能对案例加以应用和理解。
3. 正确区分节事活动的主要利益相关者，并探讨节事利益相关者与节事活动之间的关系。

### 【课程内容】

1. 节事活动运作的项目化管理
2. 节事利益相关者

### 【重点、难点】

1. 重点：节事活动运营管理的战略选择和基本模式。
2. 难点：节事运营管理特点、节事利益相关者与节事活动之间的关系。

### 【教学方法】

1. 运用讲授法和讨论法进行节事运营管理特点和内容的讲解。
2. 运用讨论法和案例分析法，探讨节事活动运营管理的战略选择和基本模式。
3. 运用讲授法和讨论法进行节事活动的主要利益相关者的分析，并探讨节事利益相关者与节事活动之间的关系。

【学习要求】学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

### 【复习与思考】

1. 讨论节事活动运营管理的战略选择和基本模式有哪些？
2. 一个节事活动的战略选择和基本模式是不是一成不变的？
3. 节事活动产品与物质产品在特点方面有哪些不同之处？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

## 节事活动的组织结构与人力资源管理

### 【学习目标】

1. 明白节事活动组织结构的类型与职责。
2. 理解节事活动管理团队建设技巧和项目沟通的方法。
3. 熟悉并学会节事活动志愿者管理的内容。

### 【课程内容】

1. 节事活动的组织结构
2. 节事活动项目团队建设及沟通
3. 节事活动志愿者的管理

**【重点、难点】**

1. 重点：节事活动组织结构类型与职责，节事活动志愿者管理的内容。
2. 难点：节事活动管理团队建设技巧与项目沟通方法。

**【教学方法】**

1. 运用提问法和项目导向法进行节事活动组织结构类型与职责讲解。
2. 运用讨论法和案例分析法进行节事活动项目团队建设与沟通讲解。
3. 运用讨论法和案例分析法进行节事活动志愿者管理内容的梳理概括。

**【学习要求】**学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

**【复习与思考】**

1. 不同类型的节事活动在组织结构设计上是否存在差异？有何差异？
2. 不同性格的团队成員应该如何有效沟通，避免产生较大冲突？
3. 节事活动志愿者的动机有哪些？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

节事活动的进度策划与时间管理

**【学习目标】**

1. 明白时间管理在节事活动中的重要性和全局性。
2. 明晰节事活动进度策划的目标，节事活动进度安排的步骤和方法，并能对案例加以初步应用和理解。
3. 学会并初步应用时间管理常用的工具和控制方法。

**【课程内容】**

1. 进度策划的内容与步骤
2. 时间管理的工具与控制

**【重点、难点】**

1. 重点：节事活动进度安排的步骤，时间管理常用的工具及其用法。
2. 难点：节事活动进度安排的方法，时间管理的控制方法。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法和讨论法进行进度策划的内容与步骤的讲解。
2. 运用讨论法讲解时间管理的工具与控制方法。

**【学习要求】**学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

**【复习与思考】**

1. 讨论节事活动进度安排的步骤包括哪些？
2. 讨论时间管理常用的工具及其用法是什么？
3. 当时间进度与原计划不符时，应该如何进行有效的时间管理与控制？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

## 节事活动的财务管理与节事营销赞助

### 【学习目标】

1. 明白财务管理和营销赞助在节事活动中的重要性。
2. 明晰节事活动常见的收入和支出项目，并能对案例加以初步应用和理解。
3. 学会并初步应用节事活动赞助的类型、获得赞助的基本步骤、选择赞助商的方法。

### 【课程内容】

1. 财务管理
2. 节事活动营销赞助

### 【重点、难点】

1. 重点：节事活动常见的收入和支出项目，节事活动赞助的类型。
2. 难点：获得赞助的基本步骤，选择赞助商的方法。

### 【教学方法】

1. 运用讲授法、讨论法和案例分析法进行节事活动常见的收入和支出项目的讲解
2. 运用讨论法和案例分析法讲解节事活动营销赞助。

【学习要求】学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

### 【复习与思考】

1. 讨论节事活动的组织者应该如何提高收入、降低成本？
2. 讨论不同类型节事活动的收入项目与支出项目是否一致？有何区别？
3. 思考赞助是什么？与捐助、广告的区别是什么？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

## 节事活动的风险管理

### 【学习目标】

1. 明确识别区分节事活动潜在风险的类型。
2. 学会分析节事活动常见风险识别的步骤及方法，并能对案例加以初步应用和理解。
3. 理解并初步判断风险应对的类型及控制方法。

### 【课程内容】

1. 节事风险管理概述
2. 节事活动风险的识别与分析
3. 节事活动风险管理的应对措施

### 【重点、难点】

1. 重点：节事活动风险的识别与分析。

2. 难点：节事活动风险管理的应对措施。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法、讨论法和案例分析法讲解节事活动常见风险的识别与分析。
2. 运用讨论法和案例分析法讲解节事活动风险管理的应对措施。

**【学习要求】**学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

**【复习与思考】**

1. 讨论节事活动潜在风险的类型包括哪些？
2. 讨论常见风险识别的步骤及方法需要注意什么？
3. 思考常见风险以及特殊风险的控制方法及技巧包括哪些？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

### 节事活动的现场管理

**【学习目标】**

1. 明确绿色节事活动的含义理念，并对绿色节事的实现途径加以初步应用。
2. 学会根据节事活动的需求进行科学选址的方法，并对场地的布置与管理要点加以应用和理解。
3. 理解并初步应用现场人员管理的内容与技巧。

**【课程内容】**

1. 活动场地布置
2. 现场人员管理
3. 绿色节事

**【重点、难点】**

1. 重点：节事活动场地的选址、布置与管理内容。
2. 难点：绿色节事管理的内容及要点。

**【教学方法】**

1. 运用演示法、讨论法和案例分析法讲解节事活动场地布置。
2. 运用讲授法、演示法进行现场人员管理的讲解。
3. 运用讨论法、案例分析法讲解绿色节事。

**【学习要求】**学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

**【复习与思考】**

1. 讨论场地对于节事活动有哪些重要性？
2. 讨论节事活动场地的选址因素包括哪些？
3. 思考节事活动的组织者应该如何打造绿色节事，以实现节事活动的可持续发展？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。



## 节事活动评估与影响

### 【学习目标】

1. 明确节事活动绩效评估的重要性及其节事活动绩效评估的对象。
2. 学会根据节事活动的不同目标，对节事活动绩效进行科学评估的内容与方法，并加以初步应用和理解。
3. 熟知节事活动所产生的经济、社会、文化、生态及旅游等多方面影响，并能根据案例加以初步应用和分析。

### 【课程内容】

1. 节事活动评估
2. 节事活动的影响研究

### 【重点、难点】

1. 重点：节事活动绩效评估的内容与方法。
2. 难点：节事活动的影响分析。

### 【教学方法】

1. 运用讲授法、讨论法讲解节事活动绩效评估的内容与方法。
2. 运用项目导向法、案例分析法，从多角度全面分析节事活动的影响。

【学习要求】学生提前预习所学章节并阅读学习通上面的相关文献及案例。

### 【复习与思考】

1. 讨论节事活动绩效评估的对象包括哪些？
2. 思考节事活动绩效评估内容指标应该从哪些方面展开？
3. 思考节事活动与举办地之间产生的互动影响一致吗？是否都是积极影响？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

## 五、实践教学安排

### 实践 1. 节事活动的主题及体验活动设计

实践目的：了解主题在节事活动中的重要性；掌握主题和体验活动设计的内在关系。

实践学时：6

实践教学安排：教师介绍主题和体验活动设计的内在关系以及本次实践的目的、评分标准，将全体学生共分为 6 组。每组学生对实践中所给节事案例的发展历程和情况等基本信息进行资料的分工收集、筛选和整理，之后采用头脑风暴法，小组成员在课堂上对该节事的主题及体验活动的设计进行集思广益，交流探讨。随后课堂上由每组随机选择的学生代表进行汇报发言，最后由教师对各小组的汇报进行点评和总结。课后按时在学习通上提交电子版实践方案。

## 实践 2. 节事活动的组织机构和人员工作任务设计

实践目的：了解人力资源管理在节事活动运作中发挥的重要性；掌握节事活动组织机构的设计以及工作人员工作任务设计的内容和技巧。

实践学时：6

实践教学安排：教师介绍组织机构的设计原则和方法、工作任务设计的原则和方法以及本次实践的目的、评分标准，将全体学生共分为 6 组。每组学生对实践中所给节事案例的发展历程和情况等基本信息进行资料的分工收集、筛选和整理，之后采用头脑风暴法，小组成员在课堂上对该节事的组织机构设计和人员工作任务设计进行集思广益，交流探讨。随后课堂上由每组随机选择的学生代表进行汇报发言，最后由教师对各小组的汇报进行点评和总结。课后按时在学习通上提交电子版实践方案。

## 实践 3. 为家乡所在地区策划一个节事活动

实践目的：了解节事活动对地区经济发展、乡村振兴、文化传播、形象提升等方面的重要性；掌握地区文化资源和节事活动策划的内在互动关系，即节事活动策划要以地区独特的文化资源为设计要素，节事活动的成功举办可以有效开发、传播和保护地区文化资源。

实践学时：6

实践安排：教师介绍地区经济产业、文化资源与节事活动策划的内在关联机制以及本次实践的目的、评分标准，学生按照家乡所在地区就近原则划分小组，共分为 6 组。每组学生对家乡所在地区的经济产业、文化资源等地方实际情况和基本信息进行资料的分工收集、筛选和整理，之后采用头脑风暴法，小组成员在课堂上对家乡所在地区所设计的节事活动名称、主题、体验活动、运作管理等方面进行集思广益，交流探讨。随后课堂上由每组随机选择的学生代表进行汇报发言，最后由教师对各小组的汇报进行点评和总结。课后按时在学习通上提交电子版实践方案 PPT。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核方式（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、实践展示。

期末考核采用闭卷考试。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
------	--------------	------

课程目标 1	节事活动概述、体验经济下的节事活动价值传递、总体策划和主题的确、体验设计与科技手段的应用、节事活动运营管理概述、节事活动的组织结构与人力资源管理、节事活动的进度策划与时间管理、节事活动的财务管理与节事营销赞助、节事活动的风险管理、节事活动的现场管理、节事活动评估与影响，占比25%	课堂表现、实践方案、平时作业、期末考试
课程目标 2	节事活动概述、体验经济下的节事活动价值传递、总体策划和主题的确、体验设计与科技手段的应用，占比25%	课堂表现、平时作业、实践方案、期末考试
课程目标 3	节事活动概述、节事活动运营管理概述、节事活动的组织结构与人力资源管理、节事活动的进度策划与时间管理、节事活动的财务管理与节事营销赞助、节事活动的风险管理、节事活动的现场管理、节事活动评估与影响，占比25%	课堂表现、平时作业、实践方案、期末考试
课程目标 4	节事活动概述、体验经济下的节事活动价值传递、总体策划和主题的确、体验设计与科技手段的应用、节事活动运营管理概述、节事活动的组织结构与人力资源管理、节事活动的进度策划与时间管理、节事活动的财务管理与节事营销赞助、节事活动的风险管理、节事活动的现场管理、节事活动评估与影响，占比25%	课堂表现、实践方案、平时作业、期末考试

## 七、成绩评定

### （一）总成绩评定

总成绩=（课堂表现×20%+平时作业×40%+实践展示×40%）×30%+期末成绩评定×70%

### （二）平时成绩评定

1. 课堂表现占平时成绩中的 20%，按照百分制给分，主要考核依据为学生的到课率、随机提问作答情况、课堂讨论的参与度等。

2. 平时作业占平时成绩中的 40%，按照百分制给分，每学期布置 3 次平时作业，求均分。

3. 实践展示占平时成绩的 40%，按照百分制给分，其中，方案完整可行（40分）、规范和创新程度（20分）、团队分工与协作（20分）、展示方式灵活新

颖（15分）、时间控制佳（5分）。每个学生所有实践的平均值，即是该同学最后评价的技能成绩。

具体评价标准如下：

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	实践展示	展示内容完整可行，创新性强，有独特见解或解决方案。团队成员配合默契，分工明确，时间控制佳。	展示内容基本完整可行，有一定的创新性和独特见解。团队内部沟通基本顺畅，时间控制较好。	展示内容完成度一般，可行性不足，创新性有限。团队成员之间配合一般，时间超时。	展示内容完成度较低，可行性较差，创新性不足。团队成员之间配合较差，时间超时。	展示内容严重不完整，可行性差，缺乏创新性。团队成员之间几乎无配合，时间超时。

### （三）期末成绩评定

根据期末闭卷考试的试题评分标准进行卷面成绩评定。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
节事活动策划与管理（第五版）	卢晓	上海人民出版社	2023年8月	否	国家级规划教材

## 九、主要参考书目

[1] 罗伊玲. 节事活动策划与管理（第二版）. 武汉：华中科技大学出版

社. 2022。可参考本书的第一、四、五、六、七、八、十、十一、十二章节。

[2]徐丽莎. 节事活动策划与管理. 浙江: 浙江大学出版社. 2013。可参考本书的可参考本书的第一、二、三、四、六、七、八、九章节。

[3]张骁鸣, 郑丹妮, 林嘉怡. 节事活动策划与管理. 广州: 中山大学出版社. 2014。可参考本书的第一、二、三、四、五、六、七、八、九、十章节。

## 十、课程学习建议

该课程在每次上课之前, 都需要提前花费至少 30 分钟在学习通进行课外学习和知识点预习, 主要是熟悉案例资料和相关补充的学术文献、参考书目, 加深对所知识的理解, 有助于进行课堂讨论和实践训练。





# 会展经济与管理专业

## 《节事活动实务》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《节事活动实务》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	节事活动实务 Festival Activities Practice		
课程编码	231510602C	适用专业	会展经济与管理
先修课程	节事活动策划与组织	修读学期	第五学期
课程类别	节事活动策划与管理 模块课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 18，实践学时 14）		
执笔人	邢利娟	审核人	申磊

## 二、课程简介

《节事活动实务》课程是会展经济与管理专业的一门方向课程，是一门建立在节事活动策划与管理等知识基础上的综合性、应用型课程。本课程突出实践性，通过将当前国内外不同类型的典型节事活动作为研究案例，学生能够从创办背景、主题定位、活动设计、运作管理、营销方式、产生影响等方面对案例进行全方面、系统性分析，分析其优势和不足，以及其给山西同类节事策划发展的启示，培养创新能力、分析问题和解决问题的能力，以适应社会主义市场经济发展需要以及节事主办机构对应用型人才的需求。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：运用节事活动策划与组织的专业知识，思辨性分析国内外节事案例中的成功经验和不足之处，熟悉节事领域的学术前沿和行业最新案例动态。【毕业要求 2.2】

课程目标 2：对国内外民俗类、物产类、文化艺术类、商业贸易类著名国内外节事活动开展批判性、系统性、全面性分析，善于发现策划和运作管理方面的问题，提高行业敏锐度。【毕业要求 3.2】

课程目标 3：学会从主题策划、活动设计、组织运作、营销赞助、产生影响等方面多维度分析国内外节事案例，并提出合理的发展建议；同时能结合山



西实际,成功将国内外优秀节事案例运作经验借鉴到山西同类节事活动在策划、运作和管理之中,加强对专业知识理解和深度认知,提升专业知识的应用能力、分析解决实际复杂问题。【毕业要求 4.2】

## (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 具有逻辑思辨、创新意识和创新实践能力。掌握专业知识和技能,了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	创新能力	3.2 具有批判精神和行业敏感性,能够发现问题,有应对新的市场环境对会展业发展带来挑战的能力。
课程目标 3	应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中,将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
民俗类节事活动分析	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 案例分析、项目导向	8
物产类节事活动分析	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 案例分析、项目导向	8
文化艺术类节事活动分析	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 案例分析、项目导向	8
商业贸易类节事活动分析	课程目标 1、2、3	讲授、提问、讨论 案例分析、项目导向	8
合计			32

### (二) 课程内容

#### 民俗类节事活动分析

##### 【学习目标】

1. 分析国内外民俗类节事活动案例中的主题开发和文化资源运用,探讨成功经验和启示,并挖掘可利用的其他文化资源进行主题和活动设计的创新。

2. 探讨梳理国内外民俗类节事活动案例中的运作模式、营销方式、组织管理中的成功与不足,提出改进方向和发展建议。

3. 总结国内外民俗类节事活动案例的经验,思考其对山西民俗类节事活动开发的启示,提出具体改进措施。

##### 【课程内容】

1. 国外民俗类节事活动案例分析
2. 国内民俗类节事活动案例分析
3. 山西民俗类节事活动案例分析

**【重点、难点】**

1. 重点：所选国内外民俗类节事活动案例的成功因素与经验启示。
2. 难点：山西民俗类节事活动的不足之处与改进措施分析。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法进行国内外民俗类节事活动的发展背景和活动目的等方面的讲解。

2. 运用提问法和案例分析法探讨国内外民俗类节事活动在主题开发、活动设计和运作管理的成功与不足，提出改进方向和发展建议。

3. 运用项目导向法、讨论法对山西同类民俗类节事活动的案例加以分析，提出具体改进措施。

**【学习要求】** 学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

**【复习与思考】**

1. 传统民俗文化在民俗类节事活动的主题开发中发挥了哪些作用？案例中是如何成功应用？
2. 思考案例中所设计的活动是否与主题匹配？适分析活动设计的思路是什么？
3. 思考讨论案例中的营销方式、管理经验有哪些？所获得启示有哪些？

**【学习资源】** 学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

### 物产类节事活动分析

**【学习目标】**

1. 分析国内外物产类节事活动案例中的主题开发和文化资源运用，探讨成功经验和启示，并挖掘可利用的其他文化资源进行主题和活动设计的创新。

2. 探讨梳理国内外物产类节事活动案例中的运作模式、营销方式、组织管理中的成功与不足，提出改进方向和发展建议。

3. 总结国内外民俗类节事活动案例的经验，思考其对山西物产类节事活动开发的启示，提出具体改进措施。

**【课程内容】**

1. 国外物产类节事活动案例分析
2. 国内物产类节事活动案例分析
3. 山西物产类节事活动案例分析

**【重点、难点】**

1. 重点：所选国内外物产类节事活动案例的成功因素与经验启示。

2. 难点：山西物产类节事活动的不足之处与改进措施分析。

#### 【教学方法】

1. 运用讲授法进行国内外物产类节事活动的发展背景和活动目的等方面的讲解。

2. 运用提问法和案例分析法探讨国内外物产类节事活动在主题开发、活动设计和运作管理的成功与不足，提出改进方向和发展建议。

3. 运用项目导向法、讨论法对山西同类物产类节事活动的案例加以分析，提出具体改进措施。

【学习要求】学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

#### 【复习与思考】

1. 地域物产在物产类节事活动的主题开发中发挥了哪些作用？案例中是如何成功应用？

2. 思考案例中所设计的活动是否与主题匹配？适分析活动设计的思路是什么？

3. 思考讨论案例中的营销方式、管理经验有哪些？所获得启示有哪些？

【学习资源】学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

### 文化艺术类节事活动分析

#### 【学习目标】

1. 分析国内外文化艺术类节事活动案例中的主题开发和文化资源运用，探讨成功经验和启示，并挖掘可利用的其他文化资源进行主题和活动设计的创新。

2. 探讨梳理国内外文化艺术类节事活动案例中的运作模式、营销方式、组织管理中的成功与不足，提出改进方向和发展建议。

3. 总结国内外文化艺术类节事活动案例的经验，思考其对山西文化艺术类节事活动开发的启示，提出具体改进措施。

#### 【课程内容】

1. 国外文化艺术类节事活动案例分析

2. 国内文化艺术类节事活动案例分析

3. 山西文化艺术类节事活动案例分析

#### 【重点、难点】

1. 重点：所选国内外文化艺术类节事活动案例的成功因素与经验启示。

2. 难点：山西文化艺术类节事活动的不足之处与改进措施分析。

#### 【教学方法】

1. 运用讲授法进行国内外文化艺术类节事活动的发展背景和活动目的等方

面的讲解。

2. 运用提问法和案例分析法探讨国内外文化艺术类节事活动在主题开发、活动设计和运作管理的成功与不足，提出改进方向和发展建议。

3. 运用项目导向法、讨论法对山西同类文化艺术类节事活动的案例加以分析，提出具体改进措施。

**【学习要求】** 学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

**【复习与思考】**

1. 地域优秀文化在文化艺术类节事活动的主题开发中发挥了哪些作用？案例中是如何成功应用？

2. 思考案例中所设计的活动是否与主题匹配？适分析活动设计的思路是什么？

3. 思考讨论案例中的营销方式、管理经验有哪些？所获得启示有哪些？

**【学习资源】** 学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

#### 商业贸易类节事活动分析

**【学习目标】**

1. 分析国内外商业贸易类节事活动案例中的主题开发和文化资源运用，探讨成功经验和启示，并挖掘可利用的其他文化资源进行主题和活动设计的创新。

2. 探讨梳理国内外商业贸易类节事活动案例中的运作模式、营销方式、组织管理中的成功与不足，提出改进方向和发展建议。

3. 总结国内外商业贸易类节事活动案例的经验，思考其对山西商业贸易类节事活动开发的启示，提出具体改进措施。

**【课程内容】**

1. 国外商业贸易类节事活动案例分析

2. 国内商业贸易类节事活动案例分析

3. 山西商业贸易类节事活动案例分析

**【重点、难点】**

1. 重点：所选国内外商业贸易类节事活动案例的成功因素与经验启示。

2. 难点：山西商业贸易类节事活动的不足之处与改进措施分析。

**【教学方法】**

1. 运用讲授法进行国内外商业贸易类节事活动的发展背景和创办目的等方面的讲解。

2. 运用提问法和案例分析法探讨国内外商业贸易类节事活动在主题开发、活动设计和运作管理的成功与不足，提出改进方向和发展建议。

3. 运用项目导向法、讨论法对山西同类商业贸易类节事活动的案例加以分

析，提出具体改进措施。

**【学习要求】**学生提前预习和阅读学习通上面的相关文献及案例资料。

**【复习与思考】**

1. 产业资源和政策导向在商业贸易类节事活动的主题开发中发挥了哪些作用？案例中是如何成功应用？

2. 思考案例中所设计的活动是否与主题匹配？适分析活动设计的思路是什么？

3. 思考讨论案例中的营销方式、管理经验有哪些？所获得启示有哪些？

**【学习资源】**学习通上面的案例资料库、节事研究的相关文献及参考书目。

## 五、实践教学安排

### 实践 1. 山西某一民俗节事活动案例分析

实践目的：了解传统民俗与地域文化在节事活动中主题开发中的重要性；掌握主题和体验活动设计的内在关系；分析总结山西某一民俗节事活动在策划和运作管理中的成功与不足。

实践学时：6

实践教学安排：首先，教师介绍本次实践的目的、评分标准，将全体学生共分为6组。其次，每组学生对山西某一民俗节事活动的发展历程和情况等基本信息进行资料的分工收集、筛选和整理，运用头脑风暴法，集思广益，交流探讨该节庆在策划和运作管理中的成功与不足之处，归纳总结启示和改进建议。然后，由每组随机选择的学生代表进行汇报发言，最后，教师对各小组的汇报进行点评和总结。课后按时在学习通上提交电子版实践方案或PPT。

### 实践 2. 山西某一文化艺术类节事的文化资源开发及活动创新设计

实践目的：了解文化在节事活动主题策划和活动设计中的重要性；掌握文化资源开发和活动设计的内在关系。

实践学时：4

实践安排：首先，教师介绍文化资源开发和活动设计的内在关系以及本次实践的目的、评分标准，将全体学生共分为6组。其次，小组成员对山西某一文化艺术类节事中现有文化的挖掘、开发、运用情况进行资料的分工收集、筛选和整理，运用头脑风暴法，集思广益，交流探讨如何将开发的文化新资源运用到山西某一文化艺术类节事的创新设计。然后，由每组随机选择的学生代表进行汇报发言，最后，教师对各小组的汇报进行点评和总结。课后按时在学习通上提交电子版实践方案或PPT。

### 实践 3: 某公司的新品发布会或开业典礼活动案例分析

实践目的：了解商业贸易类节事活动在主题策划和活动设计中的特殊性；

掌握主题创意开发、活动设计、传递价值、空间氛围营造之间的内在关系；理解观众情绪曲线设计与活动设计的匹配性；分析总结某公司的新品发布会或开业典礼活动在策划、组织运作和现场管理中的成功与不足。

实践学时：4

实践安排：首先，教师介绍主题创意开发、活动设计、传递价值、空间氛围营造之间的内在关系以及本次实践的目的、评分标准，将全体学生共分为6组。其次，小组成员任选一个企业，对新品发布会或开业典礼活动情况进行资料的分工收集、筛选和整理，运用头脑风暴法，集思广益，交流探讨在策划和运作管理中的成功与不足之处，归纳总结启示和改进建议。然后，由每组随机选择的学生代表进行汇报发言，最后，教师对各小组的汇报进行点评和总结。课后按时在学习通上提交电子版实践方案或PPT。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、技能成绩、期末考核。

过程性考核方式（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、读书笔记；技能成绩考核方式是实践方案及其展示。

期末考核采用考查，即课程论文写作的形式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	节事活动策划和管理的基础知识，占比30%	课堂表现、实践方案、平时作业、期末考试
课程目标 2	节事活动策划和管理的应用型知识、创新能力，共占比30%	课堂表现、平时作业、实践方案、期末考试
课程目标 3	节事策划和管理的应用型知识、分析问题和解决问题能力，共占比40%	课堂表现、平时作业、实践方案、期末考试

## 七、成绩评定

### （一）总成绩评定

总成绩=（课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%）×30%+技能成绩评定×20%+期末成绩评定×50%

### （二）平时成绩评定

1. 课堂表现占平时成绩中的 40%，按照百分制给分，主要考核依据为学生的到课率、随机提问作答情况、课堂讨论的参与度等。

2. 平时作业占平时成绩中的 40%，按照百分制给分，每学期布置 2 次平时作业，求均分。

3. 读书笔记占平时成绩的 20%，主要考核依据为笔记内容的完整性、规范性、条理性、字迹书写的清晰程度等。

具体评分标准如下：

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课 1-2 次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课 2-3 次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课 3-4 次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课 4-5 次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且表达准确，逻辑清晰，书写规范且条理分明，有重难点知识的标注，字迹清晰。	内容基本完整，表达基本准确，逻辑基本清晰，书写基本规范，基本有重难点知识，字迹清晰。	内容完成度一般，逻辑和表达一般，书写基本规范，没有重难点知识的标注，字迹清晰度一般。	内容完成度较低，逻辑和表达存在缺失现象，没有重难点知识的标注，字迹清晰度较差。	内容严重不完整，书写逻辑和表达混乱，没有重难点知识的标注，字迹几乎辨认不清。

### （三）技能成绩评定

实践技能占总成绩的 20%，按照百分制给分。其中，方案完整可行（40 分）、规范和创新程度（20 分）、团队分工与协作（20 分）、展示方式灵活新颖（15 分）、时间控制佳（5 分）。每个学生所有实践的平均值，即是该同学最后评价的技能成绩。

### （四）期末成绩评定

根据期末课程论文的评分标准进行卷面成绩评定。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
无					

## 九、主要参考书目

[1]许忠伟. 节事活动案例研究. 北京: 旅游教育出版社. 2015. 可参考第二、三、六、七、九、十章节案例。

[2]王起静. 会展活动策划与管理经典案例. 天津: 南开大学出版社. 2012. 可参考第十、十一、十三、十四、十六、十七章节案例。

[3]邹统钎. 旅游目的地节庆事件策划经典案例. 北京: 经济管理出版社. 2017. 可参考第一、二、三、六、七、八、十、十一、十二章案例。

## 十、课程学习建议

该课程在每次上课之前, 都需要提前花费至少 30 分钟在学习通进行课外学习和知识点预习, 主要是熟悉案例资料和相关补充的学术文献、参考书目, 加深对所知识的理解, 有助于进行课堂讨论和实践训练。





# 会展经济与管理专业

## 《新媒体营销与运营》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《新媒体营销与运营》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	新媒体营销与运营 New Media Marketing and Operation		
课程编码	231510603C	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展营销	修读学期	第七学期
课程类别	节事活动策划与管理 模块课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 20，实践学时 12）		
执笔人	宋庆峰	审核人	申磊

## 二、课程简介

本课程内容围绕新媒体四个使用功能即社区、发布、娱乐和商务来组织。系统阐述新媒体内涵及其对社会生活影响的基本理论，详细介绍新媒体营销策略及新媒体营销运营关键问题，深入介绍会展业如何利用新媒体四个使用功能开展营销策略与运营。课程也解释如何利用新媒体开展市场营销研究，并让学生掌握新媒体市场营销绩效评估方法。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：创新能力。能提出新的、独特的创意并转化为营销活动。掌握创意创新的方法。【毕业要求 3.1】

课程目标 2：应用能力。学生能对新媒体营销进行系统性思考，能够有效地归纳新媒体营销知识规律，举一反三。具备理论实操能力和问题分析能力，能够运用新媒体营销相关知识解决会展业营销运营问题。【毕业要求 4.1】

课程目标 3：信息素养。学生具备数智素养，具有运用数字技术获取、理解、评估、创造和交流文旅信息的能力，具有信息安全意识。【毕业要求 5.1】

课程目标 4：沟通表达。能具备能够清晰、有效地传达景区信息，并与受众进行双向沟通交流能力。【毕业要求 6.1】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	创新能力	3.1 具有逻辑思辨、创新意识和创新实践能力。
课程目标 2	应用能力	4.1 理解会展管理的重要性,能够初步掌握旅游及会展管理中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 3	信息素养	5.1 能够运用恰当的现代信息技术工具,用于会展服务与管理。
课程目标 4	沟通表达	6.1 能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点,与旅游行业及社会公众进行有效的沟通,并理解与包容差异性。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
社交媒体环境	课程目标 3	讲授法、案例分析法、讨论法	2
社会消费者	课程目标 3	讲授法、案例分析法、讨论法	2
社交媒体网络结构和群体影响	课程目标 3	讲授法、案例分析法、讨论法	4
社交媒体营销战略	课程目标 2	讲授法、案例分析法、讨论法	4
社交媒体策略计划与执行	课程目标 2	讲授法、案例分析法、讨论法	4
社会社区	课程目标 1、4	讲授法、案例分析法、讨论法	2
社会出版	课程目标 1、4	讲授法、案例分析法、讨论法	2
社会娱乐	课程目标 1、4	讲授法、案例分析法、讨论法	2
社会商务	课程目标 1、4	讲授法、案例分析法、讨论法	2
社交媒体分析	课程目标 2	讲授法、案例分析法、讨论法	4
社交媒体测量指标	课程目标 2	讲授法、作业	4
合计			32

### （二）课程内容

#### 社交媒体环境

##### 【学习目标】

1. 解释什么是社交媒体及社交媒体与传统媒体的区别?
2. 能依据社交媒体价值链解释互联网、社交媒体渠道、社交软件和互联网

设备之间的关系。

3. 能识别构成社交媒体参与渠道、模式和载体的社交媒体主要领域有哪些。

4. 解释什么是社交媒体营销？当组织将社交媒体纳入营销组合时，可以实现哪些营销目标？

#### 【课程内容】

1. 社交媒体及社交媒体生活
2. 社会行为与参与哲学
3. 社交媒体基础设施
4. 社交媒体领域:参与渠道和载体
5. 社交媒体盈利模式
6. 社交媒体市场营销
7. 营销传播：从自上而下到自下而上
8. 社交媒体营销目标
9. 社交媒体职业

#### 【重点、难点】

1. 重点：社交媒体领域:参与渠道和载体
2. 难点：社交媒体盈利模式

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授。结合 PPT 讲授社交媒体概念、社交媒体营销与传统营销区分和社交媒体营销目标。

2. 课堂讨论。结合自己的社交媒体生活讨论社交媒体四领域。
3. 研究性学习。课题“如何理解社交媒体市场营销组合 5P”。

#### 【学习要求】

1. 概述构成社交媒体参与渠道、模式和载体的 4 个领域。
2. 举例说明社交媒体市场营销的目标。

#### 【复习与思考】

1. 你如何定义社交媒体?社交媒体营销?
2. 社交媒体价值链的支持要素是什么?
3. Web 2.0 在社交媒体的发展中扮演了什么角色?
4. 什么是众包?
5. 什么是社交软件?举两个例子。
6. 设备和物联网(IoT)是如何相关的?
7. 社交媒体的四个区域是什么?
8. 解释精神收入的概念，也被称为社会货币。

9. 品牌如何利用社交媒体来创造媒体价值?
10. 什么是社会化 CRM?它与传统的客户关系管理有何不同?

#### 【学习资源】

1. Marina Pticek, Vedran Podobnik, and Gordan Jezic, “Beyond the Internet of Things: The Social Networking of Machines,” *International Journal of Distributed Sensor Networks*, 12:6 (2016), <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1155/2016/8178417>.
2. D.M. Boyd and N.B. Ellison, “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship,” *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13:1 (2007), <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.
3. Park Sung-Min, “New Business Applications for Social Networking,” *SERI Quarterly*, January 2012, 121–6.

### 社会消费者

#### 【学习目标】

1. 识别消费者类型。
2. 描述社会认同的组成要素。阐释个人是如何建立自己的社会身份。讨论这些身份与营销人员的关系?
3. 举例说明社交媒体用户的行为表现。讨论用户社交媒体四区域的参与程度。
4. 解释用户参与社交媒体活动的动机。识别什么样的态度与社会消费者行为最相关。
5. 画像最重要的社交媒体消费者。讨论如何定位社交网络用户?

#### 【课程内容】

1. 社交媒体营销市场细分和定位
2. 社会身份
3. 社交媒体态度和行为
4. 隐私显著性
5. 社交媒体用户细分

#### 【重点、难点】

1. 重点：社交媒体营销市场细分和定位
2. 难点：社会身份

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授。结合 PPT 讲授社交媒体营销市场细分和定位、社交媒体态度和行为 and 社交媒体用户类型。

2. 课堂讨论。结合自己的社交媒体生活讨论社交媒体用户分类。

**【学习要求】**

1. 概述社交媒体营销市场细分和定位。

2. 举例说明社交媒体用户类型。

**【复习与思考】**

1. 定义社交货币。一个拥有高社交货币的品牌意义何在？

2. 哪些行为有助于我们细分社交媒体参与者以及我们如何描述这些行为细分？

3. 什么是社会认同？

4. 定义营销人员用于细分消费者的主要变量，并提供如何在社交媒体应用程序中应用每个变量的示例。

5. 社交媒体用户参与的主要动机是什么？

6. 解释社交技术分数以及由此产生的四种类型的社交媒体用户。

7. 为什么移动性概念与社交媒体营销人员相关？

8. 受移动性驱动的皮肤互联网技术类型与喜欢固定媒体的人之间存在哪些差异？

9. 什么是隐私显著性？为什么它受到社交媒体营销人员的关注？社会隐私和机构隐私有什么区别。

**【学习资源】**

1. D. Khajeheian, “Intercultural Peers’ Effect on Social Identity of Social Media Users: A Critical Study of Consumer Socialization Theory,” *Journal of Business and Economics*, 7:3 (2016), 467-73.

2. E. Olshannikova, T. Olsson, J. Huhtamäki, and H. Kärkkäinen, “Conceptualizing Big Social Data,” *Journal of Big Data*, 4:3 (2017).

3. “A History of the Selfie,” *BBC News Magazine*, June 6, 2013, [www.bbc.com/news/magazine-22511650](http://www.bbc.com/news/magazine-22511650) (accessed July 30, 2014).

4. The GfK MRI Psychographic Sourcebook, GfK MRI, December 2015, [www.mri.gfk.com/fileadmin/user\\_upload/microsites/MRI/GfK\\_MRI\\_Psychograp](http://www.mri.gfk.com/fileadmin/user_upload/microsites/MRI/GfK_MRI_Psychograp).

5. Sylwia Z. Cisek, Constantine Sedikides, Claire M. Hart, Hayward J. Godwin, Valerie Benson, and Simon P. Liversedge, “Narcissism and Consumer Behaviour: A Review and Preliminary Findings,” *Frontiers in Psychology*, 5:232 (2014), [www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3968766](http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3968766).

6. 王焯娣等，（2022）. 隐私显著性、平台可信度和调节聚焦对互联网定向广告说服效果的联合效应研究. *管理评论*, 34（08）. DOI

10.14120/j.cnki.cn11-5057/f.2022.08.024。

7. Charlene Li and Josh Bernoff, *Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies* (Cambridge, MA: Harvard Business Press, 2008).

8. Hodis, Sriramachandramurthy, and Sashittal, “Interact With Me on My Terms.”

9. M.K. Foster, A. Francescucci, and B.C. West, “Different Strokes for Different Folks: Why Different User Groups Participate in Online Social Media,” *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 7:2 (2012), 103.

### 社交媒体网络结构和群体影响

#### 【学习目标】

1. 描述社交网络是如何构建的。
2. 描述网络社区的特征。
3. 解释社交媒体影响者扮演什么角色，讨论他们的权力和社会资本来源。
4. 讨论思想是如何在网络社区中传播的。

#### 【课程内容】

1. 社区结构
2. 网络：社区的底层结构
3. 社交媒体影响者
4. 流量：思想如何在线传播

#### 【重点、难点】

1. 重点：社交媒体影响者
2. 难点：社会网络理论

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授。结合 PPT 讲授社会网络理论、在线社区特征、社交网络影响者和思想在线传播。

2. 课堂讨论。讨论网红的权力来源。

#### 【学习要求】

1. 概述社会网络理论。
2. 讨论思想是如何在网络中传播的。

#### 【复习与思考】

1. 网络的底层结构是什么？
2. 信息在网络中如何流动？
3. 无论是线下还是线上，社区的共同特征是什么？

4. 解释社会资本的含义。
5. 什么是意见领袖？意见领袖可能会获得哪些权力来源？
6. 为什么社交社区与口碑传播相关？

#### 【学习资源】

1. Barry Wellman, “Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking,” *International Journal of Urban and Regional Research*, 24:2 (2001), 227–52.
2. Alexandra Marin and Barry Wellman, “Social Network Analysis: An Introduction,” in John Scott and Peter J. Carrington (eds), *The Sage Handbook of Social Network Analysis* (London: Sage, 2011), pp. 11–25.
3. C. Haythornthwaite, “Social Networks and Internet Connectivity Effects,” *Information, Communication & Society*, 8 (2005), 125–47; Nathan Miczo, Theresa Mariani, and Crystal Donahue, “The Strength of Strong Ties: Media Multiplexity, Communication Motives, and the Maintenance of Geographically Close Friendships,” *Communication Reports*, 24:1 (2011), 12–24.
4. Fiona MacDonald, “Are We Really All Connected by Just Six Degrees of Separation? Here’s What Science Has to Say,” 27 August 2015, [www.sciencealert.com/are-we-all-really-connected-by-just-six-degrees-ofseparation](http://www.sciencealert.com/are-we-all-really-connected-by-just-six-degrees-ofseparation).
5. K. Knorr-Cetina, “Sociality with Objects: Social Relations in Postsocial Knowledge Societies,” *Theory, Culture & Society*, 14:4 (1997), 1 – 30.
6. Michael Morris, Ying-yi Hong, Chi-yue Chiu, and Zhi Liu, “Normology: Integrating Insights about Social Norms to Understand Cultural Dynamics,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 129 (2015), 1 – 13.
7. James S. Coleman, “Social Capital in the Creation of Human Capital,” *The American Journal of Sociology*, 94 (1988), 95 – 120.
8. Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication* (New York: The Free Press, 1955).

#### 社交媒体营销战略

#### 【学习目标】

1. 解释社交媒体营销规划在组织总体规划体系中的位置。
2. 描述社交媒体营销成熟阶段有哪些？说明企业从试行阶段到过渡阶段，最终进入战略阶段，社交媒体营销做出怎样的调整。
3. 举例说明社交媒体营销策略规划的步骤。
4. 描述组织如何调整组织结构以支持社交媒体营销。



5. 说明组织社交媒体政策的关键组成部分是什么。讨论制定这样政策的重要性。

**【课程内容】**

1. 战略规划与社交媒体营销
2. 社交媒体营销成熟生命周期的三个阶段
3. 社交媒体活动：战略规划过程
4. 管理社交媒体市场营销

**【重点、难点】**

1. 重点：社交媒体营销战略规划制定
2. 难点：支持社交媒体市场营销战略的组织形式

**【教学方法】**

1. 课堂讲授。结合 PPT 讲授社交媒体战略规划定义、社交媒体战略规划制定和管理。
2. 课堂活动。制定社交媒体营销战略规划。

**【学习要求】**

制定社交媒体营销战略。

**【复习与思考】**

1. 为什么有些机构没有规划和研究就进入试点阶段？在社交媒体营销成为营销计划的一部分之前获得社交媒体体验是否有价值？
2. 解释社交媒体营销成熟生命周期的各个阶段。
3. 拥抱社交媒体营销的企业采用哪些组织结构形式？各自的优点和缺点是什么？
4. 解释社交媒体营销战略规划过程的步骤。
5. 规划社交媒体营销的组织可以使用哪些预算方法？

**【学习资源】**

1. Marketing Sherpa explained these three phases in its Social Media Marketing Benchmark Report (2010), <http://content.marketingsherpa.com/heap/SocialMediaMarketing2010EXE.pdf>, which surveyed 2,300 marketers. This report has not been updated. Since that time, Altimeter has conducted a similar study and identified five phases of development; see Altimeter, The Evolution of Social Business (2013), [http://altimetergroup.wpengine.netdna-cdn.com/wpcontent/uploads/2013/03/Altimeter\\_Evolution\\_Social\\_Business\\_FINAL\\_030613.pdf](http://altimetergroup.wpengine.netdna-cdn.com/wpcontent/uploads/2013/03/Altimeter_Evolution_Social_Business_FINAL_030613.pdf). However, we believe that the path to social medi marketing maturity is best understood following Marketing

Sherpa's model.

2. Alexandra Marin and Barry Wellman, "Social Network Analysis: An Introduction," in John Scott and Peter J. Carrington (eds), *The Sage Handbook of Social Network Analysis* (London: Sage, 2011), pp. 11–25.

### 社交媒体策略计划与执行

#### 【学习目标】

1. 描述社交媒体营销策略计划。说明它如何支持社交媒体营销策略的执行？
2. 解释渠道计划，举例说明如何使用它。
3. 辨析内容计划与体验策略的关系。说明内容计划中包含哪些要素。
4. 解释什么是内容日历以及制定日历时应考虑哪些因素。
5. 描述社交媒体团队如何管理与执行社交媒体策略相关的角色、任务和日程安排。

#### 【课程内容】

1. 社交媒体营销策略计划
2. 为什么：价值驱动社交媒体营销
3. 谁：理解并尊重目标受众
4. 哪里：渠道计划
5. 什么：体验设计
6. 如何：内容生产和推广

#### 【重点、难点】

1. 重点：社交媒体营销体验设计
2. 难点：内容战略

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授。结合 PPT 讲授社交媒体策略计划和媒体品牌体验设计和管理。
2. 课堂活动。设计社交媒体营销体验策略。

#### 【学习要求】

1. 概述社交媒体策略计划。
2. 设计社交媒体营销体验。

#### 【复习与思考】

1. 什么是社交媒体策略？
2. 为什么社交媒体策略应该基于体验？描述一次你认为引人入胜的社交媒体品牌体验。体验的哪些特征使其有效？
3. 描述营销人员用于实现体验策略的四种策略，并记下社交媒体的相关区

域。

4. 为什么品牌应该开发卫生、中心和英雄内容？
5. 内容策略文件由哪些部分组成？这与内容日历有何不同？
6. 定义的社交媒体工作流程有哪些好处？

#### 【学习资源】

1. The tactics listed include 11 identified and defined by Accenture; see Accenture, *Talk With Me not At Me: Playing to Win with Social Media*, 2014, [www.accenture.com/t20150523T022446\\_\\_w\\_/usen/\\_acnmedia/Accenture/ConversationAssets/DotCom/Documents/Global/PDF/Dualpub\\_1/Accenture-Playing-WinSocial-Media.pdf](http://www.accenture.com/t20150523T022446__w_/usen/_acnmedia/Accenture/ConversationAssets/DotCom/Documents/Global/PDF/Dualpub_1/Accenture-Playing-WinSocial-Media.pdf).

2. Danyl Bosomworth, “The Content Marketing Matrix,” *Smart Insights*, [www.smartinsights.com/content-management/content-marketingstrategy/the-content-marketing-matrix-new-infographic/?utm\\_source=hubspot&utm\\_medium=pdf&utm\\_campaign=contentplanning](http://www.smartinsights.com/content-management/content-marketingstrategy/the-content-marketing-matrix-new-infographic/?utm_source=hubspot&utm_medium=pdf&utm_campaign=contentplanning).

3. “Types of Content Created vs. Considered Most Effective According to US Content Marketers, Sep 2016 (% of respondents),” *eMarketer*, January 20, 2017, [www.emarketer.com/Chart/Types-of-Content-Created-vs-Considered-MostEffective-According-US-Content-Marketers-Sep-2016-of-respondents/203148](http://www.emarketer.com/Chart/Types-of-Content-Created-vs-Considered-MostEffective-According-US-Content-Marketers-Sep-2016-of-respondents/203148).

4. A list to several excellent templates is provided at Mitchel Hall, “Content Marketing Editorial Calendar Templates: The Ultimate List,” May 8, 2017, [www.curata.com/blog/content-marketing-editorial-calendar-templates-theultimate-list](http://www.curata.com/blog/content-marketing-editorial-calendar-templates-theultimate-list).

## 社会社区

#### 【学习目标】

1. 解释社交网络社区如何实现用户参与和分享。
2. 制定利用社交网络社区进行品牌推广的方式。
3. 说明品牌如何利用社交网站有机地接触消费者。总结品牌粉丝的特征。
4. 例举社交社区可以使用哪些形式的付费媒体。说明付费媒体对社交媒体营销人员的重要性。

#### 【课程内容】

1. 社会社区概念及维度
2. 社会社区活动：参与
3. 社会社区中的市场营销应用
4. 社会存在：作为关系节点的品牌

5. 品牌参与与友好广告
6. 发帖内容及类型
7. 品牌参与
8. 谁：理解并尊重目标受众
9. 哪里：渠道计划
10. 什么：体验设计
11. 如何：内容生产和推广

#### 【重点、难点】

1. 重点：社交媒体营销体验设计
2. 难点：内容战略

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授。结合 PPT 讲授社交媒体策略计划和媒体品牌体验设计和管理。
2. 课堂活动。设计社交媒体营销体验策略。

#### 【学习要求】

1. 概述社交媒体策略计划。
2. 设计社交媒体营销体验。

#### 【复习与思考】

1. 什么是社交媒体策略？
2. 为什么社交媒体策略应该基于体验？描述一次你认为引人入胜的社交媒体品牌体验。体验的哪些特征使其有效？
3. 描述营销人员用于实现体验策略的四种策略，并记下社交媒体的相关区域。
4. 为什么品牌应该开发卫生、中心和英雄内容？
5. 内容策略文件由哪些部分组成？这与内容日历有何不同？
6. 定义的社交媒体工作流程有哪些好处？

#### 【学习资源】

1. Josh Mendelsohn and Jeff McKenna, "Social Sharing Research Report," Chadwick Martin Bailey, September 2010, [www.cmbinfo.com/cmb.../Social\\_Sharing\\_Research\\_Report\\_CMB1.pdf](http://www.cmbinfo.com/cmb.../Social_Sharing_Research_Report_CMB1.pdf).
2. Rebecca Walker Naylor, Cait Poynor Lamberton, and Patricia M. West, "Beyond the 'Like' Button: The Impact of Mere Virtual Presence on Brand Evaluations and Purchase Intentions in Social Media settings," *Journal of Marketing*, 76:6 (2012), 105–20.
3. Susan Fournier, "Consumers and Their Brands: Developing Relationship

Theory in Consumer Research,” *Journal of Consumer Research*, 24 (1998), 343– 73.

4. Kuan-Ju Chen, Jih-Syuan Lin, Jung Hwa Choi, and Jung Min Hahm, “Would You Be My Friend? An Examination of Global Marketers’ Brand Personification Strategies in Social Media,” *Journal of Interactive Advertising*, 15:2 (2015), 97 – 110.

5. Margaret Callcott and Barbara J. Phillips, “Observations: Elves Make Good Cookies: Creating Likable Spokes Character Advertising,” *Journal of Advertising Research*, 35 (1996), 73 – 9.

6. Solis, “The Social Media Style Guide,” June 14, 2010, [www.briansolis.com/2010/06/the-social-media-style-guide-8-steps-to-creating-a-brand-persona-2](http://www.briansolis.com/2010/06/the-social-media-style-guide-8-steps-to-creating-a-brand-persona-2).

7. Filiz Bozkurt Bekoglu, “Strategic Approach in Social Media Marketing and a Study on Successful Facebook Cases,” *European Scientific Journal*, 12:7 (2016), 261 – 73.

8. J. Van Doorn, Kay Lemon, V. Mittal, S. Nass, D. Pick, P. Pirner, and C. Verhoef, “Customer Engagement Behavior: Theoretical Foundations and Research Directions,” *Journal of Service Research*, 13:3 (2010), 253 – 66.

9. Bruno Schivinski and Dariusz Dabrowski, “The Effect of Social Media Communication on Consumer Perceptions of Brands,” *Journal of Marketing Communications*, 22:2 (2016), 189 – 214.

## 社会出版

### 【学习目标】

1. 列举社会出版的渠道。
2. 阐明谁创造社会出版的内容以及哪些内容能够被出版。
3. 制定高质量和价值的社交出版内容评价标准。
4. 制定营销人员计划、组织、运营社交出版策略。
5. 解释社交出版在营销领域的角色。
6. 举例说明社交媒体营销人员如何利用搜索引擎优化和社交媒体优化来实现市场营销目标。
7. 列举推广社交内容的方法。解释社交新闻和社交书签网站在推广的过程中的角色。

### 【课程内容】

1. 社会出版的概念
2. 内容的出版

3. 内容的开发与组织
4. 内容的社交出版策略

**【重点、难点】**

1. 重点：内容的开发与组织
2. 难点：高质量和高价值内容的评价标准

**【教学方法】**

1. 课堂讲授。社交出版概念，社交出版内容特征和内容的开发与组织。
2. 课堂讨论。社交出版内容的评价标准。

**【学习要求】**

1. 阅读相关教材和文献，掌握社交出版概念和市场营销策略。
2. 积极参与课堂讨论，提出自己的见解和观点。

**【复习与思考】**

1. 什么是社交出版?什么样的内容可以社会化发布?
2. 社交发布如何与 SEO 和 SMO 一起帮助实现营销目标?
3. 网站如何针对搜索引擎进行优化?
4. 为什么在搜索引擎结果列表中获得前三名很重要?
5. 解释链轮的概念。
6. 搜索引擎优化器使用哪些不同类型的标签来影响搜索引擎索引?
7. 社会化媒体优化在搜索引擎优化中扮演什么角色?这两个概念是如何关联的?
8. 解释五种类型的链接诱饵和为什么链接诱饵是重要的。
9. 解释社会新闻网站和社会书签网站的区别。

**【学习资源】**

1. Content Marketing Institute, B2C Content Marketing: 2017 Benchmarks, Budgets, and Trends.
2. “Facebook Adds VR to the Timeline”, eMarketer, [www.emarketer.com/Article/Facebook-Adds-VR-Timeline/1015392?ecid=NL1001](http://www.emarketer.com/Article/Facebook-Adds-VR-Timeline/1015392?ecid=NL1001).
3. “A Brief Timeline of the History of Blogging”, Blogspot, <https://blog.hubspot.com/marketing/history-ofblogging#sm.0004b70l91cduds6tlj2qb4zw13aj>.
4. “Who’s Blogging What: Better Business Blogging in 2011,” HubSpot, [www.hubspot.com/ebooks/better-business-blogging-in-2011](http://www.hubspot.com/ebooks/better-business-blogging-in-2011).
5. Heather Armstrong, Dooce, [www.dooce.com](http://www.dooce.com).
6. David Armano, Logic + Emotion, <http://darmano.typepad.com>.

## 社会娱乐

### 【学习目标】

1. 阐述社交娱乐概念。
2. 识别品牌化娱乐与内容营销的区别。
3. 设计社交游戏营销战略。
4. 讨论营销人员如何利用社交音乐、社交电视和社交名人传递品牌信息。

### 【课程内容】

1. 社会娱乐的概念
2. 社交游戏
3. 以游戏为基础的市场营销
4. 实境游戏

### 【重点、难点】

1. 重点：社交游戏市场营销策略
2. 难点：实境游戏

### 【教学方法】

1. 课堂讲授。社交游戏概念，社交游戏市场营销策略。
2. 课堂讨论。实境游戏在市场营销中角色。

### 【学习要求】

1. 积极参与讨论活动，加深对实境游戏在旅游景区市场营销的理解。
2. 运用社交游戏市场营销的知识，制定景区营销办法。

### 【复习与思考】

1. 什么是社交娱乐?社交娱乐有哪些类型?
2. 休闲玩家与硬核玩家有何不同?社交玩家是休闲玩家，还是休闲与硬核的混合体，抑或是一种全新的玩家群体?
3. 四种主要的游戏类型是什么?提供每个例子。每种类型的区别特征是什么?
4. 如何让游戏具有社交性?解释社交游戏的特点。
5. 解释滚动前广告、滚动后广告和关卡间广告的区别。
6. 什么是广告游戏?我们如何将其与其他社交游戏区分开来?
7. 品牌整合和沉浸式游戏内广告与社交游戏中的其他品牌形式有何不同?
8. 为什么品牌赞助视频网红如此有效?
9. 使用原创品牌视频内容进行营销而不是在其他内容中做广告的优势是什么?
10. 什么是社交音乐?

11. 娱乐品牌如何利用社交电视?

**【学习资源】**

1. Sami Main, “Fullscreen’s Research Finds Gen Z Enjoys Branded Content More than Millennials,” AdWeek, May 23, 2017, [www.adweek.com/digital/fullscreens-research-finds-gen-z-enjoys-brandedcontent-more-than-millennials](http://www.adweek.com/digital/fullscreens-research-finds-gen-z-enjoys-brandedcontent-more-than-millennials).

2. Jie Zhang, Youngjun Sung, and Wei-Na Lee, “To Play or Not to Play: An Exploratory Content Analysis of Branded Entertainment in Facebook,” American Journal of Business, 25:1 (2010), 53–64.

3. “The Social Generations: Millennials Ask, Gen X Buys & Baby Boomers Observe,” The Q1 2017 Sprout Social Index, Sprout Social, 2017, <http://sproutsocial.com/insights/data/q1-2017>.

社会商务

**【学习目标】**

1. 识别社交商务和电子商务。
2. 阐明商品的评级和评价对消费者及网上零售商的作用。
3. 举例说明社交购物软件及工具如何影响消费者制定决策过程中的不同阶段。
4. 说明影响社交购物的心理因素。

**【课程内容】**

1. 社会商务的概念
2. 数字化消费体验
3. 社会商务策略

**【重点、难点】**

3. 重点：社会商务市场营销策略
4. 难点：传播效果印象

**【教学方法】**

1. 课堂讲授。社交商务概念及市场营销策略。
2. 课堂讨论。在线评论和评分如何影响自己的在线购买行为。

**【学习要求】**

1. 关注社会商务对消费者行为的影响。
2. 学会运用社交商务知识和方法制定市场营销策略。

**【复习与思考】**

1. 解释购买伙伴的概念。你是把你的线下和线上购物伙伴从同一群朋友和



家人中拉出来的，还是他们有某种不同？

2. 社交商务与电子商务有什么关系？在未来，电子商务是否能够脱离社交应用而存在？为什么或者为什么不呢？

3. 企业实现社交购物应用程序的好处是什么？

4. 社交购物和社交商务的区别是什么？

5. 评论与推荐有何不同？为什么评级是评论网站的重要提示？

6. 解释有限理性的概念，因为它与社会购物有关。

7. 决策过程的哪个阶段最受社交商务维度的影响？解释一下。

8. 什么是切片？

9. 解释社交商务应用中普遍存在的六种影响来源。

#### 【学习资源】

1. Amir Afrasiabi Rad and Morad Benyoucef, “A Model for Understanding Social Commerce,” *Journal of Information Systems Applied Research*, 4:2 (2011), 63.

2. Catherine Baethge, Julia Klier, and Mathias Klier, “Social Commerce—State-of-the-Art and Future Research Directions,” *Electronic Markets*, 26 (2016), 269–90.

3. J. Shen, “Social Comparison, Social Presence, and Enjoyment in the Acceptance of Social Shopping Websites,” *Journal of Electronic Commerce Research*, 13:3 (2012), 198–212; cf. J. Shen and L. Eder, “An Examination of Factors Associated With User Acceptance of Social Shopping Websites,” *International Journal of Technology and Human Interaction*, 7:1 (2011), 19–36; J. Shen, L. Eder, and J.D. Procaccino, “Social Comparison and Trust in the Acceptance of Social Shopping Websites,” *International Journal of Electronic Business*, 8:4 (2010), 360–75.

### 社交媒体分析

#### 【学习目标】

1. 列举企业开展社交媒体研究的主要方法。
2. 执行数据的搜集、处理、分析的研究程序。
3. 阐述社交媒体研究者常犯的错误。
4. 制定品牌商家进行社交监听的流程管理。
5. 运用网络民族志的方法开展研究。

#### 【课程内容】

1. 社交媒体在研究中作用。

2. 社交媒体监听：调查的过程。
3. 社交媒体研究中的错误和误差。
4. 社交数据管理。
5. 网络民族志。

**【重点、难点】**

5. 重点：社交媒体监听和监测
6. 难点：网络民族志

**【教学方法】**

1. 课堂讲授。社交媒体数据收集过程和分析。
2. 课堂练习。情感分析。

**【学习要求】**

1. 掌握社交媒体数据收集和管理流程。
2. 学会运用情感分析和网络民族志对数据进行分析。

**【复习与思考】**

1. 什么是社交媒体研究？
2. 为什么社交媒体研究对营销人员很有价值？营销人员如何使用它？
3. 社交媒体研究人员的数据来源是什么？
4. 在社交媒体研究中常见的错误来源是什么？
5. 解释情绪分析的步骤。
6. 什么时候研究者应该使用内容分析和情感分析？
7. 社会智能系统的组成部分是什么？
8. 研究人员如何使用网络民族志？

**【学习资源】**

1. Robert V. Kozinets, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online* (London: Sage, 2010); Robert V. Kozinets, "The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities," *Journal of Marketing Research*, 39:1 (2002), 61–72.

2. Robert Kozinets, "E-Tribalized Marketing? The Strategic Implications of Virtual Communities of Consumption," *European Management Journal*, 17:3(1999), 252–64.

### 社交媒体测量指标

**【学习目标】**

1. 归类社交媒体营销中测量指标。
2. 执行测量中的 DATA 方法。

3. 总结大多数常用的社交媒体指标的共同点。
4. 计算社交媒体的投资回报率。
5. 评估一个社交媒体营销项目的成本和收益。
6. 追踪社交媒体的成果。

**【课程内容】**

1. 社交媒体营销测量指标
2. 评价及考量方式：DATA 法

**【重点、难点】**

1. 重点及难点：DATA 法

**【教学方法】**

1. 课堂讲授：社交媒体营销测量指标及评价方法。
2. 课堂练习：DATA 法。

**【学习要求】**

1. 掌握社交媒体评价指标及算法。
2. 学会运用评价模型对社交媒体营销效果进行评价。

**【复习与思考】**

1. 什么是度规?什么是 KPI?
2. 为什么社交媒体 ROI 金字塔在选择合适的 kpi 时很有用?
3. 解释 SMART 目标的含义。
4. 营销经理如何应用 DATA 流程来评估社交媒体营销工作?
5. 描述活动指标、交互指标和返回指标之间的差异。
6. 什么是 A/B 测试?它是如何使用的?
7. 在评估指标后, 营销人员可能会做出哪些调整?

**【学习资源】**

1. Recommended readings include Jeffrey, “Social Media Measurement: A Step-by-Step Approach;” Murdough, “Social Media Measurement.” Roy, “Marketing Metrics and ROI: How to Set Up a Measurement System That Can Double Your Profitability.”
2. Kevin Lee, “Know What’s Working on Social Media,” Buffer, March 7, 2017, <https://blog.bufferapp.com/social-media-analytics-too> 1

## 五、实践教学安排

实践项目	学时	教学设计
------	----	------

熟悉社交媒体平台	2	目标：了解各个社交媒体平台的特色和市场定位。 制作社交媒体四领域平台分布图。
社交媒体营销策略	4	目标：制定清晰的营销目标和执行计划。 小组制定社交媒体营销策略计划书。
内容创造与策划	4	目标：学会如何为社交媒体创造和策划吸引人的内容。 要求学生选择一个或几个社交媒体平台，为其设计一系列内容策划案例。这些案例应包括主题选定、目标受众分析、内容创造（包括文字、图片、视频等）、发布策略和效果评估等全方位操作。
数据驱动的决策制定	2	目标：学习如何使用分析工具和数据来驱动决策。这包括了解如何追踪和分析关键的性能指标，以及如何根据这些数据调整营销策略，以实现更好的营销效果。 主要环节：数据收集和整合。使用API或其他工具从社交媒体平台收集和整合数据并识别和选择数据的质量和可靠性；数据分析与解读。运用数据分析工具和技术，如数据可视化、统计分析和机器学习基础，从复杂的数据集中提取有意义的信息，并能够对数据进行合理的解释；评估与反馈。最终决策效果的评估，也包括整个决策过程中数据处理、分析和解释等各个环节的评估。
广告与推广	4	目标：学习如何利用社交媒体平台的广告系统，从而有效地扩大品牌影响力和达到营销目标。 环节：要求学生团队为某一品牌或产品设计完整的社交媒体广告推广计划，从市场调研、目标受众分析，到广告内容创意、投放策略，以及效果评估等全方面进行规划和实施，最终形成项目报告，并进行展示交流。主要流程： 广告创意设计：让学生团队设计一系列社交媒体广告创意，包括文案、图片或视频等内容，鼓励创新思维和艺术表现。 广告投放实操：指导学生使用常见的社交媒体平台进行广告投放，包括目标受众的选择、预算设置、广告效果跟踪等。 数据分析与优化：让学生学习如何通过数据分析工具（如Google Analytic）来分析广告投放的效果，以及如何根据数据分析结果对广告策略进行调整和优化。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

本课程考核方式分为过程性考核和期末考核。过程性考核方式（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、调研报告等。期末考核采用考查。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	社会社区、社会出版、社会娱乐、	课堂测试、课堂表现、线上测试、期末考查

	社会商务 30%	
课程目标 2	社交媒体营销战略、社交媒体策略计划与执行、社交媒体分析、社交媒体测量指标 20%	课堂讨论、报告展示、团队合作、实践表现
课程目标 3	社交媒体环境、社会消费者、社交媒体网络结构和群体影响 30%	课堂讨论、实践表现、期末考查
课程目标 4	社会社区、社会出版、社会娱乐、社会商务 20%	课堂测试、课堂表现、线上测试、期末考查

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩 = (课堂表现 × 40% + 平时作业 × 40% × 读书笔记 × 20%) × 50% + 期末考试成绩 × 50%

#### 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现：根据学生到课率、课堂参与程度与质量量分。

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量、平时小测验等进行评价。

(3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3. 期末成绩评定

根据期末开卷考查卷面成绩评定。

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课 1—2 次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课 2—3 次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课 3—4 次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课 4—5 次。

2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
4	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写比较整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
社交媒体营销	北京大学新媒体研究中心	上海人民出版社	2017.6	否	

## 九、主要参考书目

1. Minazzi, R. (2015). *Social Media Marketing in Tourism and Hospitality*. Routledge.
2. Maurer, C. (2020). *Digital Marketing in Tourism*. Routledge.

## 十、课程学习建议

1. 精选案例分析：积极寻找并分析成功的社交媒体营销案例。通过这些案例学习不同策略的运用和效果评估，以及如何在不同平台上吸引和维护受众的技巧。

2. 实操练习：在理论学习的基础上，不断尝试实际操作。可以从创建和管理自己的社交媒体账号开始，尝试发布不同类型的内容，如图文、视频等，并观察分析哪种内容的互动率更高。

3. 深入学习社交媒体工具和平台功能：掌握各大社交媒体平台的特定功能，如 Instagram 的 Reels、TikTok 的短视频等。了解并利用这些工具可以帮助提升内容的曝光量和互动率。

4. 定期回顾和调整策略：社交媒体的趋势和算法在不断变化。因此，定期回顾和分析自己的社交媒体活动，并根据分析结果调整策略，是保持效果最佳的重要方法。

5. 跟进最新动态和趋势：社交媒体和数字营销领域的信息更新迅速。学生应该积极关注行业新闻、博客和论坛等，以保持对最新趋势和技术的了解。



# 会展经济与管理专业

## 《创意展示与设计》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《创意展示与设计》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	创意展示与设计 Creative Display and Design		
课程编码	231510604C	适用专业	会展经济与管理
先修课程	节事活动策划与组织	修读学期	第五学期
课程类别	节事活动策划与管理模块课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 20，实践学时 12）		
执笔人	刘昕	审核人	申磊

## 二、课程简介

《创意展示与设计》课程是会展经济与管理专业为培养展示设计复合型人才而开设的一门模块课程，属于职业能力教育平台的一门课程。本课程从空间规划、场景体验、艺术美学等方面，对展示空间设计的基本原理、方法与技巧进行了详细讲解，旨在通过系统的教学、具体的案例与丰富的实践操作，使学生做到理论联系实际，扩大学生的知识面，为今后工作及学习其他专业课程打下基础，培养学生在复杂多变的社会环境中的会展方向就业适应能力，成为会展应用型人才。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：了解展示空间设计的概念、定义、发展和趋势，掌握展示空间设计的基本原理；能够合理应用展示空间设计的设计手段和设计方法，包括平面布局、空间规划、色彩搭配等进行设计；能够创造性地运用各种空间要素，如空间照明、空间道具、空间版面、空间影像等，来营造独特的展示氛围和空间效果。并对商业、博览会、商贸会展、观演等各类型展示空间建立认知，能够将展示空间相关理论应用于类型场所设计中。【毕业要求 2.2】

课程目标 2：掌握展示空间形象设计的方法，了解展示空间的设计语言与表达方法，能够应用展示空间设计的创意性表达，独立思考分析展示空间的主



题创意设计，并应用于设计生产活动中。【毕业要求 3.1】

课程目标 3：掌握现代展示空间设计的知识前沿和技术动态，并具备实践课题设计和动手制作方面的能力、从概念设计到方案实施的全过程设计能力，能够独立完成展示空间规划和设计工作。【毕业要求 6.2】

课程目标 4：能够以小组为单位分工合作，模拟完成符合流程、原则的设计相关作业，通过实际操作和项目实践，具备较强的动手能力和团队协作精神。【毕业要求 7.1】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	创新能力	3.1 具有逻辑思辨、创新意识和创新实践能力。
课程目标 3	沟通表达	6.2 了解会展学科前沿和行业发展动态，具有较强的独立工作、应变和决策能力。
课程目标 4	团队合作	7.1 具有良好的团队合作能力。能够在工作中与同事和谐相处，协作共事，有效的沟通与合作。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
展示空间设计概述	课程目标 1	讲授法；案例教学法	2
展示空间设计基本原理	课程目标 1、2	讲授法；案例教学法；情境教学法	4
展示空间专项设计	课程目标 1、2、3	讲授法；情景教学法	8
展示空间专题设计	课程目标 1、2、3	讲授法；情境教学法	8
展示空间创意设计	课程目标 1、2、3、4	讲授法；案例教学法；合作教学法；项目教学法	6
展示空间设计程序与表现	课程目标 1、2、3、4	讲授法；合作教学法；项目教学法	4
合计			32

### （二）课程内容

#### 展示空间设计概述

##### 【学习目标】

- 1.了解本课程的知识体系框架；
- 2.了解展示空间设计的相关定义；
- 3.了解展示设计的由来与发展；

- 4.了解展示设计的特点与范畴，包括展览展示、商业展示、庆典展示等；
- 5.了解现代展示空间设计的发展趋势。

#### 【课程内容】

- 1.本课程的知识体系框架
- 2.展示空间设计的相关定义
- 3.展示设计与空间、与相关学科的关系
- 4.展示设计的由来与发展
- 5.展示设计的特点与范畴
- 6.现代展示空间设计的发展趋势

#### 【重点、难点】

- 1.重点：展示设计的特点
- 2.难点：现代展示空间设计的发展趋势

#### 【教学方法】

1.讲授法：讲解展示空间设计的概念、定位、特征，展示设计与空间的关系、与相关学科的关系；讲解展示行为的起源、展示设计的产生与发展、展示设计在中国的兴起与发展；讲解展览展示、商业展示、庆典展示等不同的展示设计类型；讲解人性化、环保型、互动性等现代展示空间设计的特点与发展趋势。

2.案例教学法：通过案例使学生直观地区分不同类型展览设计的特点与发展趋势。

#### 【学习要求】

能够区分不同类型的展示设计，并对各类型展示设计的发展趋势产生思考。

#### 【复习与思考】

- 1.简述展示空间设计的发展历程？
- 2.结合展示设计发展历程，深刻认识展示空间设计的发展趋势？

#### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《展示设计》课程

展示空间设计基本原理

#### 【学习目标】

- 1.了解展示空间设计的形式法则；
- 2.掌握展示空间设计方法；
- 3.了解展示空间设计中人体工程学的应用。

#### 【课程内容】

- 1.展示空间设计中视觉元素的运用

- 2.设计的形式美法则
- 3.展示空间设计风格
- 4.展示陈列的设计手法
- 5.展示陈列的布置类型
- 6.展示空间设计中的尺度要素
- 7.展示空间设计中的心理要素、视觉要素的原理和成因

**【重点、难点】**

- 1.重点：展示空间设计的形式法则和设计方法
- 2.难点：展示空间设计中人体工程学的应用

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解展示空间设计中视觉元素的运用、设计的形式美法则、展示陈列的设计手法。

2.案例教学法：通过案例介绍展示空间设计风格、展示陈列的布置类型。

3.情境教学法：学生通过分组情境模拟和实践，体验展示空间设计中的尺度要素、心理要素和视觉要素等展示空间设计中人体工程学的应用。

**【学习要求】**

课前对展示空间设计中人体工程学的涉及范畴有所认知。

**【复习与思考】**

- 1.通过对实际案例的分析，阐述展示空间设计形式法则在其间的运用。
- 2.自选一个熟悉或者优秀案例，分析其设计风格。

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《展示设计》课程

展示空间设计专项设计

**【学习目标】**

- 1.了解展示空间平面的功能、内容与设计方法；
- 2.了解展示空间规划的形式、构成元素与规划方法；
- 3.了解展示空间色彩的功能、类型与设计原则；
- 4.了解展示空间照明的灯具、类型、设计程序与应用设计；
- 5.了解展示空间道具的功能、设计原则与方法；
- 6.了解展示空间版面的元素、设计原则与方法；
- 7.了解展示空间影像传媒技术的种类、功能特点及设计原则。

**【课程内容】**

- 1.展示空间平面区域规划和展示空间配置
- 2.人流参观动线设计原则与线路分类

- 3.平面空间的构成与布置方法
- 4.展示空间规划设计的形式
- 5.展示空间构成元素
- 6.展示空间的分隔方式和方法
- 7.展示空间特征分类
- 8.展示空间处理手法
- 9.展示空间色彩的功能、作用、类型、设计原则
- 10.色彩的情感表达
- 11.展示照明的种类、灯具类型
- 12.展示空间照明设计的原则、程序与设计
- 13.展示空间道具的概念、作用、类型与设计原则
- 14.展示版面的元素、功能与设计原则
- 15.展示空间影像传媒技术的种类、功能特点与设计原则

**【重点、难点】**

- 1.重点：展示空间规划的形式、构成元素与规划方法
- 2.难点：展示空间影像传媒技术的种类、功能特点及设计原则

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解展示空间平面的功能、内容与设计方法；展示空间规划的形式、构成元素与规划方法；展示空间色彩的功能、类型与设计原则；展示空间照明的灯具、类型、设计程序与应用设计；展示空间道具的功能、设计原则与方法；展示空间版面的元素、设计原则与方法；展示空间影像传媒技术的种类、功能特点及设计原则。

2.案例教学法：通过案例，介绍及分析展示空间平面设计、空间规划、空间色彩、照明灯具和设计应用、展示道具、展示版面等展示空间的专项设计要素。

3.情景教学法：组织学生走进展示空间案例实地参观，体验最新影像传媒技术的应用设计，并产出报告。

**【学习要求】**

课前自行实地参观三个及以上的展览展示场所。

**【复习与思考】**

- 1.怎样更好地实现展示空间的序列？
- 2.展示空间的限定因素有哪些？对空间产生限定有哪些方法？

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《展示设计》课程

## 展示空间设计专题设计

### 【学习目标】

- 1.了解商业空间展示设计的概念、功能和设计要点；
- 2.了解商业空间展示空间的类型及各空间类型的设计内容、规范和标准；
- 3.了解博览会空间展示设计的定位、空间类型与特点；
- 4.了解博览会空间展示设计的外部形式视觉特征；
- 5.了解商贸会展空间展示设计的概念和类型；
- 6.了解商贸会展空间展示设计的设计技巧和原则；
- 7.了解观演空间展示布局设计形式；
- 8.了解观演空间展示空间的设计原则和视线设计应用标准。

### 【课程内容】

- 1.商业空间展示设计的概念和功能
- 2.购物空间设计要点
- 3.购物空间设计的特点、内容、规范和标准、原则及方法；
- 4.博览会空间展示设计定位
- 5.博览会空间类型和特点
- 6.博览会空间展示设计的外部形式视觉特征
- 7.商贸会展空间展示设计的概念和类型
- 8.商贸会展空间展示设计的设计技巧和原则
- 9.商贸会展空间的设计要求
- 10.观演空间展示布局设计形式
- 11.观演空间展示空间的设计原则和要求
- 12.观演空间展示空间的视线设计应用标准

### 【重点、难点】

- 1.重点：各类型展示空间设计的类型
- 2.难点：各类型展示空间设计的技巧、原则和标准

### 【教学方法】

1.讲授法：讲解商业空间展示设计的概念、功能和设计要点；商业空间展示空间的类型及各空间类型的设计内容、规范和标准；博览会空间展示设计的定位、空间类型与特点；博览会空间展示设计的外部形式视觉特征；商贸会展空间展示设计的概念和类型；商贸会展空间展示设计的设计技巧和原则；观演空间展示布局设计形式；观演空间展示空间的设计原则和视线设计应用标准。

2.情境教学法：通过组织学生参观真实的观演空间，体验和感受观演空间的观演视线中的人体工学应用。

### 【学习要求】

课前须了解本课程应用的空间范畴、典型的场所类型有哪些。

### 【复习与思考】

1.节事活动中的展示设计内容有哪些？可与本单元课程的哪些内容进行对应？

2.拟定一个主题节事活动，讨论可以在展示设计中的哪些方面或内容中使活动突出主题？

### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《展示设计》课程

展示空间创意设计

### 【学习目标】

- 1.掌握展示空间形象设计的方法；
- 2.了解展示空间的设计语言与表达方法；
- 3.能够应用展示空间设计的创意性表达；

### 【课程内容】

- 1.空间形象设计的原理与方法
- 2.空间形态的构思内容
- 3.空间设计方案制定的内容
- 4.空间设计语言的类型
- 5.空间设计表达的途径和方式
- 6.主题创意设计的类型
- 7.元素的再设计方法

### 【重点、难点】

- 1.重点：展示空间的设计语言与表达方法
- 2.难点：展示空间设计的创意性表达

### 【教学方法】

1.讲授法：讲解展示空间形象设计的方法；展示空间的设计语言与表达方法；演示展示空间创意性表达的设计方法；

2.案例教学法：通过案例切入，分析优秀展示空间的主题创意设计；

3.项目教学法：以小组为单位，流程完整地完一个特定主题、特定场地的展示空间创意设计。

### 【学习要求】

课前至少掌握任意一个展示空间设计的表达工具的运用。

### 【复习与思考】

- 1.如何通过视听媒介技术进行空间的创意展示设计?
- 2.以 2010 年上海世博会中任一场馆为例,分析其外在造型的主题创意。

**【学习资源】**

中国大学 Mooc《展示设计》课程

展示空间设计程序与表现

**【学习目标】**

- 1.了解展示空间设计程序及各阶段的任务;
- 2.了解展示空间设计的表达工具。

**【课程内容】**

- 1.展示空间设计程序流程框架
- 2.展示空间设计程序中各阶段的任务
- 3.展示空间设计的表达工具

**【重点、难点】**

- 1.重点:展示空间设计程序及各阶段的任务
- 2.难点:展示空间设计的表达工具

**【教学方法】**

1.讲授法:讲解展示空间设计的前期工作、方案设计与投标、签订协议与制作准备、现场施工、展会其间及撤场、后续跟踪服务;讲解 AutoCAD 平面图、Sketchup 效果图、马克笔手绘效果图、实体模型等展示空间设计的表达工具。

2.项目教学法:以小组为单位,模拟完成展示空间项目的方案设计与竞标工作。

**【学习要求】**

课前至少掌握任意一个展示空间设计的表达工具的运用。

**【复习与思考】**

- 1.作为一名展示设计师,应该如何与企业更好地进行沟通与交流?
- 2.选择适当的材料,自选一套优秀的展示空间设计效果图,以模型的形式表现出来。

**【学习资源】**

中国大学 Mooc《展示设计》课程

## 五、实践教学安排

### (一) 实验项目与课程目标的关系

序号	实验项目	实验学时	实验类型	分组要求	开出要求	支撑课程目标
1	展示空间设计基本原理	2	综合	单人	必做	课程目标 1、2

2	展示空间专项设计	2	综合	单人	必做	课程目标 1、2、3
3	展示空间专题设计	2	综合	单人	必做	课程目标 1、2、3
4	展示空间创意设计	4	综合	6-8 人一组	必做	课程目标 1、2、3、4
5	展示空间设计程序与表现	2	综合	6-8 人一组	必做	课程目标 1、2、3、4

注：实验类型：演示/验证/综合/设计；开出要求：必做/选做；分组要求：几人一组。

## （二）实验项目

### 1.展示空间设计基本原理

【实验目的】体验展示空间设计中的尺度要素、心理要素和视觉要素

【实验原理】展示空间设计中人体工程学

【主要设备】摄影设备、纸笔

【内容提要】学生通过分组情境模拟和实践，体验展示空间设计中的尺度要素、心理要素和视觉要素等展示空间设计中人体工程学的应用。

【实验安排】学生在老师带队下去往实践场所，按要求在场所中自由活动、独立作业。

【教学方法与手段】情境教学法

【实验报告要求】实践场所中人体工程学应用心得

### 2.展示空间专项设计

【实验目的】通过实地参观调研，了解展示空间里影像传媒技术的创意应用。

【实验原理】展示空间影像传媒技术的种类、功能特点及设计原则

【主要设备】摄影摄像设备、纸笔

【内容提要】学生走进展示空间案例实地参观，体验最新影像传媒技术的应用设计，并产出报告。

【实验安排】学生在老师带队下去往实践场所，按要求在场所中自由活动、独立作业。

【教学方法与手段】情景教学法

【实验报告要求】调研报告一份，要求列出参观案例中所应用的影像传媒技术的种类、评估互动效果，并就其中的技术设计应用创意进行分析。

### 3.展示空间专题设计

【实验目的】体验观演空间中的观演视线

【实验原理】观演空间中的观演视线人体工程学

【主要设备】纸笔

【内容提要】通过组织学生在观演空间中观看真实表演，过程中体验和感



受观演空间中的观演视线人体工程学应用。

**【实验安排】**学生在老师带队下去往实践场所，按要求在场所中体验观影，并独立作业。

**【教学方法与手段】**情境教学法

**【实验报告要求】**实践场所中人体工程学应用心得

1.平面图（总平面图、一层平面图、二层平面图）；2.立面图（4个外立面图）；3.适当位置的剖面图、透视图；4.设计说明；5.主题发展演变模式草图；6.方案 PPT 与提案秀。

4.展示空间创意设计

**【实验目的】**能够团队合作完成展示空间创意设计

**【实验原理】**展示空间形象设计的方法与创意表达

**【主要设备】**电脑、AutoCAD 软件、纸笔或 Photoshop/Sketchup 软件

**【内容提要】**以小组为单位，完成一个特定主题、特定场地的展示空间创意设计。

**【实验安排】**学生以 6-8 人规模自行分组，按照指定主题与场所类型，在 4 小节课时（含跨课时的课外时间）的时间内，团队协作完成一个展示空间创意设计。其中前 2 小节课时实践内容为团队讨论，后 2 小节课时实践内容为团队作图。

**【教学方法与手段】**合作教学法、项目教学法

**【实验报告要求】**1.AutoCAD 软件绘制的空间规划平面图；2.主要区域草图（彩铅手绘、马克笔手绘、Photoshop 二维草图、Sketchup 三维草图，根据小组人员绘图特长自行选择）。

5.展示空间设计程序与表现

**【实验目的】**能够团队合作完成创意展示空间的竞标

**【实验原理】**展示空间投标程序

**【主要设备】**电脑、PPT、多媒体

**【内容提要】**学生以“展示空间创意设计”实践成果为方案，团队合作制作标书及提案演示内容，并在实践课堂上模拟竞标。

**【实验安排】**学生按照“展示空间创意设计”实践课中的小组划分进行作业，派代表抽取竞标顺序模拟竞标，小组成员均须完成提案，队内分工自行安排。

**【教学方法与手段】**合作教学法、项目教学法

**【实验报告要求】**标书一本、提案 PPT、提案秀

## 六、考核方式

## （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核包括：课堂表现、平时作业、课堂笔记等，过程性评价主要是根据学生在整个课程中的表现来完成，如学生的到课率、课堂参与的积极主动性、课程作业完成情况、日常学习的记录等。期末考核采用考查方式。

## （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	展示空间设计的相关定义；展示设计与空间、与相关学科的关系；展示设计的由来与发展；展示设计的特点与范畴；现代展示空间设计的发展趋势；展示空间设计中视觉元素的运用；展示空间设计风格；展示陈列的设计手法；展示陈列的布置类型；展示空间设计中的尺度要素；展示空间平面区域规划；人流参观动线设计原则与线路分类；平面空间的构成；展示空间规划设计的形式；展示空间构成元素；展示空间特征分类；展示空间色彩的功能、作用、类型、设计原则；展示照明的种类、灯具类型；展示空间照明设计的原则与程序；展示空间道具的概念、作用、类型与设计原则；展示版面的元素、功能与设计原则；展示空间影像传媒技术的种类、功能特点与设计原则；商业空间展示设计的概念和功能；购物空间设计要点；购物空间设计的特点、内容、规范和标准、原则；博览会空间展示设计定位；博览会空间类型和特点；博览会空间展示设计的外部形式视觉特征；商贸会展空间展示设计的概念和类型；商贸会展空间展示设计的设计技巧和原则；观演空间展示空间的设计原则和要求；观演空间展示空间的视线设计应用标准；空间形象设计的原理；主题创意设计的类型；展示空间设计程序 流程框架 25%	报告展示、实践表现、课堂表现、期末考试等
课程目标 2	设计的形式美法则；展示空间设计中的心理要素、视觉要素的原理和成因；展示空间配置；平面空间的布置方法；展示空间的分隔方式和方法；展示空间处理手法；展示空间照明设计；商贸会展空间的设计要求；观演空间展示布局设计形式；空间形象设计的方法；空间形态的构思内容 25%	课堂讨论、报告展示、团队合作、实践表现、课堂表现、期末考试等
课程目标 3	色彩的情感表达；购物空间设计的方法；空间设	课堂讨论、报告展示、团

	计语言的类型；空间设计表达的途径和方式；空间设计表达的途径和方式；元素的再设计方法；展示空间设计的表达工具 25%	队合作、实践表现、课堂表现、期末考试等
课程目标 4	空间设计方案制定的内容；展示空间设计程序中各阶段的任务 25%	课堂讨论、报告展示、团队合作、实践表现、课堂表现、期末考试等

## 七、成绩评定

### （一）评定方式

#### 1.总成绩评定

总成绩=过程性考核成绩（课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%）×30%+技能成绩×20%+期末考核×50%

#### 2.平时成绩评定

（1）课堂表现：学生主动参与课堂练习、讨论，创造性地提出问题的能力，学生的到课情况；

（2）平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量，平时小测验等进行评价；

（3）读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3.技能成绩评定

按照实验表现评分，并取平均值。

#### 4.期末成绩评定

详见期末试题评分标准。

### （二）评定标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言。	听课很不认真，不互动也不发言。

2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写较为整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。
4	技能成绩	认真完成实验，积极参与，表现令人印象深刻。	实验较认真，参与较积极，表现较为突出。	能够按要求完成既定实验内容与报告。	基本完成实验与报告。	几乎不参加实验。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
展示空间设计	宋培娟	清华大学出版社、 北京交通大学出版社	2019.6	是	

## 九、主要参考书目

- [1]郑念均,于健.展示设计(增补版).上海:上海人民美术出版社.2021.6  
 [2]冯娴慧,王绍增.会展展示设计.北京:中国人民大学出版社.2012.6

## 十、课程学习建议

结合本课程的特点，给出以下学习建议：

- 1.明确学习目标，课前做好预习，带着问题进入课堂，保证课堂效果；
- 2.在课程内容的学习上，结合国内外展示空间设计热点问题对基本概念和基础理论进行理解和掌握；
- 3.可以通过提供的相关期刊、书籍文献资料进行查缺补漏，丰富课程学习内容；
- 4.找寻学习资源，在学习过程中遇到问题时，可以利用网络平台学习资源等方式解决问题。



# 会展经济与管理专业

## 《活动现场安全管理》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《活动现场安全管理》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	活动现场安全管理 Event Site Safety Management		
课程编码	231510605C	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展策划与管理	修读学期	第八学期
课程类别	节事活动策划与管理 模块课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 20，实践学时 12）		
执笔人	陈晓萌	审核人	申磊

## 二、课程简介

《活动现场安全管理》是研究大型活动现场风险发生规律和风险控制技术的一门新兴管理科学。它是指各类会展活动通过现场风险识别、风险估测、风险评价等方式，并在此基础上优化组合各种风险管理技术，对风险实施有效的控制和妥善处理风险所致损失的后果，期望达到以最小的成本获得最大安全保障目标的管理过程。《活动现场安全管理》是会展专业的一门重要的专业方向课程。课程融理论与实践于一体，具有较强的理论性、科学性、系统性和应用性。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：学生通过学习能掌握活动现场安全管理课程的专业知识与技能。【毕业要求 2.2】

课程目标 2：具有批判精神和行业敏感性，能够及时发现活动现场的安全隐患，具备快速反应、灵活处理活动现场安全问题的创新能力。【毕业要求 3.2】

课程目标 3：熟悉活动现场风险识别、风险评估、风险管理与处置的方法和流程，能独立决策和应对突发状况，具备果敢应对活动现场危机和挑战的能力。【毕业要求 4.2】

### （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	2 学科知识	2.2 掌握专业知识和技能,了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	3 创新能力	3.2 具有批判精神和行业敏感性,能够发现问题,有应对新的市场环境对会展业发展带来挑战的能
课程目标 3	4 应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中,将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
大型活动安全管理概述	课程目标 1	课堂讲授 案例研究 任务驱动	8
大型活动安全风险评估	课程目标 1、3	课堂讲授 案例研究 任务驱动	8
大型活动安全管理方案	课程目标 1、2、3	课堂讲授 案例研究 任务驱动	8
大型活动安全监管	课程目标 1、2、3	课堂讲授 案例研究 任务驱动	8
合计			32

### (二) 课程内容

#### 大型活动安全管理概述

##### 【学习目标】

1. 理解大型活动安全管理方针与原则;
2. 熟记大型活动安全管理责任;
3. 明白大型活动安全管理的依据。

##### 【课程内容】

1. 大型活动安全管理方针与原则;
2. 大型活动安全管理责任;
3. 大型活动安全管理依据。

##### 【重点、难点】

1. 重点: 大型活动安全管理方针、原则、依据;
2. 难点: 大型活动安全管理的责任。

##### 【教学方法】

1. 课堂讲授;
2. 案例研究;

3. 任务驱动。

**【学习要求】**

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

**【复习与思考】**

1. 大型活动的特点？
2. 大型活动安全管理的必要性。

**【学习资源】**

《大型群众性活动安全管理条例》

大型活动安全风险评估

**【学习目标】**

1. 识记大型活动安全风险评估的概念、原则；
2. 理解大型活动安全风险分析的要点，并用于指导实践；
3. 掌握大型活动安全风险评估的内容和流程，并用于指导实践。

**【课程内容】**

1. 大型活动安全风险评估概述；
2. 大型活动安全风险分析；
3. 大型活动安全风险评估的内容；
4. 大型活动安全风险评估的流程。

**【重点、难点】**

1. 重点：大型活动安全风险评估的内容和流程；
2. 难点：大型活动安全风险分析的要点。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

**【学习要求】**

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

**【复习与思考】**



展览、会议、节事活动在风险评估的内容上有什么区别和联系？

**【学习资源】**

《大型群众性活动安全管理条例》

大型活动安全管理方案

**【学习目标】**

1. 能根据大型活动安全管理方案概述，完成大型活动安全管理方案编制；
3. 掌握并应用大型活动安全管理方案的培训与演练。

**【课程内容】**

1. 大型活动安全管理方案概述；
2. 大型活动安全管理方案编制；
3. 大型活动安全管理方案培训与演练。

**【重点、难点】**

1. 重点：大型活动安全管理方案编制；
2. 难点：大型活动安全管理方案培训与演练。

**【教学方法】**

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

**【学习要求】**

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

**【复习与思考】**

1. 大型活动安全管理方案编制内容。
2. 大型活动安全管理方案培训与演练的注意事项。

**【学习资源】**

《大型群众性活动安全管理条例》

大型活动安全监管

**【学习目标】**

1. 了解大型活动安全监管的基础知识；
2. 熟悉大型群众性活动安全许可；
3. 掌握并应用大型活动举办前、中、后的安全监管理论。

**【课程内容】**

1. 大型活动安全监管概述；
2. 大型群众性活动安全许可；
3. 大型活动举办前、中、后的安全监管。

#### 【重点、难点】

1. 重点：大型活动举办前、中、后的安全监管；
2. 难点：大型群众性活动安全许可。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授；
2. 案例研究；
3. 任务驱动。

#### 【学习要求】

1. 课前查阅资料，对课程内容进行预习；
2. 课堂上认真听讲，对重、难点知识做好笔记，积极回答课堂提问，积极参与小组讨论等活动；
3. 课后独立完成课后作业和思考题，巩固课堂所学内容。

#### 【复习与思考】

1. 展览、会议、节事活动举办前、中、后的安全监管侧重点分别是什么？
2. 大型活动安全监管的依据。

#### 【学习资源】

《大型群众性活动安全管理条例》

## 五、实践教学安排

1. 实践教学学时：12 学时
2. 小组通过资料检索或实地调研，完成一份活动现场安全管理方案，课堂 20 分钟汇报展示、完成答辩，并由教师点评、学生复盘，对方案进行进一步的修改完善，以巩固课程学习内容、提升学生实践运用能力。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核包括：课堂表现、平时作业（含小组展示汇报）、读书笔记等。期末考核采用考查，即课程论文写作方式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例 (%)	考核方式
课程目标 1: 熟悉活动现场安全管理的基础理论、基本方法、专业知识和技能, 了解学科前沿和行业发展动态。	大型活动安全管理基本要求, 大型活动风险评估, 大型活动安全管理方案的编制, 大型活动安全管理方案的执行与监管 (60%)	课堂提问或讨论、平时作业、小组方案汇报、期末考试
课程目标 2: 能够结合行业实践需求, 快速给出解决方案, 具备勇于应对挑战、创新实践的能力。	大型活动安全管理前沿理论、技术手段和最新法律法规, 品牌公司、大型活动安全管理模式的启示、经验和教训, 大型活动安全管理新模式的探索 (20%)	课堂提问或讨论、平时作业、小组方案汇报、期末考试
课程目标 3: 能够在具体项目中, 将活动现场安全管理理论用于复杂问题的解决, 为行业可持续发展贡献自己的力量。	活动公司或大型活动对活动安全管理专业人才技能和素质方面的综合要求 (20%)	课堂提问或讨论、平时作业、小组方案汇报、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩 = (课堂表现 × 30% + 平时作业 × 40% + 读书笔记 × 30%) × 50% + 期末考试成绩 × 50%

#### 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现: 根据学生到课情况、听讲是否认真、课堂参与程度及质量综合量分。

(2) 平时作业: 根据学生平时作业提交次数、完成质量进行量分。其中, 小组展示汇报根据学生在小组策划方案中的参与程度和方案的完整性、创新性、规范性综合量分。

(3) 读书笔记: 根据学生根据教学内容, 进行拓展阅读并做读书笔记的详实程度, 重、难点的标记, 自己对知识点的归纳总结和拓展深化进行量分。

#### 3. 期末成绩评定

根据期末课程论文写作情况, 参考评分标准评定。

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59

		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	不缺勤,认真听讲,积极发言、讨论,课堂参与频率高、质量好。	缺勤 1-2 次,听讲较认真,发言、讨论较积极,课堂参与频率较高、质量较好。	缺勤 2-3 次,听讲基本认真,发言、讨论不太积极,课堂参与频率较低、质量一般。	缺勤 3-4 次,听讲不认真,发言、讨论不积极,课堂参与频率低、质量较差。	缺勤 5 次及以上,听讲不认真,基本不主动发言、讨论,课堂参与频率低、质量差。
2	平时作业	提交全部作业,内容完整、规范,对问题的分析很深入,有很高的创新性。	提交全部作业,内容完整、规范,对问题的分析比较深入,有较高的创新性。	提交全部作业,内容基本完整、规范,对问题做出了基本分析,创新性一般。	提交全部作业,内容基本完整、规范,对问题分析不太到位,没有创新性。	未提交全部作业或作业内容不完整、不规范。
3	读书笔记	拓展阅读内容记录详实,重、难点标记清晰,对知识点进行归纳总结和拓展深化。	对拓展阅读内容记录比较详实,重、难点标记清晰。	对主要的拓展阅读内容进行记录,重、难点标记基本清晰。	仅记录拓展阅读内容的理论框架,未标注重、难点。	笔记容量很少,理论框架不完善。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
大型活动安全管理	邱煜,李春勇,张胜前	西南交通大学出版社	2022年8月	否	

## 九、主要参考书目

雨阳. 活动风险管理[M]. 北京:中国旅游出版社. 2018年11月.

## 十、课程学习建议

结合本课程的特点,给出以下学习建议:

1. 明确学习目标,进行主动有效学习。
2. 利用节假日对会展活动进行观摩、调研,增强实践技能。
3. 进行广泛阅读,积极进行量的积累,不断提高理论思维能力。



# 会展经济与管理专业

## 《会展场馆运营实务》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《会展场馆运营实务》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	会展场馆运营实务 Exhibition Venue Operation Practice		
课程编码	231510606C	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展概论	修读学期	第四学期
课程类别	场馆运营与管理模块课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2.5	考核方式	<input checked="" type="checkbox"/> 考试 <input type="checkbox"/> 考查
课程学时	48 学时（理论学时 30，实践学时 18）		
执笔人	张英云	审核人	申磊

## 二、课程简介

本课程是会展经济与管理专业的专业选修课程，属于专业教育平台的一门课程。本课程从会展场馆的运营与管理出发，涉及会展场馆管理的基础知识、场馆经营管理理论与方法、组织管理、设施设备管理与工程管理、市场营销、服务管理、规划建设管理、品牌管理、风险管理、场馆的竞争和合作、国内国外场馆发展等内容。本课程对国内外会展场馆的前沿问题和重点内容进行了探讨，是一门理论与实践紧密联系的会展场馆管理专业课程，是会展场馆从业人员必须掌握，不可缺少的专业基础知识。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：能够描述会展场馆经营与管理的基本原理、原则及一般规律；能够阐述会展场馆设施设备系统管理、会展场馆的计划管理、财务管理、组织结构与人力资源管理等方面的内容。【毕业要求 2.2】

课程目标 2：能够在会展场馆运营过程中提出创新性的想法和解决方案；能够在工作中为客户提供优质的服务。【毕业要求 3.1】

课程目标 3：能够灵活运用所学，改善会展场馆的运营和日常管理工作，提升场馆的运营效率和盈利能力；能够在会展场馆运营的实践中应用所学知识

和技能，提升解决实际问题的能力。【毕业要求 4.1】

课程目标 4：能够培养学生团队成员间的默契与信任，提高沟通协作能力为会展场馆的成功运营提供有力保障。【毕业要求 7.1】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解具体学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	创新能力	3.1 具有逻辑思辨、创新意识和创新实践能力。
课程目标 3	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性，掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 4	团队合作	7.1 具有良好的团队合作能力。能够在工作中与同事和谐相处，协作共事，有效的沟通与合作。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
会展场馆及其管理概述	课程目标 1、2	讲授法、案例分析法、讨论法	4
会展场馆规划管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	8
会展场馆设施设备及管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	6
会展场馆计划与财务管理	课程目标 1、3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	6
会展场馆组织与人力资源管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、项目式	6
会展场馆营销管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、模拟演练法	8
会展场馆现场管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、模拟演练法	6
会展场馆危机与安全管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	4
合计			48

### （二）课程内容

## 会展场馆及其管理概述

### 【学习目标】

1. 能够知道会展场馆的定义、分类、功能及其在会展业中的重要地位和作用。
2. 能够简述会展场馆建设、管理的基础理论。
3. 能够提升学生的团队协作能力和解决实际问题的能力，使其能够在会展场馆管理工作中发挥积极作用。

### 【课程内容】

1. 会展场馆的定义、分类
2. 会展场馆的起源和发展
3. 会展场馆的核心功能
4. 我国会展场馆的现状与发展
5. 会展场馆的作用
6. 会展场馆管理的目标、内容、理念和方法

### 【重点、难点】

1. 重点：会展场馆的分类；会展场馆的核心功能；我国会展场馆的现状与发展。
2. 难点：我国会展场馆发展过程中存在的问题与发展趋势。

### 【教学方法】

1. 讲授法：介绍基础概念与定义、会展场馆的历史与发展、会展场馆的运营管理、运营管理、信息化管理等相关理论。
2. 案例分析法：选择典型的会展场馆案例，如国内外知名的会展中心、博物馆等，进行深入剖析；分析案例的管理模式、运营策略、成功经验与教训等，引导学生从实际案例中提炼管理智慧和策略。
3. 讨论法：将学生分成若干小组，针对某个会展场馆的管理问题展开讨论，鼓励学生提出自己的观点和解决方案，培养学生的批判性思维和团队协作能力。

### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。
2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。
3. 独立完成课后作业和思考题。

### 【复习与思考】

1. 会展场馆管理中，如何提升出租率并保持稳定？
2. 会展场馆的市场经营管理模式有哪些？

### 【学习资源】



“会展策划与实务”岗位资格考试系列教材编委会. 会展场馆管理. 北京: 旅游教育出版社, 2007

## 会展场馆规划管理

### 【学习目标】

1. 能够知道会展场馆规划管理的基本理论和原理。
2. 能够描述会展场馆规划管理的一般规律。
3. 能够进行会展场馆的规划和选择, 包括根据会展活动的需求选择合适的场馆, 并进行合理的布局设计。
4. 能够运用所学知识和技能, 对会展场馆的规划管理实践进行分析和评价, 提出改进意见。

### 【课程内容】

1. 会展场馆的选址
2. 会展中心的设施分类及其特点
3. 会展中心平面布局的分类与特点
4. 会展场馆的功能设置

### 【重点、难点】

1. 重点: 会展场馆的选址特点; 会展中心的设施分类及其特点; 会展中心平面布局的分类与特点。
2. 难点: 会展场馆的选址; 会展场馆的功能设置。

### 【教学方法】

1. 讲授法: 教师通过课堂讲授, 系统地介绍会展场馆规划管理的基本理论、原则、方法以及实践经验。
2. 案例分析法: 引入国内外会展场馆规划管理的典型案例, 分析案例的背景、过程、效果及经验教训, 引导学生从案例中提炼出一般性的规律和原则, 提高分析和解决问题的能力。
3. 讨论法: 组织学生围绕会展场馆规划管理的某一专题或案例进行讨论, 鼓励学生提出自己的观点和见解。

### 【学习要求】

1. 制定合理的学习计划, 确保按时完成学习任务和作业。
2. 积极参与课堂讨论, 提高学习效果, 具备解决实际问题的能力。
3. 独立完成课后作业和思考题。

### 【复习与思考】

1. 会展场馆的规划如何与所在区域的经济发展战略相结合, 以促进区域经济繁荣?

2. 会展场馆在规划时应如何融入可持续发展理念，包括绿色建筑、节能减排、资源循环利用等方面？

3. 会展场馆在规划过程中如何融入创新元素，包括设计理念、技术应用、服务模式等方面？

#### 【学习资源】

丁焯. 会展场馆运营与管理（普通高等教育会展经济与管理专业“十三五”应用型规划教材）. 北京：中国旅游出版社. 2019

### 会展场馆设施设备及管理

#### 【学习目标】

1. 能够阐述会展场馆设施设备的基本种类、功能和使用方法、会展场馆设施设备管理的概念、原则和基本流程。

2. 能够根据会展活动的需求，合理规划和配置会展场馆的设施设备。

3. 能够制定并执行设施设备管理制度，确保设施设备的正常运行和高效利用。

4. 能够识别和解决会展场馆设施设备管理中的常见问题。

#### 【课程内容】

1. 会展场馆设施设备概念与分类

2. 功能与作用

3. 设施设备管理的重要性

4. 设施设备管理内容与方法

5. 节能环保理念在设施设备管理中的应用

#### 【重点、难点】

1. 重点：设施设备管理的重要性、设施设备管理内容与方法

2. 难点：节能环保理念在设施设备管理中的应用

#### 【教学方法】

1. 讲授法：详细介绍会展场馆设施设备的基本概念和分类，以及设施设备管理的重要性和内容。

2. 案例分析法：引入国内外知名会展场馆的设施设备管理案例，分析其成功经验和存在的问题；通过案例分析，让学生深入了解设施设备管理的实际应用和挑战。

3. 讨论法：组织学生围绕设施设备管理中的热点问题进行讨论，如节能环保技术的应用、智能化技术的发展等，鼓励学生提出自己的观点和见解，促进知识的深入理解和应用。

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。
2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。
3. 独立完成课后作业和思考题。

#### 【复习与思考】

1. 会展场馆设施设备管理的重要性体现在哪些方面？
2. 如何运用智能化技术提升会展场馆设施设备管理水平？

#### 【学习资源】

张以琼. 会展场馆管理与服务. 广州：广东经济出版社. 2006

#### 会展场馆计划与财务管理

#### 【学习目标】

1. 能够阐述会展场馆计划决策在确定经营方向和目标实现中的重要性；理解会展场馆的收入预算、支出预算与筹资预算的编制方法
2. 能够分析会展场馆的出租面积数、出租率和周转率等计划指标，评估会展场馆的接待能力和利用状况；
3. 能够编制会展场馆的收入预算、支出预算和筹资预算，确保财务目标的实现。

#### 【课程内容】

1. 会展场馆计划指标与计划体系
2. 会展场馆财务管理对象与内容
3. 会展场馆财务管理目标
4. 会展场馆经济效益分析
5. 会展场馆管理财务活动的具体流程

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展场馆计划指标与计划体系；会展场馆财务管理目标
2. 难点：会展场馆经济效益分析

#### 【教学方法】

1. 讲授法：讲解会展场馆计划与财务管理的基本概念、原理和方法，为学生建立扎实的理论基础。
2. 案例分析法：选择典型的会展场馆计划与财务管理案例，让学生进行分析和讨论，引导学生从案例中提炼出相关的理论知识和实践经验，加深对会展场馆计划与财务管理的理解。
3. 讨论法：组织学生进行小组讨论，探讨会展场馆计划与财务管理的实际问题，如如何制定有效的预算、如何控制成本等。

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。
2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。
3. 独立完成课后作业和思考题。

#### 【复习与思考】

1. 会展场馆计划指标有哪些？
2. 如何为会展场馆进行收入预算、支出预算和筹资预算？
3. 怎样对会展场馆进行利润控制？

#### 【学习资源】

1. 曾华. 会展场馆管理. 北京：机械工业出版社. 2004
2. 张以琼. 会展场馆管理与服务. 广州：广东经济出版社. 2006

### 会展场馆组织与人力资源管理

#### 【学习目标】

1. 能够阐述会展场馆组织与人力资源管理的作用、重要性和管理流程。
2. 能够根据会展场馆的实际情况进行组织结构的优化。
3. 培养学生的团队协作意识，提高学生的沟通能力。

#### 【课程内容】

1. 会展场馆组织管理概念
2. 会展场馆管理体制
3. 会展场馆经营管理模式
4. 会展场馆组织结构设计
5. 会展场馆人力资源管理内容
6. 人力资源开发的原则与途径

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展场馆管理体制；会展场馆经营管理模式，人力资源开发的原则与途径

2. 难点：会展场馆管理体制；人力资源开发的原则与途径

#### 【教学方法】

1. 讲授法：详细介绍会展场馆组织与人力资源管理的基本概念、理论框架和核心内容。

2. 案例分析法：引入具体会展场馆的案例，让学生分析其在组织与人力资源管理方面的成功经验和不足之处。

3. 讨论法：组织学生就会展场馆的组织结构、经营管理模式、人力资源管理策略等进行讨论。

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。
2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。
3. 独立完成课后作业和思考题。

#### 【复习与思考】

1. 会展场馆如何进行有效的组织结构设计？
2. 会展场馆在人力资源管理方面应如何吸引和留住优秀人才？
3. 会展场馆在组织与人力资源管理中面临的主要挑战是什么？

#### 【学习资源】

杜洁莉. 会展场馆管理实务. 大连: 东北财经大学出版社. 2010  
会展场馆营销管理

#### 【学习目标】

1. 能够阐述会展场馆营销的基本概念、原则、策略、会展场馆营销在整个会展运营中的重要作用。
2. 能够运用各种调研工具和方法收集、整理和分析市场信息，为制定营销策略提供依据。
3. 能够根据会展场馆的特点和市场需求，制定有效的营销计划和策略。

#### 【教学内容】

1. 会展场馆市场营销的特点
2. 如何运用营销工具推广场馆
3. 活动策划在场馆营销中扮演的角色
4. 通过参加会展业展览会进行场馆推广

#### 【重点、难点】

1. 重点：如何运用营销工具推广场馆
2. 难点：如何发挥会展场馆管理营销和销售部门的作用

#### 【教学方法】

1. 讲授法：系统讲解会展场馆营销管理的基本概念、原理和发展历程；详细分析会展市场的特点、趋势和竞争格局，指导学生如何制定有效的营销策略。
2. 案例分析法：选取国内外会展场馆营销管理的成功案例，引导学生进行分析、讨论和总结，提炼成功经验。
3. 模拟演练法：设计模拟案例，让学生扮演不同角色，模拟实际营销场景，提高学生的实践操作能力。

#### 【学习要求】

1. 制定合理的学习计划，确保按时完成学习任务和作业。
2. 养成自主学习和终身学习的习惯，不断更新知识和技能。

3. 积极参与课堂讨论，提高学习效果。

#### 【复习与思考】

1. 会展场馆在营销管理中应如何精准定位目标市场？
2. 会展场馆在营销过程中如何提升品牌影响力？
3. 会展场馆在营销过程中如何评估和调整营销策略？

#### 【学习资源】

胡平. 会展场馆经营与管理（21 世纪高等院校会展管理精品教材）. 北京：清华大学出版社. 2013

### 会展场馆现场管理

#### 【学习目标】

1. 能够阐述会展场馆现场管理的基本概念、原则及流程。
2. 能够独立完成会展场馆的现场布置、设备调试等工作；能够与其他工作人员有效沟通、协作，共同完成会展场馆的现场管理工作。
3. 能够参与实际会展项目的现场管理工作，如布展、撤展、现场协调等。

#### 【教学内容】

1. 会展现场管理的重要性、定义、目标和特点
2. 会展现场管理流程
3. 会展现场管理技能
4. 会展现场管理策略

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展现场管理流程；会展现场管理技能；会展现场管理策略
2. 难点：会展现场管理技能；会展现场管理策略

#### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授会展场馆现场管理的基本概念、目标、特点和会展现场管理的流程
2. 案例分析法：通过分析成功的会展现场管理案例，让学生了解在实际操作中如何应用所学知识。引导学生对案例中的问题进行深入分析和讨论，提出解决方案，并对比不同方案的优劣。
3. 模拟演练法：通模拟会展场馆现场管理的实际场景，让学生在模拟环境中进行实践操作。

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。
2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。
3. 独立完成课后作业和思考题。

### 【复习与思考】

1. 如何提高会展场馆现场管理的效率?
2. 会展场馆现场管理的关键因素有哪些?

### 【学习资源】

1. 杜洁莉. 会展场馆管理实务. 大连: 东北财经大学出版社. 2010
2. 《中国旅游安全报告》

## 会展场馆危机与安全管理

### 【学习目标】

1. 能够阐述危机管理与安全管理在会展场馆运营中的重要性和会展场馆危机与安全管理的主要内容。
2. 能够根据会展场馆的实际情况, 制定科学合理的危机与安全管理策略, 确保会展活动的安全顺利进行。

### 【教学内容】

1. 会展场馆的安全与安保的定义
2. 会展场馆应急预案的计划步骤
3. 会展场馆安保的具体内容
4. 场馆经理在场馆安保中的职责

### 【重点、难点】

1. 重点: 会展场馆应急预案的计划步骤; 会展场馆安保的具体内容。
2. 难点: 会展场馆安保的具体内容。

### 【教学方法】

1. 讲授法: 讲授会展场馆危机与安全管理的基本概念、定义、特点。
2. 案例分析法: 通过具体案例, 如“香港国际珠宝展被盗”或“航展空难事故”, 深入分析危机产生的原因、影响以及管理策略, 使学生更直观地理解理论知识。
3. 讨论法: 讨论会展场馆可能面临的危机类型和安全管理策略。

### 【学习要求】

1. 认真听讲, 理解并掌握教学内容。
2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。
3. 独立完成课后作业和思考题。

### 【复习与思考】

1. 会展场馆应如何建立有效的危机预警系统?
2. 会展场馆应如何建立长期有效的安全管理机制, 以确保会展活动的安全顺利进行?

3. 在危机处理过程中，如何确保信息的及时、准确传递，以快速作出决策？

#### 【学习资源】

1. 曾华. 会展场馆管理. 北京：机械工业出版社. 2004
2. 张以琼. 会展场馆管理与服务. 广州：广东经济出版社. 2006

## 五、实践教学安排

### 1. 会展场馆日常运营管理模拟（4 学时）

设定虚拟会展场馆，模拟日常运营管理工作，包括场馆设施维护、人员管理、客户接待等；引入案例分析，让学生了解并讨论在实际运营中可能遇到的问题及其解决方案。

### 2. 会展项目策划与实施（4 学时）

分组进行会展项目策划，包括确定会展主题、目标群体、规模预算等；模拟招展招商流程，学习如何与参展商和赞助商进行有效沟通与合作；制定并实施会展宣传方案，利用多种渠道进行推广。

### 3. 危机应对与安全管理（4 学时）

设定不同的危机场景（如火灾、突发事件等），进行危机应对演练；学习并讨论危机预警系统的建立与运行，以及如何制定有效的危机应对计划；分析危机对会展场馆运营的影响，学习如何进行危机后的恢复工作。

### 4. 场馆市场营销（6 学时）

分组进行市场调研，收集并分析目标客户群体的需求和偏好；根据市场调研结果，制定会展场馆的营销策略；设计并制作营销宣传材料，如海报、传单、宣传视频等；利用线上和线下渠道进行营销推广活动。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核方式包括：课堂表现、平时作业、小组展示等，过程性评价主要是根据学生在整个课程教学过程中的表现来完成，如学生的到课率、课堂参与的积极性主动性、课程作业完成情况、小组展示等。

期末考核采用闭卷考试。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
------	--------------	------



课程目标 1: 能够描述会展场馆经营与管理的基本原理、原则及一般规律; 能够阐述会展场馆设施设备系统管理、会展场馆的计划管理、财务管理、组织结构与人力资源管理等方面的内容。	会展场馆及其管理概述、会展场馆规划管理、会展场馆设施设备及管理、会展场馆计划与财务管理、会展场馆组织与人力资源管理、会展场馆营销管理、会展场馆现场管理、会展场馆危机与安全管理 25%	课堂表现、平时作业、小组展示、期末考试
课程目标 2: 能够在会展场馆运营过程中提出创新性的想法和解决方案; 能够在工作中为客户提供优质的服务。	会展场馆规划管理、会展场馆设施设备及管理、会展场馆计划与财务管理、会展场馆组织与人力资源管理、会展场馆营销管理、会展场馆现场管理、会展场馆危机与安全管理 25%	课堂表现、平时作业、小组展示、期末考试
课程目标 3: 能够灵活运用所学, 改善会展场馆的运营和日常管理工作, 提升场馆的运营效率和盈利能力; 能够在会展场馆运营的实践中应用所学知识和技能, 提升解决实际问题的能力。	会展场馆及其管理概述、会展场馆规划管理、会展场馆设施设备及管理、会展场馆计划与财务管理、会展场馆组织与人力资源管理、会展场馆营销管理、会展场馆现场管理、会展场馆危机与安全管理 25%	课堂表现、平时作业、小组展示、期末考试
课程目标 4: 能够培养学生团队成员间的默契与信任, 提高沟通协作能力为会展场馆的成功运营提供有力保障。	会展场馆及其管理概述、会展场馆设施设备及管理、会展场馆计划与财务管理、会展场馆组织与人力资源管理、会展场馆营销管理、会展场馆现场管理、会展场馆危机与安全管理 25%	课堂表现、平时作业、小组展示、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩 = (课堂表现 × 40% + 平时作业 × 40% + 小组展示 × 20%) × 30% + 期末考试成绩 × 70%

#### 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现: 根据学生到课率、课堂参与程度与质量量分。

(2) 平时作业: 根据学生平时作业提交次数及完成质量、平时小测验等进行评价。

(3) 小组展示: 根据小组展示内容进行评价。

#### 3. 期末成绩评定

根据期末闭卷考试卷面成绩评定。

## (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课, 积极互动, 主动讨论, 发言积极, 不缺课。	上课较认真, 互动较积极, 发言次数较多, 缺课 1—2 次。	上课能作一点笔记, 互动有一定自主性, 能够发言, 缺课 2—3 次。	上课不太认真, 有互动但不多, 很少发言, 缺课 3—4 次。	听课很不认真, 不互动也不发言, 缺课 4—5 次。
2	平时作业	作业内容完整, 独立完成或合作完成全部作业要求。书写端正, 对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整, 独立完成或合作完成作业要求。书写端正, 但对问题分析较全面。	作业内容完整, 独立完成或合作完成作业要求, 书写端正, 没有对问题进行分析。	作业内容完整, 独立完成或合作完成作业要求。书写较凌乱, 没有对问题进行分析。	作业内容不完整, 没有达到作业要求。
3	小组展示	展示内容完整, 逻辑清晰, 条理分明, 表达准确。创新性高, 有独特的见解或解决方案。团队成员之间配合默契, 分工明确。	展示内容基本完整, 逻辑基本清晰, 表达基本准确。有一定的创新性。团队内部沟通基本顺畅, 能够解决大部分问题。	展示内容完成度一般, 逻辑和表达一般, 创新性有限。团队成员之间配合一般。	展示内容完成度较低, 逻辑和表达存在一些问题, 创新性不足。团队成员之间配合较差。	展示内容严重不完整, 逻辑和表达混乱, 缺乏创新性。团队成员之间几乎无配合。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
会展场馆经营与管理	胡平	清华大学出版社	2013.6	否	

## 九、主要参考书目

- [1] 张以琼. 会展场馆管理与服务. 广州: 广东经济出版社. 2006
- [2] 曾华. 会展场馆管理. 北京: 机械工业出版社. 2004
- [3] 杜洁莉. 会展场馆管理实务. 大连: 东北财经大学出版社. 2010
- [4] “会展策划与实务” 岗位资格考试系列教材编委会. 会展场馆管理. 北京: 旅游教育出版社, 2007

[5] 丁焯. 会展场馆运营与管理(普通高等教育会展经济与管理专业“十三五”应用型规划教材). 北京: 中国旅游出版社. 2019

## 十、课程学习建议

1. 明确专业学习目标, 进行主动有效学习。
2. 利用节假日对山西的会展场馆进行调研, 访谈管理人员, 增强实践能力。
3. 进行广泛阅读, 积极进行量的积累, 不断提高理论思维能力。





# 会展经济与管理专业

## 《场馆利用与服务》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《场馆利用与服务》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	场馆利用与服务 Venue Utilization And Service		
课程编码	231510607C	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展概论	修读学期	第五学期
课程类别	场馆运营与管理模块课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 18 ， 实践学时 14）		
执笔人	张英云	审核人	申磊

## 二、课程简介

本课程是会展经济与管理专业的职业能力教育课程的一门课程。本课程全面介绍场馆运营管理的核心理念、实践策略以及服务提供的标准与技巧。课程内容广泛而深入，不仅涵盖了场馆的基础知识，如分类、功能、历史发展等，还详细讲解了场馆的运营管理技巧，包括日常运营、活动组织、设施维护等关键环节。此外，课程还着重介绍了服务提供的标准与优化策略，帮助学生理解如何根据客户需求提供高质量的场馆服务。同时，课程还引导学生思考如何有效利用场馆资源，实现经济效益和社会效益的最大化。通过系统的学习和实践，学生将能够掌握场馆利用与服务的核心知识和技能，为未来从事相关职业奠定坚实的基础。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：能够描述场馆利用和服务的基本原理、原则、一般规律和场馆利用与服务的基本知识框架。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：能够在场馆利用与服务过程中提出创新性的想法和解决方案；能够在工作中为客户提供优质的服务。【毕业要求 3.2】

课程目标 3：能够灵活运用所学，制定场馆利用计划、优化服务流程、管理场馆资源等关键技能；能够在会展场馆运营的实践中应用所学知识和技能，

提升解决实际问题的能力。【毕业要求 4.2】

课程目标 4：能够培养学生团队成员间的默契与信任，提高沟通协作能力为场馆的成功运营提供有力保障。【毕业要求 6.2】

## （二）课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研究方法。
课程目标 2	创新能力	3.2 具有批判精神和行业敏感性,能够发现问题,有应对新的市场环境对会展业发展带来挑战的能力。
课程目标 3	应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中,将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。
课程目标 4	沟通表达	6.2 了解会展学科前沿和行业发展动态,具有较强的独立工作、应变和决策能力。

## 四、课程内容

### （一）课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
会展场馆运营与服务	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	6
会展场馆的所有权和管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	4
会展场馆预订	课程目标 1、2、3	讲授法、案例分析法、讨论法	4
会展场馆活动管理与服务	课程目标 1、2、3	讲授法、案例分析法、讨论法	6
会展场馆票务管理	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	6
场馆活动辅助性收入	课程目标 1、2、3、4	讲授法、案例分析法、讨论法	6
合计			32

### （二）课程内容

#### 会展场馆运营与服务

##### 【学习目标】

1. 能够知道会展场馆的基本概念、类型、功能以及投资运营模式。

2. 能够简述会展服务活动的三个阶段（展前、展中、展后服务）的基本知识。

3. 能够提升学生的团队协作能力和解决实际问题的能力，使其能够在会展场馆管理工作中发挥积极作用。

#### 【课程内容】

1. 场馆运营组织架构
2. 场馆运营各类职能与技巧
3. 国际会展展馆绿色环保标准化
4. 场馆的运营模式

#### 【重点、难点】

1. 重点：场馆运营各类职能与技巧；场馆的运营模式
2. 难点：根据实际情况为会展场馆选择适合的运营模式

#### 【教学方法】

1. 讲授法：系统介绍会展场馆运营与服务的基本概念、原理和理论知识。
2. 案例分析法：选择典型的会展场馆运营与服务案例，进行深入剖析，引导学生从案例中提炼出一般性的规律和原则，加深对理论知识的理解和应用。
3. 讨论法：围绕会展场馆运营与服务的热点问题、难点问题进行小组讨论或全班讨论，鼓励学生提出自己的观点和解决方案，培养学生的批判性思维 and 创新能力。

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。
2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。
3. 独立完成课后作业和思考题。

#### 【复习与思考】

1. 如何提升会展场馆的客户体验？
2. 如何在会展场馆的运营与服务中融入创新和可持续发展的理念？

#### 【学习资源】

“会展策划与实务” 岗位资格考试系列教材编委会. 会展场馆管理. 北京：旅游教育出版社，2007

### 会展场馆的所有权和管理

#### 【学习目标】

1. 能够知道会展场馆的所有权类型。
2. 能够描述会展场馆管理的基本概念、原则和理论框架、展场馆行业的最新发展趋势、技术创新和管理创新。



3. 能够运用所学知识和技能，对会展场馆的管理实践进行分析和评价，提出改进意见。

#### 【课程内容】

1. 会展场馆所有权的分类与特点
2. 会展场馆管理的分类与特点
3. 会展场馆的投资与建设模式
4. 会展场馆的管理体制创新
5. 会展场馆管理者的关键能力

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展场馆管理的分类与特点；会展场馆的管理体制创新
2. 难点：针对不同背景的会展场馆进行管理体制创新

#### 【教学方法】

1. 讲授法：介绍会展场馆的所有权形式，如政府所有、企业所有、公私合营等，并解释每种形式的特点和优势。

2. 案例分析法：选择具有代表性的会展场馆案例，如上海新国际博览中心、深圳国际会展中心等，探讨案例中会展场馆在所有权和管理方面面临的挑战和解决方案。

3. 讨论法：提出与会展场馆所有权和管理相关的问题，如“不同所有权形式对会展场馆管理的影响是什么？”、“如何选择适合会展场馆的管理模式？”等。将学生分成小组，每组围绕一个或多个问题进行讨论。鼓励学生在讨论中积极发言，分享自己的观点和见解。

#### 【学习要求】

1. 制定合理的学习计划，确保按时完成学习任务和作业。
2. 积极参与课堂讨论，提高学习效果，具备解决实际问题的能力。
3. 独立完成课后作业和思考题。

#### 【复习与思考】

1. 不同所有权形式下的会展场馆在运营和管理上有哪些差异？这些差异如何影响会展场馆的长期发展？

2. 会展场馆在选择管理模式时应考虑哪些因素？

3. 会展场馆在数字化和智能化趋势下，应如何进行管理创新？

#### 【学习资源】

丁焯. 会展场馆运营与管理（普通高等教育会展经济与管理专业“十三五”应用型规划教材）. 北京：中国旅游出版社. 2019

会展场馆预订

### 【学习目标】

1. 能够阐述会展场馆预订的主要步骤和预订过程中需要特别注意的事项。
2. 能够分析会展的需求，包括会展规模、主题、时间等，并据此选择合适的会展场馆。
3. 能够在价格谈判中运用有效的沟通技巧，达到双方满意的合作条件。

### 【课程内容】

1. 会展场馆的预定流程
2. 日期保护
3. 活动合规的重要性
4. 会展合同的要素

### 【重点、难点】

1. 重点：会展场馆的预定流程；会展合同的要素
2. 难点：预定活动、行业关系和确保活动安全所需要的流程

### 【教学方法】

1. 讲授法：讲授会展场馆预订的定义，强调其在会展组织中的重要性；详细介绍预订流程，包括需求确定、场地选择、价格谈判、合同签订等关键步骤。

2. 案例分析法：选择典型的会展场馆预订成功案例，如国际知名展会或大型活动的预订经验。分析成功案例中的关键因素，如预订时间的选择、与场馆方的有效沟通、合理的价格谈判等。

3. 讨论法：设定与会展场馆预订相关的问题，如“如何选择合适的会展场馆？”、“如何与场馆方进行有效沟通？”等。将学生分成若干小组，每组围绕一个或多个问题进行讨论。

### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。
2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。
3. 独立完成课后作业和思考题。

### 【复习与思考】

1. 如何根据会展的特性和需求选择合适的会展场馆？
2. 在会展场馆预订过程中，如何与场馆方进行有效的沟通和协商？
3. 面对会展场馆预订中可能出现的风险和挑战，如何制定应对策略？

### 【学习资源】

张以琼. 会展场馆管理与服务. 广州：广东经济出版社. 2006

会展场馆活动管理与服务

### 【学习目标】

1. 能够阐述会展场馆活动管理的定义、会展场馆提供的各类服务和会展场馆的设施和设备类型、功能和使用方法。

2. 能够根据会展主题和目标受众，策划和组织各类活动。

3. 具备良好的沟通协调能力，能够与会展参与者、场馆方、服务供应商等各方进行有效沟通。

4. 能够快速识别和解决服务过程中出现的问题，提高服务质量和满意度。

#### 【课程内容】

1. 会展场馆活动服务部门职能

2. 活动经理主要职责和能力

3. 会展场馆活动管理流程

4. 活动管理内部策划文件

#### 【重点、难点】

1. 重点：会展场馆活动管理流程

2. 难点：为不同类型的会展场馆策划活动

#### 【教学方法】

1. 讲授法：讲解会展场馆活动管理与服务的定义、重要性及其在会展组织中的核心地位、基本概念和原理、会展场馆活动管理的流程和会展场馆提供的各类服务内容。

2. 案例分析法：选择典型的会展场馆活动管理与服务成功案例进行分析。讨论成功的原因、关键因素和可借鉴之处。

3. 讨论法：组织学生进行小组讨论，分享各自的经验、观点和解决方案。鼓励学生相互学习、相互启发。

#### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。

2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。

3. 独立完成课后作业和思考题。

#### 【复习与思考】

1. 在会展场馆活动管理过程中，如何有效平衡活动质量与成本控制？

2. 如何制定会展场馆的服务标准并确保服务质量的稳定性？

3. 在应对会展场馆活动突发情况时，如何快速有效进行危机管理和应对？

#### 【学习资源】

1. 曾华. 会展场馆管理. 北京：机械工业出版社. 2004

2. 张以琼. 会展场馆管理与服务. 广州：广东经济出版社. 2006

## 会展场馆票务管理

### 【学习目标】

1. 能够阐述票务信息系统的架构和设计思路和票务系统三层体系结构的基本构成和运作方式。

2. 能够基于会展活动的特性和需求，独立制定合理的票务管理计划和策略，以应对不同的市场环境和客户需求。

3. 能够运用三层体系结构对票务系统进行系统开发，以满足不断变化的业务需求。

### 【课程内容】

1. 活动票务功能
2. 活动票务管理流程
3. 票务定价原则
4. 票务经理职责
5. 票务系统选择和优化

### 【重点、难点】

1. 重点：活动票务管理流程
2. 难点：票务系统选择和优化

### 【教学方法】

1. 讲授法：会展场馆票务管理的基本概念和它在整个会展活动中的重要性、会展场馆票务管理的流程、票务信息系统的基本构成和运作方式。

2. 案例分析法：选择一些在票务管理中出现问题的案例，如票务系统崩溃、票务信息泄露等。通过分析问题的原因、影响以及解决方案，引导学生思考如何避免类似问题的发生。

3. 讨论法：设置一些具有挑战性和启发性的问题。如“如何设计一款安全、便捷的票务系统？”、“如何应对票务管理过程中的突发情况？”等，每个小组针对一个问题进行深入讨论。

### 【学习要求】

1. 认真听讲，理解并掌握教学内容。
2. 积极参与案例分析和小组讨论等活动。
3. 独立完成课后作业和思考题。

### 【复习与思考】

1. 在票务管理过程中，如何确保票务信息的准确性和安全性？
2. 面对不同类型的会展活动，如何制定合适的票务销售策略？
3. 在票务管理过程中，如何有效应对突发情况和紧急事件？

### 【学习资源】

杜洁莉. 会展场馆管理实务. 大连: 东北财经大学出版社. 2010

### 场馆活动辅助性收入

### 【学习目标】

1. 能够阐述场馆活动辅助性收入的主要来源及其在场馆运营中的重要性。
2. 能够根据场馆的实际情况和市场环境, 制定合理有效的场馆活动辅助性收入策略, 以提高场馆的整体收益。
3. 能够识别和管理场馆活动辅助性收入中的风险。

### 【教学内容】

1. 内部营销和广告公司费用
2. 客人产生的辅助性收入
3. 场馆商品销售
4. 停车服务

### 【重点、难点】

1. 重点: 场馆活动辅助性收入来源; 如何提升场馆活动辅助性收入
2. 难点: 如何提升场馆活动辅助性收入

### 【教学方法】

1. 讲授法: 系统讲解场馆活动辅助性收入”的定义, 并解释其在场馆运营中的重要性, 列举并详细解释场馆活动辅助性收入的主要来源, 如场地租赁、设施使用费、广告收入、赞助收入、停车费、餐饮销售等。

2. 案例分析法: 选择一些成功的场馆活动辅助性收入案例, 如知名体育场馆、会展中心等, 分享其成功的经验和策略。可以详细分析案例中的收入来源、策略制定、执行过程等, 以便学生更好地理解和应用。

3. 讨论法: 根据课程内容和学生实际情况, 设置一些具有挑战性和启发性的问题, “如何根据场馆特色制定独特的辅助性收入策略?”、“如何有效应对辅助性收入下降的风险?”等, 将学生分成若干小组, 每个小组针对一个问题进行深入讨论。在讨论过程中, 鼓励学生充分表达自己的观点和建议, 同时倾听他人的想法和意见。

### 【学习要求】

1. 制定合理的学习计划, 确保按时完成学习任务和作业。
2. 养成自主学习和终身学习的习惯, 不断更新知识和技能。
3. 积极参与课堂讨论, 提高学习效果。

### 【复习与思考】

1. 如何优化场馆设施与服务以增加辅助性收入?

2. 如何平衡场馆活动主要收入与辅助性收入的关系？
3. 如何利用数据分析与市场调研精准定位辅助性收入来源？

#### 【学习资源】

胡平. 会展场馆经营与管理（21 世纪高等院校会展管理精品教材）. 北京：清华大学出版社. 2013

## 五、实践教学安排

### 1. 场馆销售（4 课时）

**实验目的：**通过实际的市场营销与销售实验，使学生能够将课堂上学到的理论知识应用到实际操作中，从而深化对会展场馆市场营销与销售理论的理解。实验过程中，学生将模拟会展场馆的市场营销与销售活动，包括市场调研、目标市场选择、产品策略、价格策略、促销策略以及销售管理等，从而提升学生的实际操作能力。

**实验安排：**教师对本次实验的目的、评分标准进行讲解，学生以 4 人一组，结合所学知识，对实验内容“会展场馆市场营销”进行个人思路的设计撰写，在课堂上由小组间成员进行汇报，最后由教师对汇报成果进行点评和总结。

### 2. 会展场馆运营与服务（5 课时）

**实验目的：**通过实验，学生能够将会展场馆运营与服务的理论知识与实际操作相结合，增强对会展场馆运营与服务流程的全面理解；学生将在实验中模拟会展场馆的日常运营与服务工作，如场馆设施管理、服务人员管理、导览服务等，从而提升他们的实际操作能力，培养服务意识。

**实验安排：**教师对本次实验的目的、评分标准进行讲解，学生以 4 人一组，结合所学知识，对实验内容“会展场馆运营与服务”进行个人思路的设计撰写，在课堂上由小组间成员进行汇报，最后由教师对汇报成果进行点评和总结。

### 3. 会展场馆活动管理与服务（5 课时）

**实验目的：**通过实验，使学生能够将会展场馆活动管理与服务的理论知识与实际操作相结合，加深对活动管理流程和服务标准的理解；通过模拟会展场馆活动的管理过程，如活动策划、组织、执行和评估等，培养学生的活动管理能力；通过模拟服务场景，让学生理解并实践如何提供优质的服务，以提升参展商和观众的满意度。

**实验安排：**教师对本次实验的目的、评分标准进行讲解，学生以 4 人一组，结合所学知识，对实验内容“会展场馆活动管理与服务”进行个人思路的设计撰写，在课堂上由小组间成员进行汇报，最后由教师对汇报成果进行点评和总结。

## 六、考核方式

### (一) 考核方式

课程考核方式分为过程性考核、期末考核。

过程性考核方式包括：课堂表现、平时作业、小组展示等，过程性评价主要是根据学生在整个课程教学过程中的表现来完成，如学生的到课率、课堂参与的积极性主动性、课程作业完成情况、小组展示等。

期末考核采用开卷考查。

### (二) 考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例 (%)	考核方式
课程目标 1: 能够描述场馆利用和服务的基本原理、原则、一般规律和场馆利用与服务的基本知识框架。	会展场馆运营与服务、会展场馆的所有权和管理、会展场馆预订、会展场馆活动管理与服务、会展场馆票务管理、场馆活动辅助性收入 25%	课堂表现、平时作业、小组展示、期末考试
课程目标 2: 能够在场馆利用与服务过程中提出创新性的想法和解决方案；能够在工作中为客户提供优质的服务。	会展场馆运营与服务、会展场馆的所有权和管理、会展场馆预订、会展场馆活动管理与服务、会展场馆票务管理、场馆活动辅助性收入 25%	课堂表现、平时作业、小组展示、期末考试
课程目标 3: 能够灵活运用所学，制定场馆利用计划、优化服务流程、管理场馆资源等关键技能；能够在会展场馆运营的实践中应用所学知识和技能，提升解决实际问题的能力。	会展场馆运营与服务、会展场馆的所有权和管理、会展场馆预订、会展场馆活动管理与服务、会展场馆票务管理、场馆活动辅助性收入 25%	课堂表现、平时作业、小组展示、期末考试
课程目标 4: 能够培养学生团队成员间的默契与信任，提高沟通协作能力为场馆的成功运营提供有力保障。	会展场馆运营与服务、会展场馆预订、会展场馆活动管理与服务、会展场馆票务管理、场馆活动辅助性收入 25%	课堂表现、平时作业、小组展示、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1. 总成绩评定

总成绩=（课堂表现×40%+平时作业×40%+小组展示×20%）×50%+期末考试成绩×50%

## 2. 平时成绩评定

(1) 课堂表现：根据学生到课率、课堂参与程度与质量量分。

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量、平时小测验等进行评价。

(3) 小组展示：根据小组展示内容进行评价。

## 3. 期末成绩评定

根据期末开卷考查卷面成绩评定。

## (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	小组展示	展示内容完整，逻辑清晰，条理分明，表达准确。创新性高，有独特的见解或解决方案。团队成员之间配合默契，分工明确。	展示内容基本完整，逻辑基本清晰，表达基本准确。有一定的创新性。团队内部沟通基本顺畅，能够解决大部分问题。	展示内容完成度一般，逻辑和表达一般，创新性有限。团队成员之间配合一般。	展示内容完成度较低，逻辑和表达存在一些问题，创新性不足。团队成员之间配合较差。	展示内容严重不完整，逻辑和表达混乱，缺乏创新性。团队成员之间几乎无配合。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
------	----	-----	------	---------	----



会展场馆运营与管理	丁焯	中国旅游出版社	2019.6	否	
-----------	----	---------	--------	---	--

## 九、主要参考书目

- [1] 张以琼. 会展场馆管理与服务. 广州: 广东经济出版社. 2006
- [2] 曾华. 会展场馆管理. 北京: 机械工业出版社. 2004
- [3] 杜洁莉. 会展场馆管理实务. 大连: 东北财经大学出版社. 2010
- [4] “会展策划与实务” 岗位资格考试系列教材编委会. 会展场馆管理. 北京: 旅游教育出版社, 2007
- [5] 胡平. 会展场馆经营与管理 (21 世纪高等院校会展管理精品教材). 北京: 清华大学出版社. 2013

## 十、课程学习建议

1. 明确专业学习目标, 进行主动有效学习。
2. 利用节假日对少山西的会展场馆进行调研, 访谈管理人员, 增强实践能力。
3. 进行广泛阅读, 积极进行量的积累, 不断提高理论思维能力。





# 会展经济与管理专业

## 《展览场馆空间设计》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《展览场馆空间设计》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	展览场馆空间设计 Exhibition venue space design		
课程编码	231510608C	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展场馆运营实务	修读学期	第七学期
课程类别	场馆运营与管理模块课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 20，实践学时 12）		
执笔人	刘昕	审核人	申磊

## 二、课程简介

《展览场馆空间设计》课程是会展经济与管理专业为培养场馆管理复合型人才而开设的一门模块课程，属于职业能力教育平台的一门课程。本课程从空间规划、场景体验、艺术美学等方面，对展览场馆的空间设计的基本原理、方法与技巧进行了详细讲解，旨在通过系统的教学、具体的案例与丰富的实践操作，使学生做到理论联系实际，扩大学生的知识面，为今后工作及学习其他专业课程打下基础，培养学生在复杂多变的社会环境中的会展方向就业适应能力，成为会展应用型人才。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：掌握扎实的展览场馆空间设计涉及的人文艺术学科知识，了解展览场馆空间设计的流程和规律，建立科学的展示空间设计新观念，能够综合系统设计意识和设计应用能力，在复杂的设计环境中灵活应对各种挑战，确保设计方案的可行性和实用性。【毕业要求 2.1】

课程目标 2：熟练掌握展览场馆空间设计的设计手段和设计方法，包括空间布局、流线规划、色彩搭配等。能够创造性地运用各种设计要素，如形状、材质、色彩、光影等，来营造独特的展览氛围和空间效果。并从平面规划设计到立面构成，再到对空间进行限定，灵活运用多种空间设计方法进行实践。【毕

## 业要求 2.2】

课程目标 3：掌握现代展览场馆空间设计的知识前沿和技术动态，并具备实践课题设计和设计动手制作方面的能力、从概念设计到方案实施的全过程设计能力，能够独立完成展览场馆的空间规划和设计工作。【毕业要求 6.2】

课程目标 4：能够以小组为单位分工合作，模拟完成符合流程、原则的设计相关作业，通过实际操作和项目实践，具备较强的动手能力和团队协作精神。【毕业要求 7.1】

### (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.1 扎实人文社科、自然科学等基础知识以及能够用于解决会展行业实践问题和科学研究的基本研
课程目标 2	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能，了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 3	沟通表达	6.2 了解会展学科前沿和行业发展动态，具有较强的独立工作、应变和决策能力。
课程目标 4	团队合作	7.1 具有良好的团队合作能力。能够在工作中与同事和谐相处，协作共事，有效的沟通与合作。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
展览场馆概说	课程目标 1	讲授法；案例教学法	2
展览场馆空间的生成	课程目标 1、2、3	讲授法；案例教学法；情景教学法	4
展览场馆空间的组合	课程目标 1、2	讲授法；案例教学法	2
展览场馆空间的控制要素	课程目标 1、2	讲授法；情景教学法	4
展览场馆空间的设计分析和设计原则	课程目标 1、2	讲授法；案例教学法	4
展览场馆空间设计的程序和方法	课程目标 1、2、3、4	讲授法；案例教学法；项目教学法	10
展览场馆空间设计的表达和深化	课程目标 1、2、3、4	讲授法；项目教学法	4
展览场馆空间设计的创新	课程目标 2、3	讲授法；案例教学法	2
合计			32

### (二) 课程内容

#### 展览场馆概说

##### 【学习目标】

- 1.了解本课程的知识体系框架；
- 2.了解展览场馆的类型、组成、特点；
- 3.了解展览业的发展与展览场馆的演变过程；
- 4.了解现代展览场馆的特点及发展趋势。

#### 【课程内容】

- 1.本课程的知识体系框架
- 2.展览场馆的类型
- 3.展览场馆的主要组成部分及各部分的功能特点
- 4.展览业的历史发展轨迹
- 5.展览场馆的演变过程
- 6.现代展览场馆的主要特点
- 7.未来展览场馆的发展趋势

#### 【重点、难点】

- 1.重点：展览场馆的类型、组成、特点
- 2.难点：现代展览场馆的特点及发展趋势

#### 【教学方法】

1.讲授法：讲解课程知识体系框架；讲解展览场馆的类型、组成、特点；讲解展览业的发展与展览场馆的演变过程；讲解现代展览场馆的特点及发展趋势。

2.案例教学法：通过案例使学生直观地区分不同类型场馆的特点与发展趋势。

#### 【学习要求】

能够区分不同类型的展览场馆，并清晰地表述出各类场馆的特点。

#### 【复习与思考】

- 1.展览馆、博物馆、会展场馆、世博会场馆有哪些异同？
- 2.现代展览场馆有哪些基本特点？

#### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《展示设计》课程

展览场馆空间的生成

#### 【学习目标】

- 1.了解展览场馆的空间及“五维空间”的含义；
- 2.了解展览场馆空间的构成要素；
- 3.了解内部空间的构成方式和生成过程；
- 4.了解垂直要素、水平要素与空间的关系；

- 5.了解外部空间界面的构成形式；
- 6.能够熟练运用空间生成的原则与方法。

#### 【课程内容】

- 1.展览场馆空间的构成
- 2.展览场馆内部空间的生成
- 3.展览场馆外部界面的生成
- 4.空间生成的原则与方法
- 5.展览场馆空间的生成过程

#### 【重点、难点】

- 1.重点：展览场馆空间的构成要素
- 2.难点：空间生成的原则与方法

#### 【教学方法】

1.讲授法：讲解展览场馆的空间及“五维空间”的含义；讲解展览场馆空间的构成要素；讲解内部空间的构成方式和生成过程；讲解垂直要素、水平要素与空间的关系；讲解外部空间界面的构成形式；讲解空间生成的原则与方法。

2.案例教学法：通过案例分析展览场馆空间的生成过程。

3.情景教学法：在真实的场馆中体验展览场馆的“五维空间”。

#### 【学习要求】

能够掌握包括空间的功能性、美观性、安全性，以及空间划分、界面处理、流线组织等在内的具体空间生成的原则与方法。通过这些原则和方法的应用，可以确保展览场馆空间的生成既符合实际需求，又具有良好的空间效果。

#### 【复习与思考】

- 1.什么是单一空间？哪些因素影响单一空间？
- 2.概述世博会场馆外部界面的视觉特征。

#### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《展示设计》课程

展览场馆空间的组合

#### 【学习目标】

- 1.了解展览场馆空间的组合关系；
- 2.能够掌握空间组合的具体方法；
- 3.理解空间组合的形式美。

#### 【课程内容】

- 1.空间组合的基本原则
- 2.空间组合的具体方法

### 3.空间组合的形式美

### 4.展览场馆空间的组合方法

#### 【重点、难点】

1.重点：空间组合的具体方法

2.难点：空间组合的形式美

#### 【教学方法】

1.讲授法：讲解功能性原则、流线性原则与空间序列性；讲解以动线为枢纽的空间组合、走向无遮挡的结构空间组合、相邻空间的组合与空间序列的组织等空间组合的具体办法；讲解空间的比例、尺度、节奏、韵律等加强空间组合形式美的手法。

2.案例教学法：通过对国内外知名的展览场馆案例的特点及优缺点分析，展示展览场馆空间的组合方法。

#### 【学习要求】

能够掌握以动线为枢纽的空间组合、走向无遮挡的结构空间组合、相邻空间的组合与空间序列的组织的空间组合具体方法。

#### 【复习与思考】

1.如何欣赏展览场馆空间组合的形式美？

2.如何在展览场馆空间组合中体现韵律之美？

#### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《展示设计》课程

#### 展览场馆空间的控制要素

#### 【学习目标】

- 1.了解空间形态的组织形式与空间构件的形态要求等空间形态要素；
- 2.了解材料的特性、空间中的常用材料、空间材料的选用等空间材料要素；
- 3.了解空间的色彩选配、典型场馆的空间配色、空间的色彩基调等空间色彩要素；
- 4.了解了解空间道具的类型和场馆道具的设计原则等空间道具要素。

#### 【课程内容】

- 1.空间形态的组织形式，及空间构建的形态要求
- 2.材料的特性
- 3.常用材料及材料的选用要点
- 4.空间色彩要素
- 5.空间道具的类型
- 6.场馆道具的设计和选用原则



**【重点、难点】**

- 1.重点：空间道具的类型
- 2.难点：空间材料的特性

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解空间形态要素、空间材料要素、空间色彩要素和空间道具要素及不同要素的设计和选择的原则。

2.情景教学法：组织学生走进展览场馆实地参观，注意观察空间形态、材料、色彩、道具与空间的关系，并产出报告。

**【学习要求】**

能够独立分析展览场馆空间的控制要素。

**【复习与思考】**

搜集相关展馆图片，按照展览场馆的四种控制要素进行分类，每类不少于20张。

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《展示设计》课程

展览场馆空间的设计分析和设计原则

**【学习目标】**

- 1.了解展览场馆设计分析的内涵和方法；
- 2.了解展览场馆的建筑、结构、空间、设备的设计原则；
- 3.了解空间材料选择的原则。

**【课程内容】**

- 1.场馆空间环境的分析方法
- 2.展览场馆基本体系的分析方法
- 3.展览场馆功能关系的分析方法
- 4.空间材料的选择原则

**【重点、难点】**

- 1.重点：展览场馆基本体系的分析方法
- 2.难点：展览场馆功能关系的分析方法

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解奖励旅游策划的基本原则、程序和方法；奖励旅游活动的准备流程；奖励旅游策划标书的框架；奖励旅游活动的执行程序与内容；奖励旅游活动创新方法。

2.案例教学法：基于真实的展览场馆案例，分析场馆空间设计；

**【学习要求】**

能够独立分析展览场馆空间的设计。

#### 【复习与思考】

- 1.展览场馆的设计分析有什么意义？
- 2.你是如何理解展览场馆空间设计的原则的？

#### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《展示设计》课程

展览场馆空间设计的程序和方法

#### 【学习目标】

- 1.了解展览场馆空间设计的图解方法；
- 2.了解展览场馆空间设计的流程和各阶段的任务；
- 3.掌握展览场馆空间的平面设计、形象设计的方法；
- 4.了解展览场馆方案设计的图面作业的内容。

#### 【课程内容】

- 1.空间设计的综合服务
- 2.空间设计的作业流程的内容
- 3.空间设计的分阶段任务
- 4.空间设计的图解方法
- 5.空间的平面设计的原理与方法
- 6.空间形象设计的原理与方法
- 7.方案设计的图面作业内容

#### 【重点、难点】

- 1.重点：展览场馆空间设计的流程和各阶段的任务
- 2.难点：展览场馆空间的平面设计、形象设计的方法

#### 【教学方法】

- 1.讲授法：讲解展览场馆空间设计的程序及展览场馆空间设计的方法；
- 2.案例教学法：通过案例切入，展示展览场馆方案设计的图面作业的内容；
- 3.项目教学法：以小组为单位，流程完整地完成一个特定主题、特定场地的展览场馆空间设计。

#### 【学习要求】

熟悉展览场馆空间设计的流程和各阶段的任务并能够掌握展览场馆空间的平面设计、形象设计的方法，以小组为单位协作完成项目，并模拟竞标。

#### 【复习与思考】

- 1.你是如何理解空间平面布局的辩证关系的？
- 2.以 2010 年上海世博会中国馆为例，以图解形式说明如何完成场馆空间的

形象设计。

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《展示设计》课程

展览场馆空间设计的表达和深化

**【学习目标】**

- 1.了解展览场馆空间形态的构思和设计方案的制定相关内容；
- 2.了解展览场馆空间的设计语言与表达方法；
- 3.了解展览场馆空间设计表现图的特点和制图步骤；
- 4.掌握空间设计正投影图的制图方法。

**【课程内容】**

- 1.空间形态的构思内容
- 2.空间设计方案制定的内容
- 3.空间设计语言的类型
- 4.空间设计的制图工具
- 5.空间设计表现图的制图标准及制图步骤
- 6.空间设计正投影图的制图的要点和方法

**【重点、难点】**

- 1.重点：空间设计表现图的特点和制图步骤
- 2.难点：空间设计正投影图的制图方法

**【教学方法】**

1.讲授法：讲解展览场馆空间形态的构思和设计方案的制定相关内容；展览场馆空间的设计语言与表达方法；展览场馆空间设计表现图的特点和制图步骤；空间设计正投影图的制图方法。

2.项目教学法：要求学生按照正确的步骤与方法，自选一整套平、立、剖面图进行临摹。

**【学习要求】**

自带全套绘图工具，并具备手绘基础。

**【复习与思考】**

- 1.模型表达、二维平面表达、三维空间表达的特点是什么？
- 2.如何进行设计项目的任务分析？

**【学习资源】**

中国大学 Mooc 《展示设计》课程

展览场馆空间设计的创新

**【学习目标】**

- 1.掌握空间设计的创新思维方式；
- 2.了解设计意念开发的三个相关要素并理解其与空间设计创新的关系；
- 3.了解国际范围展览场馆空间设计的创新趋势。

#### 【课程内容】

- 1.设计思维的概念、定义与步骤方法
- 2.思维设计的概念、定义与拓展方法
- 3 设计意念开发中展现的价值观、知识结构、再造与创造
- 4.展览场馆空间设计的创新方式方法
- 5.展览场馆空间设计创新趋势

#### 【重点、难点】

- 1.重点：展览场馆空间设计的创新方式方法
- 2.难点：设计意念开发中展现的价值观、知识结构、再造与创造

#### 【教学方法】

1.讲授法：讲解设计思维的概念、定义与步骤方法；思维设计的概念、定义与拓展方法；设计意念开发中展现的价值观、知识结构、再造与创造；介绍展览场馆空间设计的创新方式方法。

2.案例教学法：通过案例，讲解国际范围内优秀的展览场馆空间设计趋势。

#### 【学习要求】

自行提前搜索国际范围内展览场馆空间的优秀创新设计。

#### 【复习与思考】

- 1.请结合一个展览场馆设计案例，展开阐述提高创新设计能力的方法？
- 2.请联系实际谈谈灵感与设计创作的关系。

#### 【学习资源】

中国大学 Mooc 《展示设计》课程

## 五、实践教学安排

### （一）实验项目与课程目标的关系

序号	实验项目	实验学时	实验类型	分组要求	开出要求	支撑课程目标
1	展览场馆空间的生成	2	综合	单人	必做	课程目标 1、2、3
2	展览场馆空间的控制要素	2	综合	单人	必做	课程目标 1、2
3	展览场馆空间设计的程序和方法	6	综合	6-8 人一组	必做	课程目标 1、2、3、4
4	展览场馆空间设计的	2	综合	单人	必做	课程目标 1、2、3、4

	表达和深化					
--	-------	--	--	--	--	--

注：实验类型：演示/验证/综合/设计；开出要求：必做/选做；分组要求：几人一组。

## （二）实验项目

### 1.展览场馆空间的生成

【实验目的】体验展览场馆的五维空间

【实验原理】展览场馆的五维空间

【主要设备】摄影设备、纸笔

【内容提要】在真实的展览场馆中体验展览场馆空间的点、线、面、时间及心理。

【实验安排】学生在老师带队下去往实践场馆，按要求在场馆中自由行动、独立作业。

【教学方法与手段】情景教学法

【实验报告要求】实践场馆“五维空间”的分析报告

### 2.展览场馆空间的控制要素

【实验目的】通过实地参观调研，了解展览场馆空间的控制要素与空间的关系。

【实验原理】展览场馆空间的控制要素

【主要设备】摄影设备、纸笔

【内容提要】走进展览场馆实地参观调研，注意观察空间形态、材料、色彩、道具与空间的关系。

【实验安排】学生在老师带队下去往实践场馆，按要求在场馆中自由行动、独立作业。

【教学方法与手段】情景教学法

【实验报告要求】调研报告一份，要求分别分析展览场馆空间各控制要素与空间的关系。

### 3.展览场馆空间的程序和方法

【实验目的】能够从模拟项目中进行团队作业，设计一个小型展览场馆。

【实验原理】图解设计方法

【主要设备】电脑、AutoCAD 软件、纸笔、PPT

【内容提要】以小组为单位合作完成一个小型展览场馆的设计，展馆基本功能要求：“展示”、“观众服务”、“办公管理”；展馆参数要求：总面积约 500 平方米，层高 15 米，结构形式二层式。并完成模拟竞标。

【实验安排】学生以 6-8 人规模自行分组，按照要求，在 6 小节课时（含

跨课时的课外时间)的时间内,团队协作完成一个小型展览场馆的设计。其中前2小节课时实践内容为团队讨论,中间2小节课时实践内容为团队作图,后2小节课时实践内容为课堂竞标模拟考核。

**【教学方法与手段】**讨论教学法、合作教学法、项目教学法

**【实验报告要求】**(1)平面图(总平面图、一层平面图、二层平面图);(2)立面图(4个外立面图);(3)适当位置的剖面图、透视图;(4)设计说明;(5)主题发展演变模式草图;(6)方案PPT与提案秀。

#### 4.展览场馆空间的表达和深化

**【实验目的】**掌握空间设计正投影图制图方法

**【实验原理】**平面图、立面图、剖面图的绘制步骤与方法

**【主要设备】**纸笔

**【内容提要】**自选一整套真实的优秀场馆案例投影图进行临摹。

**【实验安排】**学生自行提前准备整套优秀场馆案例投影图,独立临摹。

**【教学方法与手段】**项目教学法

**【实验报告要求】**含有平面、立面、剖面图的图纸一套,注意选择合适的比例,线型的粗细分布,汉字、英文字母、数字和各种制图符号的书写规范,保持图面整洁。

## 六、考核方式

### (一) 考核方式

课程考核方式分为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核包括:课堂表现、平时作业、课堂笔记等,过程性评价主要是根据学生在整个课程中的表现来完成,如学生的到课率、课堂参与的积极主动性、课程作业完成情况、日常学习的记录等。期末考核采用考查方式。

### (二) 考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例(%)	考核方式
课程目标1	展览场馆的类型;展览场馆的主要组成部分及各部分的功能特点;展览业的历史发展轨迹;展览场馆的演变过程;现代展览场馆的主要特点;未来展览场馆的发展趋势;展览场馆空间的构成;展览场馆内部空间的生成;展览场馆外部界面的生成;空间生成的原则;空间组合的基本原则;空间组合的形式美;空间形态的组织形式;空间构建的形态要求;空间色彩要素;空间道具的类型;材料的特性;空间材料的选择原则;空间的	报告展示、实践表现、课堂表现、期末考试等

	平面设计的原理；空间形象设计的原理；空间设计正投影图的制图的要点和方法 25%	
课程目标 2	空间生成的方法；空间组合的具体方法；展览场馆空间的组合方法；常用材料及材料的选用要点；场馆道具的设计和选用原则；场馆空间环境的分析方法；展览场馆基本体系的分析方法；展览场馆功能关系的分析方法；空间设计的综合服务；空间的平面设计的方法；空间形象设计的方法；空间形态的构思内容；展览场馆空间设计的创新方式方法；展览场馆空间设计创新趋势 25%	课堂讨论、报告展示、实践表现、课堂表现、期末考试等
课程目标 3	展览场馆空间的生成过程；空间设计的图解方法；方案设计的图面作业内容；空间设计语言的类型；空间设计的制图工具；空间设计表现图的制图标准及制图步骤；设计思维的概念、定义与步骤方法；思维设计的概念、定义与拓展方法；设计意念开发中展现的价值观、知识结构、再造与创造 25%	课堂讨论、报告展示、团队合作、实践表现、课堂表现、期末考试等
课程目标 4	空间设计的作业流程的内容；空间设计的分阶段任务；空间设计方案制定的内容 25%	课堂讨论、报告展示、团队合作、实践表现、课堂表现、期末考试等

## 七、成绩评定

### （一）评定方式

#### 1.总成绩评定

总成绩=过程性考核成绩（课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%）×30%+技能成绩×20%+期末考核×50%

#### 2.平时成绩评定

（1）课堂表现：学生主动参与课堂练习、讨论，创造性地提出问题的能力，学生的到课情况；

（2）平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量，平时小测验等进行评价；

（3）读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3.技能成绩评定

按照实验表现评分，并取平均值。

#### 4.期末成绩评定

详见期末试题评分标准。

### （二）评定标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格
1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言。	听课很不认真，不互动也不发言。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写较为整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。
4	技能成绩	认真完成实验，积极参与，表现令人印象深刻。	实验较认真，参与较积极，表现较为突出。	能够按要求完成既定实验内容与报告。	基本完成实验与报告。	几乎不参加实验。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
展览场馆空间设计	晋洁芳、王启照	格致出版社：上海人民出版社	2011.11	是	

## 九、主要参考书目

- [1]郑念均,于健.展示设计(增补版).上海:上海人民美术出版社.2021.6  
 [2]国际新景观.经典场馆设计·上海世博.武汉:华中科技大学出版社.2010.7

## 十、课程学习建议

结合本课程的特点，给出以下学习建议：

- 1.明确学习目标，课前做好预习，带着问题进入课堂，保证课堂效果；
- 2.在课程内容的学习上，结合国内外展览场馆空间设计热点问题对基本概念和基础理论进行理解和掌握；



3.可以通过提供的相关期刊、书籍文献资料进行查缺补漏，丰富课程学习内容；

4.找寻学习资源，在学习过程中遇到问题时，可以利用网络平台学习资源等方式解决问题。





# 会展经济与管理专业

## 《展示工程与搭建》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《展示工程与搭建》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	展示工程与搭建 Exhibition Engineering and Construction		
课程编码	231510609C	适用专业	会展经济与管理
先修课程	无	修读学期	第五学期
课程类别	场馆运营与管理模块课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 20，实践学时 12）		
执笔人	吴文婷	审核人	申磊

## 二、课程简介

本课程在会展专业人才培养体系中占据重要地位，旨在培养学生掌握会展项目从策划到实施的全过程中的工程设计与搭建技能。通过系统学习，学生将深入了解会展空间规划、结构安全、材料应用及搭建工艺等专业知识，形成扎实的会展工程技术基础。在能力培养方面，本课程强调理论联系实际，通过案例分析、模拟实践和实地操作，提升学生的创新设计思维、项目管理能力和实际动手操作能力，使其能够独立进行会展项目的工程设计与搭建工作。素质养成层面，本课程注重培养学生的团队协作精神、严谨的工作态度以及对行业规范和安全标准的尊重意识，以期塑造具备国际视野和专业素养的高级会展工程技术人才，为我国会展业的发展注入强劲动力。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：在本课程学习结束后，学生应能够深入理解和系统掌握工程项目的整体管理流程与方法论，具备从项目启动、规划、执行到监控、收尾全过程的理论知识与实践技能。【毕业要求 2.2】

课程目标 2: 通过课程实践活动, 学生将能够熟练运用各类工程设计工具和技术手段, 进行创新性设计方案的构思与实现, 提升工程设计的实际操作能力和创新能力, 以满足不同环境和需求下的工程设计挑战。【毕业要求 4.1】

课程目标 3: 通过课程学习, 学生能用文字、图表等方式与行业及公众有效沟通, 表达设计理念, 在实践中提升解决问题能力, 学会团队合作, 理解包容差异。【毕业要求 6.1】

课程目标 4: 培养学生严谨的科学态度和良好的职业道德素养, 在工程项目实践中体现出高度的责任感、良好的沟通能力和团队协作精神。【毕业要求 7.1】

## (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能, 了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性, 掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 3	沟通表达	6.1 能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点, 与会展行业及社会公众进行有效的沟通, 并理解与包容差异性。
课程目标 4	团队合作	7.1 具有良好的团队合作能力。能够在工作中与同事和谐相处, 协作共事, 有效的沟通与合作。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
展示工程与会展范畴	课程目标 1	讲授法、案例分析、实地考察或虚拟参观、小组研讨	2
展会与展台	课程目标 1、2、3、4	理论讲授、小组研讨、模拟实操、参观考察	5
标准展台	课程目标 1、2、3、4	理论讲授、小组研讨、实践操作、案例分析	2
特装展台概述	课程目标 1	理论讲授、案例分析、实践操作	1
特装展台地台设计	课程目标 1、2、3、4	理论讲授、实践教学、小组研讨、项目实操	5
特装展台灯柱与天棚设计	课程目标 1、2、3、4	理论讲授、案例分析、实操练习、小组研讨	1

特装展台背景设计	课程目标 1、2、3、4	理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与实践操作、翻转课堂与在线资源利用	2
特装展台天景设计	课程目标 1、2、3、4	理论讲授与案例分析相结合、分组讨论与设计实操、实地参观与专家讲座	2
特装展台辅助展具设计	课程目标 1、2、3、4	理论讲解与案例分析、实践操作与小组讨论、互动式学习与实地参观	5
展台其他造型设计	课程目标 1、2、3、4	案例分析法、小组研讨与实践操作、实地考察与专家讲座	2
展台 LOGO 的学用设计	课程目标 1、2、3、4	理论讲授与案例分析相结合、实践操作、创新研讨	1
展馆立柱再设计	课程目标 1、2、3、4	案例分析、分组研讨、互动实操	1
展台配套设备	课程目标 1、2、3、4	理论讲解、实践操作、小组讨论与分享、虚拟仿真模拟	1
展台安全措施与设计	课程目标 1、2、3、4	理论讲授、案例研讨、模拟设计	2
合计			32

## （二）课程内容

### 展示工程与会展范畴

#### 【学习目标】

1. 掌握展示工程的范畴。
2. 掌握展示工程八大类的内容。
3. 掌握会展的范畴。
4. 了解“展”重于“会”。

#### 【课程内容】

1. 展示工程范畴
2. 会展范畴

#### 【重点、难点】

1. 重点：各类展示形式（展台、展厅、专营店、专柜、橱窗、舞台舞美、标志标识和环艺设计）的特点、功能及在不同情境下的应用。
2. 难点：分析和比较不同展示形式的设计理念和实施策略，以及如何针对不同展示目标进行方案定制。

#### 【教学方法】

1. 讲授法：通过多媒体演示，讲解展示工程的基本概念、历史演变和发展趋势。

2. 案例分析：精选国内外经典展示工程案例，引导学生剖析其设计理念、空间布局、材料运用、视觉传达等方面的优点和不足。

3. 实地考察或虚拟参观：组织学生参观实体展览、商场店铺等，或利用 VR 技术体验线上展示环境，直观感受各类展示形式的实际效果。

4. 小组研讨：分组讨论不同类型展示项目的设计流程、关键要素，并模拟设计过程，培养团队协作能力和实践操作能力。

#### 【学习要求】

1. 学生应掌握展示工程的基础理论知识，理解各类展示形式的功能定位。

2. 能够结合人体工程学、色彩学、材质学等相关知识，对展示设计方案进行评价和改进。

3. 具备初步的展示空间规划能力，能够从策划、设计到实施环节全面了解展示项目的运作流程。

4. 培养创新思维和批判性思考，学会根据不同展示目的和受众特点调整设计方案。

#### 【复习与思考】

1. 展示工程的范畴包括哪些？

2. 会展的范畴包括哪些？

3. “展”在哪些方面大于“会”？

#### 【学习资源】

1. 教材与参考书籍：提供专业教材和相关领域的前沿研究文献，以便学生深入学习和拓展视野。

2. 在线资源：利用网络平台共享国际展览资讯、行业报告、优秀设计作品集锦等资源。

3. 实践工具：提供必要的设计软件教程和实训机会，如 AutoCAD、SketchUp、3D Max 等。

## 展会与展台

#### 【学习目标】

1. 掌握展会的各种类型。

2. 掌握专业展览会的三种分类方法。

3. 掌握展台的主要功能。

#### 【课程内容】

1. 展会

2. 展台

#### 【重点、难点】

1. 重点：展会的定义、分类以及各类展会的特点
2. 难点：如何将企业的品牌形象、产品特性与展台设计相结合，有效发挥展台的信息传播、产品展示、互动体验等多种功能

#### 【教学方法】

1. 理论讲授：通过 PPT 讲解、案例分析等方式介绍展会类型、展台等级及不同类型展台的功能特点。
2. 小组研讨：组织学生分组讨论不同展会类型对参展效果的影响，以及成功展台设计的关键要素，提高学生的实践认知能力。
3. 模拟实操：布置虚拟展会项目，让学生亲自设计一个展台方案，从实际操作中理解和掌握展台设计的原则与技巧。
4. 参观考察：条件允许的情况下，安排学生实地参观各类展会，亲身体会并分析展会现场展台的设计布局和运营模式。

#### 【学习要求】

1. 理解并掌握展会与展台的基本概念、类型和等级划分标准；
2. 能够根据不同场景和需求，合理选择展会类型和设计展台方案；
3. 通过实例分析，锻炼解决展会策划与展台设计中实际问题的能力；
4. 积极参与课堂讨论和实践活动，培养团队协作与创新能力。

#### 【复习与思考】

1. 什么叫展会？
2. 专业展会有几大类？其特点是什么？
3. 展台的主要功能是什么？
4. 什么叫展台？
5. 展台按造型分类，可分哪两大类？

#### 【学习资源】

1. 教材与参考书：《会展管理》、《展览设计与策划》等相关教材；
2. 在线课程与视频：获取国内外知名展会的现场视频资料，观摩优秀展台设计案例；
3. 行业报告与研究文献：了解展会行业的最新趋势和发展动态，研读有关展台设计理论和实践的研究成果。

### 标准展台

#### 【学习目标】

1. 掌握标准展台的类型
2. 掌握标准展台的改装万法
3. 掌握何为一面开口、两面开口和三面开口标准展台？



### 【课程内容】

1. 标准展台的类型
2. 标准展台的布局
3. 标准展台的结构
4. 标准展台的设计
5. 标准展台的配置
6. 标准展台的搭建

### 【重点、难点】

1. 重点：探讨如何根据展示需求、空间条件及人流导向原则进行合理的展位布局设计。

2. 难点：理解并掌握不同类型展台的特点和适用场景，学会灵活运用布局规划原则，深入理解展台结构对于整体设计效果的重要性，以及在展台设计中融合品牌文化与信息传达的技巧。此外，还需熟练掌握展台搭建过程中的安全规定和技术要领。

### 【教学方法】

1. 理论讲授：结合 PPT、图片、案例等形式生动直观地阐述展台类型、布局、结构、设计和搭建的相关知识。

2. 小组研讨：组织学生分组讨论，模拟设计不同类型的展台布局和结构方案，通过互动交流深化理解和记忆。

3. 实践操作：利用虚拟仿真或实地参观实习等方式，让学生亲手参与展台的设计与搭建过程，提升动手能力和实战经验。

4. 案例分析：剖析国内外优秀展台设计实例，引导学生从中学习成功的设计思路和方法。

### 【学习要求】

1. 理解并能区分各种类型的标准展台，掌握其应用场合和设计要点。
2. 能够独立完成展台布局设计，考虑功能性、美观性和经济性等多个维度。
3. 掌握展台结构基础知识，了解常用材料特性和选择依据。
4. 能够遵循设计流程，创新性地设计出符合展览主题和品牌形象的展台方案。
5. 明确展台搭建的步骤和注意事项，确保施工过程的安全、高效。

### 【复习与思考】

1. 什么叫标准展台？
2. 标准展台有哪几种类型？
3. 何为一面开口、两面开口和三面开口的标准展台？

4. 改装型标准展台更适合什么样的参展商采用？
5. 立柱与横梁用什么连接？

#### 【学习资源】

1. 专业教材与参考书籍：提供关于会展设计、展示工程等方面的权威资料。
2. 在线课程与视频教程：分享相关领域的专家讲座、操作演示等内容。
3. 实践基地与合作企业：为学生提供参观、实习和项目合作的机会，以便更直观地接触和学习标准展台的设计与搭建。

### 特装展台概述

#### 【学习目标】

1. 理解特装展台的三大类型及其优缺点。
2. 掌握特装展台的五种平面布局方法及其利与弊。
3. 掌握功能区的设置。

#### 【课程内容】

1. 特装展台的类型
2. 特装展台的分区与功能
3. 特装展台的布局
4. 特装展台的基本结构

#### 【重点、难点】

1. 重点：理解和掌握不同类型特装展台的设计理念、适用场合和各自特色，例如岛屿型、半岛型、线形、双层及特殊创意展台等。
2. 难点：特装展台的空间分隔与功能整合，既要满足展示需求又要兼顾人性化体验，需具备较高的空间设计能力和创新思维。

#### 【教学方法】

1. 理论讲授：首先通过 PPT、视频等方式系统讲解特装展台的基本概念、类型、分区功能、布局原则及结构搭建等知识要点。
2. 案例分析：选取具有代表性的国内外优秀特装展台案例，进行深度解析，引导学生理解和掌握理论知识在实践中的应用。
3. 实践操作：组织学生进行小组合作，设计并模拟搭建一个小型特装展台模型，通过动手实践来深化对展台设计的理解。

#### 【学习要求】

1. 学生应能够识别并描述不同类型特装展台的特点和适用场景。
2. 能够独立完成展台的功能分区和布局设计，考虑人性化因素和用户体验。
3. 理解并能运用展台搭建的基本结构和材料选择原则，确保设计方案的安全性和可行性。

4. 能够通过对实际案例的分析, 提炼总结出展台设计的关键要素和成功经验。

#### 【复习与思考】

1. 展台由哪两大部分组成? 其功能各是什么?
2. 展示区除展示展品外, 还要布置什么辅助展具?
3. 功能区一般设置哪些房间? 有哪些房间是必须设置的?
4. 展台平面布局有哪几种?
5. 特装展台分为哪几类? 各有何优缺点?

#### 【学习资源】

1. 教材与参考书目: 提供专业教材及相关设计理论书籍, 以供学生深入学习。

2. 在线课程与视频教程: 推荐相关网络课程和专业设计师的讲座视频, 丰富学生的学习视角。

3. 设计与软件工具: 提供 CAD、SketchUp 等相关设计软件的使用教程, 以便于学生进行展台设计练习。

4. 实践项目资料: 收集并分享历年展会中优秀的特装展台设计案例图片及设计说明文档, 作为学生学习和模仿的对象。

### 特装展台地台设计

#### 【学习目标】

1. 掌握地台的功能。
2. 掌握地台的两种类型。
3. 掌握高地台的 5 种结构。
4. 了解高地台的材料与应用,
5. 初步掌握地台的设计方法。

#### 【课程内容】

1. 地台的功能
2. 地台的类型
3. 地台的结构
4. 低地台材料
5. 高地台材料
6. 高地台的设计
7. 高地台的搭建

#### 【重点、难点】

1. 重点: 各类地台的设计理念、适用场景和表现形式, 帮助学生全面了解

不同类型的地台设计。

2. 难点：对于地台功能与形式的综合把握，如何根据展示需求灵活运用不同类型地台

#### 【教学方法】

1. 理论讲授：通过 PPT 演示、案例分析等方式，讲解地台设计的基本概念、类型、结构和材料知识。

2. 实践教学：组织参观真实展台或利用虚拟仿真软件进行地台设计模拟，让学生亲手操作并体验地台设计及搭建过程。

3. 小组研讨：围绕特定展台地台设计方案开展小组讨论，培养学生的团队协作能力和问题解决能力。

4. 项目实操：布置高地台设计作业，让学生独立完成从设计构思、选材、结构规划到实施方案的全过程，以此强化理论知识的应用。

#### 【学习要求】

1. 理解并掌握地台在特装展台中的基本功能和重要性；

2. 能够区分和应用不同类型的地台，并能根据实际情况选择合适的地台材料；

3. 掌握高地台设计的关键要素，能够独立进行高地台的设计和初步施工图绘制；

4. 具备一定的实地操作能力，了解高地台搭建过程中的安全规范和技术要点。

#### 【复习与思考】

1. 地台的主要功能是什么？

2. 低地台和高地台的结构有何不同？

3. 高地台的材料使用有何特点？

4. 高地台的设计有哪几种类型？

5. 高地台的搭建程序是怎样的？

#### 【学习资源】

1. 教材与参考书目：提供专业教材和其他关于展览设计、材料科学等方面的参考书籍。

2. 实践案例库：收集丰富的国内外特装展台地台设计实例，供学生研究学习。

3. 技术资料与标准规范：提供相关建筑设计、结构设计及施工安全规范文档。

4. 在线课程与软件资源：推荐相关的在线教程和 3D 设计软件，辅助学生进

行地台设计练习。

## 特装展台灯柱与天棚设计

### 【学习目标】

1. 了解什么是灯柱和天棚。
2. 掌握灯柱的分类、造型与结构。
3. 掌握天棚的分类、造型与结构。
4. 掌握天棚的顶棚造型。
5. 掌握天棚的楣板造型。

### 【课程内容】

1. 灯柱与天棚的功能
2. 灯柱
3. 天棚

### 【重点、难点】

1. 重点：入探讨灯柱在特装展台中的照明效果、装饰作用和空间划分功能，以及天棚在展台设计中的基础承重、灯光布局、视觉引导及整体氛围营造等方面的重要性。

2. 难点：结合特装展台的具体环境和条件，灵活运用各类灯柱与天棚设计方案，解决复杂空间内的光线分布、视线引导等问题。

### 【教学方法】

1. 理论讲授：结合多媒体教学手段，通过图文并茂的方式系统讲解灯柱与天棚的基础知识和设计要点。

2. 案例分析：挑选国内外经典特装展台项目，深度剖析其灯柱与天棚设计的成功之处，让学生直观理解设计原则的实际应用。

3. 实操练习：组织学生进行灯柱与天棚设计模拟训练，鼓励创新思考，动手制作模型或绘制设计图纸，提升实践操作能力。

4. 小组研讨：分组讨论不同类型、风格的展台灯柱与天棚设计方案，锻炼团队协作能力和批判性思维。

### 【学习要求】

1. 掌握灯柱与天棚在特装展台设计中的基本功能和设计原则。
2. 理解并能辨识各类灯柱与天棚的类型、结构、材料特点及造型设计方法。
3. 能够独立完成一个特装展台灯柱与天棚的设计方案，并具备初步的搭建实施能力。
4. 具备良好的团队合作精神和创新意识，能够将所学知识应用于实际问题解决中。

### 【复习与思考】

1. 灯柱和天棚各有什么功能？
2. 灯柱的设计有何要点？灯柱的材料主要有哪些？
3. 立柱天棚有哪两种结构形式？
4. 天棚的顶棚有几种造型方式？
5. 天棚楣板有几种造型方式？
6. 立柱天棚吊装时最需要注意什么？
7. 悬挂天棚选吊点要注意什么？

### 【学习资源】

1. 教材与参考书籍：提供相关专业教材，辅以国内外优秀设计案例集锦。
2. 在线课程与视频教程：利用网络平台引入行业专家讲座、设计软件操作演示等资源。
3. 实践基地与实训室：依托校内实训室或校外实习基地，开展实地操作训练和观摩学习。

## 特装展台背景设计

### 【学习目标】

1. 掌握展台背景的类型。
2. 掌握功能区房间的设计与布置。
3. 了解展台背景的制作与搭建。

### 【课程内容】

1. 背景的类型
2. 背景的造型设计
3. 展台房间的设计与布置
4. 背景的制作与搭建

### 【重点、难点】

1. 重点：探讨如何根据展品特性、品牌形象及展会主题进行背景造型创意设计，包括色彩搭配、图案设计、空间层次构建等内容。
2. 难点：展台房间的空间设计与背景造型之间的复杂关系处理。

### 【教学方法】

1. 理论讲授与案例分析相结合：首先系统讲述背景设计的基础理论知识，辅以国内外优秀特装展台背景设计案例，引导学生理解和掌握设计理念与技巧。
2. 小组讨论与实践操作：组织学生分组研讨不同类型的背景设计方案，并通过模型制作或三维建模软件进行实操演练，提升学生的实际设计能力。
3. 翻转课堂与在线资源利用：结合线上学习平台，提供相关视频教程、电

子书籍等学习资源，鼓励学生课前预习和课后复习，同时开展线上答疑、作业点评等活动，形成线上线下混合式教学模式。

#### 【学习要求】

1. 学生需全面理解并掌握各类特装展台背景设计的基本原理和方法。
2. 能够独立或协作完成展台背景的设计方案，具备一定的审美判断能力和创新思维。
3. 能够熟练运用相关工具和技术，完成背景从设计到制作、搭建的全流程工作。
4. 培养良好的团队合作精神和沟通交流能力，能在实践中不断反思、改进和完善设计作品。

#### 【复习与思考】

1. 展台背景有几大类，总共有多少种设计方式？
2. 为什么会出现假两层楼立体背景？
3. 什么是动态平面背景？它分为哪两种类型？
4. 采用铝型材搭建的展台有何优点？
5. 房屋墙壁钢结构有哪几代？各有何利弊？
6. 房屋钢结构的厚度为何分为两种？各有何利弊？
7. 展台的房间设计要遵循哪几条原则？
8. 房间设置的多少以什么为根据？一般展台最少要设置几个房间？
9. 展台的重点房间是哪些？应如何布置？

#### 【学习资源】

1. 教材与参考书：《会展空间设计》、《展览展示设计教程》等相关专业书籍。
2. 网络课程与视频：Coursera、网易公开课等平台上的相关设计课程，以及YouTube、B站等平台上关于展台背景设计的教学视频。
3. 设计软件：AutoCAD、SketchUp、3ds Max、Photoshop 等设计工具的学习资源和教程。
4. 行业报告与案例集锦：行业协会发布的行业报告，以及各大展览活动的成功案例资料。

### 特装展台天景设计

#### 【学习目标】

1. 了解展台天景造型是如何诞生的。
2. 掌握各种天景造型的设计方法。
3. 掌握各种天景造型的优缺点。

### 【课程内容】

1. 天景的类型
2. 天景的造型设计
3. 天景的制作与搭建

### 【重点、难点】

1. 重点：深入探讨不同类型的特装展台天景，包括开放式天幕设计、半封闭式天棚设计、创意异形天景设计等，并解析各类天景在实际应用中的功能特点与视觉效果。

2. 难点：个性化与实用性的平衡把握：在天景设计中既要体现品牌的独特性和艺术性，又要兼顾展览活动的实际需求，如照明、视线引导、空间划分等功能实现。

### 【教学方法】

1. 理论讲授与案例分析相结合：首先通过 PPT、视频等方式讲解天景设计的基础知识和设计理念，随后引入国内外优秀特装展台天景设计案例，引导学生深入理解并学会运用设计原则。

2. 分组讨论与设计实操：组织学生分组，根据模拟项目进行天景设计实战演练，各小组在教师指导下完成方案设计、模型制作或三维建模，锻炼学生的团队协作能力和动手能力。

3. 实地参观与专家讲座：安排学生参观展览场馆，了解真实环境下的天景设计与实施情况；邀请业界专家开展线上或线下讲座，分享行业前沿技术和实践经验。

### 【学习要求】

1. 学生需掌握天景设计的基本类型、设计要素和制作流程，能独立构思并初步设计出具有创意和实用性的天景方案。

2. 能够综合考虑审美、功能、安全、成本等多个因素，在实际设计过程中进行有效权衡与决策。

3. 具备良好的团队协作意识，能够在团队项目中承担相应的角色，共同完成天景设计任务。

### 【复习与思考】

1. 展台天景造型是如何诞生的？
2. 展台天景造型设计决定了展台的什么？
3. 展台天景造型的设计方法有几种？
4. 框架天景造型的显著优点是什么？
5. 天地通天景造型有几种结构？



6. 板块天景造型的显著优点是什么？

#### 【学习资源】

1. 课程教材与参考书目：提供相关的设计理论书籍和实例集锦供学生查阅参考。

2. 在线教学平台：利用网络资源库，上传各种类型和风格的天景设计案例、施工图纸和工艺视频等多媒体教学资料。

3. 实践教学设施：依托实验室或校企合作基地，为学生提供天景设计模型制作与搭建的场地和设备支持。

### 特装展台辅助展具设计

#### 【学习目标】

1. 了解展台辅助展具包括哪几种
2. 掌握图腾柱的设计与制作要点
3. 掌握接待台的设计与制作要点
4. 掌握讲台的设计与制作要点
5. 掌握车台的设计与制作要点
6. 掌握参数牌的设计与制作要点
7. 掌握舞台的设计与制作要点

#### 【课程内容】

1. 展合辅助展具的类别
2. 展台辅助展具的造型设计

#### 【重点、难点】

1. 重点：理解并掌握各类特装展台辅助展具，包括但不限于指示系统（如参数牌）、接待设施（如接待台）、展示设施（展示台、图腾柱）、活动设施（舞台）等，以及它们在整体展台设计中的功能和作用。

2. 难点：材料选择与工艺应用：针对不同的展具类型，合理选择材料并运用适宜的制作工艺，以达到预期的设计效果和经济效益。

#### 【教学方法】

1. 理论讲解与案例分析：首先，教师将系统介绍展台辅助展具的分类、功能及其在展览设计中的重要性，辅以国内外优秀展具设计案例，帮助学生理解和领悟不同展具的设计理念与技巧。

2. 实践操作与小组讨论：组织学生分组，模拟真实项目，从概念设计到具体实施，进行展台辅助展具的造型设计实践。每个小组需完成一项或多项展具设计，并在课堂上进行汇报和互评，以此提高学生的动手能力和团队协作能力。

3. 互动式学习与实地参观：安排学生参观展览场馆，了解实际展台辅助展

具的应用场景，结合所学理论知识进行现场观摩和分析，进一步增强学生的感性认识和实践应用能力。

#### 【学习要求】

1. 学生应全面了解并熟练掌握各类展台辅助展具的类别及其功能特点。
2. 能够独立或合作完成展台辅助展具的创新性造型设计，兼顾其实用性与审美价值。
3. 能够通过对实际案例的学习与分析，提升对展台辅助展具设计的专业洞察力与批判思维能力。

#### 【复习与思考】

1. 图腾柱的主要功能是什么？图腾柱有哪些类型？制作图腾柱的方法是什么？
2. 接待台有哪些类型？制作接待台的方法是什么？
3. 讲台的设计有何特点？讲台有哪些类型？制作讲台的方法是什么？
4. 展示台的主要功能是什么？展示台有哪些类型？制作展示台有何要点？
5. 参数牌的主要功能是什么？参数牌有哪些类型？参数牌的制作有何特点？
6. 舞台有哪些类型？制作舞台的方法是什么？

#### 【学习资源】

1. 教材与参考书籍：提供关于展览设计、产品设计、环境艺术设计等相关教材和专业书籍，供学生拓展阅读和深入研究。
2. 在线课程与视频资料：利用网络资源，搜集国内外优质的展台辅助展具设计教程、讲座视频、在线研讨会等，丰富课堂教学形式。
3. 实地考察与参观机会：组织参观各种类型的展览会，让学生直观感受和学习不同展台辅助展具的实际应用情况。

### 展台其他造型设计

#### 【学习目标】

1. 掌握展台亮点与展台主题的关系。
2. 掌握展台互动区的三种设置方式。
3. 了解动态展台造型设计的万法。
4. 了解国外独立展馆的造型方法。

#### 【课程内容】

1. 展台其他造型
2. 展台亮点造型设计
3. 展台互动区设计

4. 动态展台设计
5. 独立展馆造型设计

#### 【重点、难点】

1. 重点：深入探讨展台非主流但极具创意和实用性的造型设计，包括但不限于异形结构设计、空间分层设计、模块化组合设计等，并结合实例分析其在实际展示活动中的应用效果及优势。

2. 难点：如何根据展示目标、展品特性及场地条件创新设计出既实用又具视觉冲击力的展台造型。

#### 【教学方法】

1. 案例分析法：选取国内外具有代表性的展台及独立展馆设计案例，引导学生从实际项目中学习和理解各类设计手法的实际运用。

2. 小组研讨与实践操作：组织学生以小组形式对课程内容进行研讨，并进行展台设计方案构思和模拟实施，锻炼其团队协作能力和实际操作能力。

3. 实地考察与专家讲座：安排学生参观展览馆、展会现场，同时邀请行业专家进行专题讲座，分享最新设计理念和实践经验。

#### 【学习要求】

1. 掌握展台和其他造型设计的基本原理和方法，能灵活运用到具体项目中。

2. 能够独立或合作完成展台亮点造型和互动区的设计方案，具备一定的创新思维和问题解决能力。

3. 理解并能够运用于动态展台和独立展馆造型设计的各项要素，展现良好的空间感知和审美鉴赏能力。

4. 深入了解并尊重展览设计中的文化内涵和商业价值，培养社会责任感和职业道德。。

#### 【复习与思考】

1. 展台其他造型设计包括哪些内容？
2. 展台主题和展台亮点是什么关系？
3. 展台为什么要设计互动区？
4. 动态展台造型设计有什么优点？

#### 【学习资源】

1. 教材及参考书目：提供专门针对会展设计的专业教材及相关设计理论书籍供学生研读。

2. 在线资源：搜集整理国内外知名设计师的作品集、专业网站、论坛和博客资源，作为学生拓展视野、获取灵感的渠道。

3. 实训基地：依托校内实训室或校外合作伙伴，为学生提供模拟实操、实

物制作的场所与设施。

## 展台 LOGO 的学用设计

### 【学习目标】

1. 掌握 LOGO 的功能和布局。
2. 掌握 LOGO 的类型。
3. 了解 LOGO 为什么要再设计。
4. 了解 LOGO 的材料。

### 【课程内容】

1. LOGO 的功能与布局
2. LOGO 的类型
3. LOGO 的再设计
4. LOGO 的其他应用
5. LOGO 的材料

### 【重点、难点】

1. 重点：详细介绍不同类型（如图形标志、文字标志、图文结合标志等）的展台 LOGO 特点、设计要素及适用场景，培养学生对 LOGO 形式多样性的认识与理解。

2. 难点：如何根据展台的空間结构、参观动线和品牌调性等因素，精准定位并设计 LOGO 的布局方案。

### 【教学方法】

1. 理论讲授与案例分析相结合，通过实际的展台 LOGO 设计实例，深入浅出地剖析各类知识点。

2. 实践操作，组织学生进行 LOGO 设计工作坊，针对课程内容进行分组项目实操，从构思到完成 LOGO 设计，并模拟展台环境进行布局演练。

3. 创新研讨，鼓励学生针对特定品牌或虚拟项目进行 LOGO 的再设计，通过互评、教师点评等方式深化理解和掌握设计要点。。

### 【学习要求】

1. 掌握 LOGO 在展台设计中的功能、布局原则及其不同类型的特点；
2. 能够独立进行 LOGO 的创新设计和再设计实践；
3. 明确 LOGO 在多元展示环境下的应用策略；
4. 理解并能灵活运用不同材质来实现 LOGO 的实体化制作。

### 【复习与思考】

1. LOGO 一般布置在展台的什么地方？
2. LOGO 分哪两大类？

3. LOGO 表面趋向什么造型？

**【学习资源】**

1. 专业教材、学术论文、行业报告等相关理论知识资源；
2. 各类成功的展台 LOGO 设计案例集锦；
3. LOGO 设计软件教程，如 Adobe Illustrator 等。

展馆立柱再设计

**【学习目标】**

1. 了解展馆立柱的处理设计方法。

**【课程内容】**

1. 普通立柱的造型设计
2. 融入展台部件的造型设计
3. 融入展台整体的造型设计

**【重点、难点】**

1. 重点：深入剖析立柱在展馆中的基本功能与美学要求，探讨如何通过创新设计理念和应用不同的材料、结构形式来实现立柱的基础造型设计。
2. 难点：在结合展台部件或整体设计时，对立柱功能性、装饰性及象征意义的深度挖掘与精准表达。

**【教学方法】**

1. 案例分析：通过实际项目案例，引导学生理解并掌握立柱在不同场景下的设计思路和技巧。
2. 分组研讨：组织学生分组，模拟真实项目进行立柱设计任务，培养团队协作和实践创新能力。
3. 互动实操：利用三维建模软件，让学生亲手操作设计过程，直观体验从构思到成型的过程。

**【学习要求】**

1. 理解并掌握展馆立柱的基本设计原则与要素。
2. 能够根据不同展台需求，独立完成立柱的造型设计，并能融入展台部件和整体风格中。
3. 具备运用现代设计工具进行立柱设计的能力，以及对设计作品进行合理评价和改进的能力。

**【复习与思考】**

1. 展馆立柱有几种处理方法？

**【学习资源】**

1. 提供各类展馆设计实例图片、图纸资料以供参考和研究。

2. 提供三维建模软件教程和操作手册，辅助学生进行实操练习。
3. 推荐相关专业书籍和学术论文，拓宽学生的理论视野和设计思维。

### 展台配套设备

#### 【学习目标】

1. 了解展台灯具的类型、型号、性能及现场效果。
2. 了解 LED 全彩屏和彩幕的规格、性能及匹配使用的方法和现场效果。
3. 了解音响系统的构成、性能、规格及现场效果。

#### 【课程内容】

1. 展台配套设备的种类
2. 展台灯光的设计
3. 展台视频设计
4. 展台音响的设计

#### 【重点、难点】

1. 重点：重点探讨展馆立柱在展台配套设备整合、灯光设计、视频设计及音响设计等方面的创新与优化。重点探讨如何将各类设备与立柱设计紧密结合，实现功能与艺术性的统一。

2. 难点：在有限的立柱空间内进行灯光布局设计，解决散热、亮度控制以及光线角度等问题。

#### 【教学方法】

1. 理论讲解：通过 PPT、案例分析等方式，详细解读各类展台配套设备的功能特点、设计原则和应用场景；

2. 实践操作：组织学生分组进行小型展台立柱设计项目，指导他们从实际操作中掌握设备选型、灯光布局、视频融合及音响配置等技能；

3. 小组讨论与分享：鼓励学生就设计方案进行交流研讨，培养团队协作能力和批判性思维；

4. 虚拟仿真模拟：利用三维设计软件进行展台立柱及配套设备的模拟设计，使学生直观了解设计方案的效果。

#### 【学习要求】

1. 理解并掌握展台配套设备的种类及其在立柱设计中的应用方式；

2. 能够独立进行立柱灯光、视频和音响设计，并能结合实际场景进行优化调整；

3. 具备一定的团队合作精神，能在项目实践中发挥所学知识解决问题；

4. 培养良好的审美观，注重细节，追求设计的人性化和创新性。

#### 【复习与思考】

1. 展台配套设备包括哪三种？
2. 展台上音响一般采用何种布局？

#### 【学习资源】

1. 专业教材及参考书籍，提供基础理论知识；
2. 实践案例库，供学生研究借鉴；
3. 设计软件教程，辅助学生进行虚拟设计；
4. 行业专家讲座或线上课程，拓宽视野，跟进行业前沿动态；
5. 实地考察的机会和场所，增强感性认识 and 实践经验。

### 展台安全措施与设计

#### 【学习目标】

1. 了解展示工程安全的重要性。
2. 掌握展台安全的七种方法。

#### 【课程内容】

1. 设计安全
2. 资质审查安全
3. 结构安全
4. 材料安全
5. 消防安全
6. 搭建安全
7. 防护安全
8. 展台垮塌案例

#### 【重点、难点】

1. 重点：通过具体案例剖析展台垮塌的原因，总结教训，提出预防此类事故的策略与措施。掌握展台安全的七种方法。
2. 难点：不同情况下展台安全的七种方法的使用。

#### 【教学方法】

1. 理论讲授：教师首先系统讲解各部分知识点，结合现行国家和行业安全标准法规进行说明。
2. 案例研讨：组织学生分组研究展台垮塌及其他安全事故案例，分析原因并提出改进方案，以此加深对展台安全设计重要性的认识。
3. 模拟设计：引导学生根据所学内容，进行展台设计方案的初步设计，并就设计方案进行安全性评估与优化。

#### 【学习要求】

1. 掌握展台设计中涉及的各项安全标准和规定；

2. 能够独立完成符合安全标准的展台设计方案；
3. 能够从实际案例中汲取经验教训，具备良好的风险预判和防范意识。

#### 【复习与思考】

1. 展台安全为什么十分重要，与展合设计师有关系吗？
2. 展台为什么要安装警示标志？
3. 展台安全防护措施有哪些？

#### 【学习资源】

1. 《会展工程与展台设计》等相关教材；
2. 国家和地方关于展会、展台设计与搭建的安全法规、标准；
3. 各类展台设计与搭建的安全培训视频、网络课程。

## 五、实践教学安排

### 实践 1. 创意构思与草图绘制

实践目的：激发学生的创新思维，通过草图绘制将展示理念具象化。

实践学时：4

实践教学安排：

启发思维：教师展示优秀展示案例，引导学生思考展示主题、目标观众及传达的信息。

创意讨论：学生分组讨论，按 5-7 人每组围绕选定主题提出创意构想，记录关键点和灵感。

草图绘制：各组根据讨论结果，绘制展示设计的初步草图，包括布局、视觉效果等。

草图分享：每组展示草图，解释设计理念，其他同学和教师提出反馈和建议。

### 实践 2. 材料选择与预算制定

实践目的：学习如何根据设计需求选择合适的材料，并制定合理的预算。

实践学时：4

实践教学安排：

材料调研：学生分组调研市场上可用的展示材料，了解其性能、价格及获取方式。

材料选择：结合设计草图，学生讨论并选择最适合的材料，考虑成本、效果及可持续性。

预算制定：根据所选材料，学生制定详细的预算计划，包括材料费、加工



费、运输费等。

预算汇报：各组展示预算计划，教师和其他同学进行点评，提出优化建议。

### 实践 3. 实物搭建与现场调整

实践目的：通过实物搭建，检验设计方案的可行性，并在现场进行必要的调整。

实践学时：4

实践教学安排：

搭建准备：学生根据预算计划采购材料，准备搭建工具和设备。

实物搭建：在指定场地，学生分组进行实物搭建。教师现场指导，确保安全和质量。

现场调整：根据实际效果和现场条件，学生对展示布局、灯光、装饰等进行调整。

效果评估：搭建完成后，各组进行内部评估，记录优点和不足，为后续优化做准备。同时，邀请教师和其他同学进行参观和点评。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、读书笔记。

期末考核采用考查形式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
课程目标 1	展示工程与会展范畴、展会与展台、标准展台、特装展台概述、特装展台地台设计、特装展台灯柱与天棚设计、特装展台背景设计、特装展台天景设计、特装展台辅助展具设计、展台其他造型设计、展台LOGO 的学用设计、展馆立柱再设计、展台配套设备、展台安全措施与设计，占比25%	课堂表现、平时作业、实践表现、期末考试、读书笔记
课程目标 2	展会与展台、标准展台、特装展台地台设计、特装展台灯柱与天棚设计、特装展台背景设计、特装展台天景设计、特装展台辅助展具设计、展台其他造型设计、展台LOGO 的学用设计	课堂表现、平时作业、实践表现、期末考试

	计、展馆立柱再设计、展台配套设备、展台安全措施与设计, 占比25%	
课程目标 3	展会与展台、标准展台、特装展台地台设计、特装展台灯柱与天棚设计、特装展台背景设计、特装展台天景设计、特装展台辅助展具设计、展台其他造型设计、展台LOGO 的学用设计、展馆立柱再设计、展台配套设备、展台安全措施与设计, 占比25%	课堂表现、平时作业、实践表现、期末考试
课程目标 4	展会与展台、标准展台、特装展台地台设计、特装展台灯柱与天棚设计、特装展台背景设计、特装展台天景设计、特装展台辅助展具设计、展台其他造型设计、展台LOGO 的学用设计、展馆立柱再设计、展台配套设备、展台安全措施与设计, 占比25%	课堂表现、平时作业、实践表现、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1.总成绩评定

总成绩=过程性考核成绩（课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%）×30%+技能成绩×20%+期末考核×50%

#### 2.平时成绩评定

(1) 课堂表现：学生主动参与课堂练习、讨论，创造性地提出问题的能力，学生的到课情况；

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量，平时小测验等进行评价；

(3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3.技能成绩评定

按照实验表现评分，并取平均值。

#### 4.期末成绩评定

根据期末开卷考查的试题评分标准进行卷面成绩评定。

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格

1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写比较整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
展示设计与搭建	王新生	华中科技大学出版社	2022年6月	否	

## 九、主要参考书目

- [1] 史建海. 会展工程与材料. 北京: 化学工业出版社. 2016
- [2] 宗晓萌, 郑曦阳. 会展搭建必修课. 江苏: 东南大学出版社. 2018
- [3] 王新生. 展示工程设计与实操. 湖北: 华中科技大学出版社. 2017

## 十、课程学习建议

1. 理论学习与案例分析: 定期阅读相关专业书籍、期刊文章以及行业报告, 了解展示工程领域的最新设计理念和技术应用, 同时分析国内外成功展示案例, 提炼其设计思路与实施技巧。

2. 软件技能提升: 熟练掌握 CAD 设计、三维建模 (如 SketchUp、3ds Max 等)、渲染技术和多媒体展示软件, 利用课余时间进行软件操作练习, 提升数字化设计能力。

3. 动手实践与团队协作: 积极参与校内外举办的各类展览、活动布置等实践活动, 通过实际操作增强对展示工程的理解和实战经验。同时, 培养良好的

团队沟通与协调能力，学会在团队中发挥各自优势，共同解决问题。

4. 跨学科融合学习：鉴于展示工程涉及艺术设计、工程技术、营销传播等多个领域，建议拓宽知识面，涉猎视觉传达、建筑构造、照明设计等相关课程内容。

5. 职业素养培育：关注行业动态，参加业界讲座、研讨会等活动，提升自身的职业敏感度和市场适应能力，为未来职业生涯做好准备。



# 会展经济与管理专业

## 《视觉传播与文化》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《视觉传播与文化》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	视觉传播与文化 Visual Communication and Culture		
课程编码	2315106010C	适用专业	会展经济与管理
先修课程	无	修读学期	第五学期
课程类别	场馆运营与管理模块课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修
课程学分	2	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	32 学时（理论学时 20，实践学时 12）		
执笔人	吴文婷	审核人	申磊

## 二、课程简介

视觉传播与文化课程在会展专业人才培养中占据重要地位，旨在培养学生对视觉元素的敏锐感知力和创新应用能力，以及对多元文化的理解和诠释能力。通过本课程的学习，学生将系统掌握视觉传播的基本理论、方法与技巧，包括但不限于图形设计、色彩搭配、空间布局、信息传达等专业知识。同时，课程强调理论联系实际，引导学生运用所学知识进行会展视觉形象设计、展示环境设计及各类宣传材料的设计制作，从而提升其实践操作能力和项目执行能力。此外，本课程注重培养学生的跨文化交流素质，使学生能够在尊重和理解不同文化背景的基础上，进行有效的视觉传播设计，满足全球化的会展行业需求。通过本课程学习，学生不仅能够积累丰富的专业知识和技能，更能在审美鉴赏、创新思维、团队协作及社会责任感等方面得到全面提升，为成为高素质的会展专业人才打下坚实基础。

## 三、课程目标

### （一）课程目标

通过本课程的学习，学生可以达到以下目标：

课程目标 1：深入理解和分析视觉文化在传播中的作用机制，学生能够运用视觉传播理论来解析各类视觉文本，如广告、影视作品、新媒体艺术等，并能结合会展专业特点创作和策划视觉效果突出且具有文化传播力的展览展示方案。

### 【毕业要求 2.2】

课程目标 2: 掌握视觉传播的基本技术与设计原则,包括但不限于图像处理、版面布局、色彩搭配、符号象征等,确保学生能够独立完成符合行业标准的视觉传达设计项目。将视觉传播理论与实际应用相结合,以适应快速变化的会展行业发展需求,形成可持续发展的职业素养。【毕业要求 4.1】

课程目标 3: 让学生理解视觉传播理论与文化内涵,提升视觉表达技巧。学生能够利用文字、图表等多种方式,就视觉传播相关观点与会展行业及社会公众有效沟通,尊重并包容不同视角的差异。【毕业要求 6.1】

课程目标 4: 提升学生的团队协作与项目管理能力,在视觉传播项目的实践中,学会整合资源、沟通协调各方意见,高效组织并执行从概念构思到落地实施的全过程。【毕业要求 7.1】

## (二) 课程目标与毕业要求的关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	学科知识	2.2 掌握专业知识和技能,了解学科前沿和行业发展动态。
课程目标 2	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性,掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 3	沟通表达	6.1 能通过语言、动作、文字、图表等方式表达自己的观点,与会展行业及社会公众进行有效的沟通,并理解与包容差异性。
课程目标 4	团队合作	7.1 具有良好的团队合作能力。能够在工作中与同事和谐相处,协作共事,有效的沟通与合作。

## 四、课程内容

### (一) 课程内容与课程目标的关系

课程内容	支撑的课程目标	教学方法	学时安排
视觉传播概述	课程目标 1、2	课堂讲授、案例分析法、多媒体演示、小组研讨	4
视觉传播与互联网广告	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授、小组研讨、实践操作、翻转课堂	8
视觉传播与纸质媒体	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授、案例研讨、实践操作、翻转课堂	8
视觉传播与手机媒体	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授、案例分析、分组研讨	8
视觉传播与影视生产	课程目标 1、2、3、4	课堂讲授、案例研讨、实践操作、翻转课堂	4
合计			32

## （二）课程内容

### 视觉传播概述

#### 【学习目标】

1. 理解视觉传播的基本概念与核心内涵。
2. 掌握视觉传播的研究对象和其历史发展脉络。
3. 分析视觉传播在不同时期及微时代背景下的驱动因素和发展历程。
4. 预测并探讨微时代下视觉文化传播的发展趋势及其影响。

#### 【课程内容】

1. 视觉传播的概念
2. 视觉传播的研究对象与发展历史
3. 视觉传播发展的原因
4. 微时代下视觉文化传播的发展趋势

#### 【重点、难点】

1. 重点：明确视觉传播的核心要素、功能与作用机制
2. 难点：对视觉传播历史发展阶段的深入理解和比较

#### 【教学方法】

1. 课题讲授：通过教师讲解，介绍视觉传播的基础理论知识和关键概念。
2. 案例分析法：选取典型视觉传播案例，引导学生进行讨论和分析，加深对理论知识的理解。
3. 多媒体演示：利用图像、视频等多媒体手段展示视觉传播的历史演变过程以及新兴技术应用实例。
4. 小组研讨：组织学生分组研究特定时期或特定类型的视觉传播现象，培养学生的独立思考和团队协作能力。

#### 【学习要求】

1. 完成阅读指定教材章节及相关学术文章，整理视觉传播发展的时间线。
2. 撰写一篇关于微时代下视觉传播发展趋势的小论文或报告。
3. 参与课堂讨论，发表个人观点并记录反思笔记。

#### 【复习与思考】

1. 简述视觉传播发展的原因。
2. 简述视觉传播的研究对象与发展历史。
3. 未来视觉传播可能会出现哪些新的传播形态？

#### 【学习资源】

1. 教材与参考书目：提供视觉传播基础理论书籍、专题研究著作及最新期刊文章清单。



2. 在线课程与视频资料：推荐相关的网络公开课、讲座视频，辅助理解视觉传播理论和实践动态。

3. 博物馆、画廊和线上展览资源：鼓励学生访问或在线浏览各类视觉艺术作品展，了解视觉传播的实际应用场景。

### 视觉传播与互联网广告

#### 【学习目标】

1. 理解互联网广告的定义、类型和发展历程，掌握其基本特征和运作机制。
2. 分析视觉传播在网络环境中的独特性和挑战，以及网络化生存的基本原则和规范化策略。
3. 探讨互联网广告中视觉传播的核心作用，理解视觉元素如何影响广告效果和营销模式的选择。
4. 培养学生预测和评估互联网广告视觉传播未来发展趋势的能力，并能结合实际案例进行创新性思考。

#### 【课程内容】

1. 互联网广告的概述
2. 视觉传播的网络化生存及规范化策略
3. 互联网广告的视觉传播与营销模式
4. 互联网广告视觉传播的未来发展

#### 【重点、难点】

1. 重点：视觉传播在互联网广告中的创意表达手段及其对消费者购买决策的影响。
2. 难点：深入理解和把握视觉传播在网络环境中的复杂互动关系。

#### 【教学方法】

1. 课题讲授：通过多媒体演示、案例分享，讲解互联网广告的基础理论和视觉传播原理。
2. 小组研讨：组织学生分组讨论当前热点互联网广告案例，分析其视觉传播策略的成功之处与不足。
3. 实践操作：指导学生设计或重构一个互联网广告项目，锻炼其视觉传达技巧和创新思维。
4. 翻转课堂：课前布置相关阅读材料和预习任务，课堂上聚焦问题解决和深度讨论。

#### 【学习要求】

1. 自主学习：要求学生定期查阅行业动态和前沿研究，保持对互联网广告视觉传播领域的敏锐洞察力。

2. 实操训练：参与模拟广告策划或设计实践活动，提高实际操作能力。
3. 批判性思考：鼓励学生对广告实例进行批判性评价，培养独立判断能力和创新能力。

#### 【复习与思考】

- 1 什么是互联网广告？
2. 简述视觉传播的网络化生存及规范化策略。
3. 说明互联网广告视觉传播的未来发展

#### 【学习资源】

1. 推荐教材与参考书目；
2. 相关学术论文、研究报告；
3. 行业网站、专业博客、权威期刊订阅；
4. 网络课程、在线研讨会视频资料。

### 视觉传播与纸质媒体

#### 【学习目标】

1. 理解图像在信息传递中的核心作用及其在不同媒介环境中的适应性变化。
2. 掌握数字化阅读界面的视觉元素、布局原则和用户交互对视觉表现的影响。
3. 通过案例分析深入探讨《青年视觉》杂志的视觉传达策略，培养批判性思维和实践应用能力。
4. 探究读图时代背景下纸质媒体出版物如何创新设计以应对数字化挑战，并制定相应的可持续发展策略。

#### 【课程内容】

1. 图像与信息传递
2. 数字化阅读界面的视觉表现特征的研究
3. 《青年视觉》中的视觉传播分析
4. 读图时代下纸质媒体出版物的发展策略研究

#### 【重点、难点】

1. 重点：数字化阅读界面的设计原则，包括色彩搭配、字体选择、图形设计以及动态效果等。
2. 难点：理解和运用复杂的图像符号学原理，构建有效且具有创意的信息视觉表达方式。

#### 【教学方法】

1. 课堂讲授：利用多媒体教学手段，讲解图像信息传递的基础理论和视觉传播经典案例。
2. 案例研讨：组织学生分组研究《青年视觉》等实例，进行讨论分享，促进

主动学习和交流。

3. 实践操作：布置模拟设计任务，如设计一个数字化阅读界面或策划一份纸质媒体出版物的改版方案。

4. 翻转课堂：课前提供相关阅读材料和视频教程，课堂时间用于答疑解惑和深化理解。

#### 【学习要求】

1. 完成指定阅读材料，积累视觉传播与纸质媒体相关的理论知识和行业动态。
2. 积极参与小组项目，共同分析问题，提出解决方案。
3. 定期提交个人学习笔记本和反思，以及根据课程内容所设计的小型项目作业。

#### 【复习与思考】

- 1 数字化阅读界面的视觉表现特征有哪些？
2. 简述读图时代下纸质媒体出版物的发展策略。

#### 【学习资源】

1. 教科书与参考书：提供《视觉传播概论》、《数字出版设计》等相关教材供学生研读。

2. 在线资源：利用 MOOCs 平台上的相关课程，获取更多前沿观点和实践案例。

3. 学术文献：搜集并阅读关于视觉传播、数字媒体和纸质出版物发展的最新研究论文。

### 视觉传播与手机媒体

#### 【学习目标】

1. 理解手机媒体视觉传播的基本概念、特征及其在信息传播中的重要地位。
2. 掌握手机界面设计原则和视觉元素在手机界面传播中的应用技巧。
3. 分析并评估门户网站手机新闻客户端的视觉传播策略及效果。
4. 能够识别并探讨手机媒体视觉传播中常见的问题，并提出相应的解决策略。

#### 【课程内容】

1. 手机媒体视觉传播概述
2. 手机界面视觉传播
3. 门户网站手机新闻客户端的视觉传播研究
4. 手机媒体视觉传播中存在的问题及解决办法

#### 【重点、难点】

1. 重点：问题及解决办法：集中讨论当前行业实践中存在的挑战，包括但不限于用户注意力分散、信息过载、视觉疲劳等问题，以及如何通过创新设计和技术手段进行优化。

2. 难点：针对手机媒体特性，设计出既符合美学原则又能适应移动设备特性

的视觉解决方案。

#### 【教学方法】

1. 课题讲授：理论讲解手机媒体视觉传播的基础知识和最新发展趋势。
2. 案例分析：通过剖析国内外优秀手机应用案例，引导学生理解实际应用中的设计理念和实践策略。
3. 分组研讨：组织学生团队合作，模拟设计或改进一款手机新闻客户端，以实战形式锻炼解决问题的能力。

#### 【学习要求】

1. 完成指定阅读材料，了解手机媒体视觉传播相关理论与实践成果。
2. 参与课堂讨论，发表个人见解并记录反思心得。
3. 分阶段提交项目作业，包括手机界面设计方案和问题解决策略报告。

#### 【复习与思考】

1. 简述手机媒体视觉传播。
2. 分析门户网站手机新闻客户端的视觉传播策略及效果。
3. 手机媒体视觉传播中存在的问题及解决办法有哪些？

#### 【学习资源】

1. 推荐教材：《移动界面设计》、《手机新闻客户端产品设计与运营》等相关书籍。
2. 在线课程：MOOC 平台上关于视觉传达设计、移动应用设计等优质在线课程。
3. 行业报告：查阅最新的手机媒体市场报告，追踪行业前沿动态。
4. 实践工具：提供设计软件（如 Sketch、Adobe XD 等）的学习资源和教程。

### 视觉传播与影视生产

#### 【学习目标】

1. 理论认知：使学生全面理解视觉传播时代背景下影视艺术的发展特点及影响因素，掌握视觉传播的核心概念和基本理论。
2. 实践应用：通过案例分析，学会运用所学理论解读具体影视作品（如《西游记之大圣归来》）的视觉传播效应，并探讨视觉传播在影视文化表达方式创新中的作用。
3. 批判性思维：培养学生对视觉符号形态语义在影视广告中运用的敏锐洞察力和批判思考能力。

#### 【课程内容】

1. 视觉传播时代的影视艺术
2. 《西游记之大圣归来》的视觉传播效应研究

3. 视觉传播时代影视文化表达方式的创新

4. 视觉符号在影视广告中的形态语义研究

#### 【重点、难点】

1. 重点：视觉传播时代的影视艺术特征及其演变规律。

2. 难点：对视觉符号深层次形态语义的理解与在实际影视广告创意中的精准传达。

#### 【教学方法】

1 课题讲授：讲解视觉传播理论框架及影视艺术发展历程。

2. 案例研讨：组织观看《西游记之大圣归来》等影片片段，分组讨论其视觉传播策略与效果。

3. 实践操作：指导学生进行小型影视制作项目或视觉符号解析练习，结合课堂演示和互评提升实操技能。

4. 翻转课堂：利用线上学习平台提供相关文献资料、学术论文和行业报告供学生预习，课堂上着重于问题解答和深度研讨

#### 【学习要求】

1. 深入研读指定教材及拓展阅读材料，提交读书笔记或心得。

2. 参与小组合作，完成针对特定影视作品的视觉传播效应研究报告。

3. 设计并展示一个包含创新视觉表达方式的影视短片策划方案或影视广告创意文案。

#### 【复习与思考】

1. 简述视觉传播时代的影视艺术特征及其演变规律

2. 视觉传播时代影视文化的创新表达方式有哪些？

3. 如何深入剖析并量化视觉传播对于影视作品市场反响和社会影响力的影响？

#### 【学习资源】

1. 教材与参考书目：精选相关领域的经典著作和最新研究成果。

2. 视听资料：《西游记之大圣归来》全片及其他具有代表性的影视作品片段。

3. 网络资源：国内外知名影视数据库、在线视频教程、专业论坛及社交媒体上的视觉传播研究分享。

## 五、实践教学安排

### 实践 1. 视觉文化项目策划与提案

实践目的：让学生理解视觉传播项目从策划到提案的全过程，培养其项目管理与团队协作能力。

实践学时：6

实践教学安排：

准备阶段：学生分组（5-7 人一组），每组选定一个具有文化特色的主题，如传统节日、地方民俗、国际文化交流等。

策划阶段：各组进行项目策划，包括目标受众分析、视觉风格定位、传播渠道选择等，并撰写项目策划书。

提案阶段：在课堂上，每组进行项目提案展示，包括 PPT 汇报、视觉样品展示等，模拟真实客户提案场景。

评审与反馈：由教师和学生共同组成评审团，对各组提案进行评分和点评，提出改进建议。

## 实践 2. 跨文化视觉传播案例分析与实践

实践目的：通过案例分析，让学生深入理解跨文化视觉传播的策略与技巧，并尝试进行实践创作。

实践学时：6

实践教学安排：

案例分析：教师提供多个跨文化视觉传播的成功案例，引导学生分析案例中的视觉元素、文化符号、传播策略等。

创作实践：学生分组，每组选择一个跨文化交流场景（如国际展览、文化交流活动等），设计一套视觉传播方案，包括海报、宣传册、社交媒体内容等。

展示与交流：在课堂上，各组展示其创作成果，分享设计思路和文化解读。其他同学和教师提出反馈意见。

总结与反思：学生根据反馈意见进行作品修改，并撰写实践报告，总结跨文化视觉传播的经验与教训。

## 六、考核方式

### （一）考核方式

课程考核方式为过程性考核和期末考核相结合的方式。

过程性考核（平时成绩）包括课堂表现、平时作业、读书笔记。

期末考核采用考查形式。

### （二）考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例（%）	考核方式
------	--------------	------

课程目标 1	视觉传播概述、视觉传播与互联网广告、视觉传播与纸质媒体、视觉传播与手机媒体、视觉传播与影视生产，占比25%	课堂表现、平时作业、实践表现、期末考试、读书笔记
课程目标 2	视觉传播概述、视觉传播与互联网广告、视觉传播与纸质媒体、视觉传播与手机媒体、视觉传播与影视生产，占比25%	课堂表现、平时作业、实践表现、期末考试
课程目标 3	视觉传播与互联网广告、视觉传播与纸质媒体、视觉传播与手机媒体、视觉传播与影视生产，占比25%	课堂表现、平时作业、实践表现、期末考试
课程目标 4	视觉传播与互联网广告、视觉传播与纸质媒体、视觉传播与手机媒体、视觉传播与影视生产，占比25%	课堂表现、平时作业、实践表现、期末考试

## 七、成绩评定

### (一) 评定方式

#### 1.总成绩评定

总成绩=过程性考核成绩（课堂表现×40%+平时作业×40%+读书笔记×20%）×30%+技能成绩×20%+期末考核×50%

#### 2.平时成绩评定

(1) 课堂表现：学生主动参与课堂练习、讨论，创造性地提出问题的能力，学生的到课情况；

(2) 平时作业：根据学生平时作业提交次数及完成质量，平时小测验等进行评价；

(3) 读书笔记：根据学生的读书笔记内容进行评价。

#### 3.技能成绩评定

按照实验表现评分，并取平均值。

#### 4.期末成绩评定

根据期末开卷考查的试题评分标准进行卷面成绩评定。

### (二) 评分标准

序号	评价项目	评分标准				
		90-100	80-89	70-79	60-69	0-59
		优	良	中	及格	不及格

1	课堂表现	认真听课，积极互动，主动讨论，发言积极，不缺课。	上课较认真，互动较积极，发言次数较多，缺课1—2次。	上课能作一点笔记，互动有一定自主性，能够发言，缺课2—3次。	上课不太认真，有互动但不多，很少发言，缺课3—4次。	听课很不认真，不互动也不发言，缺课4—5次。
2	平时作业	作业内容完整，独立或合作完成全部作业要求。书写端正，对问题有详细透彻的分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写端正，但对问题分析较全面。	作业内容完整，独立或全部完成作业要求，书写端正，没有对问题进行分析。	作业内容完整，独立或合作完成作业要求。书写较凌乱，没有对问题进行分析。	作业内容不完整，没有达到作业要求。
3	读书笔记	内容完整且条理，书写整齐，自主学习意识强。	内容完整且条理，书写较为整齐，有自主学习意识。	内容较为完整条理，书写比较整齐，自主学习意识一般。	内容相对完整，书写一般，比较缺乏自主学习意识。	内容无序，书写凌乱，无自主学习意识。

## 八、选用教材

教材名称	编者	出版社	出版时间	是否马工程教材	备注
视觉传播与文化产业	付静	吉林美术出版社	2018年1月	否	

## 九、主要参考书目

- [1]尼古拉斯·米尔佐夫. 视觉文化导论. 江苏: 江苏人民出版社. 2006
- [2]杜士英. 视觉传达设计原理. 上海: 上海人民美术出版社. 2018

## 十、课程学习建议

1. 扩展阅读: 除教材之外, 定期查阅专业期刊、书籍、网络资源以深入了解视觉传播理论的发展脉络、全球视野下的文化差异及融合现象。推荐关注《视觉文化》、《传播学》等相关领域的核心期刊。

2. 案例研习: 深入研究并剖析国内外成功的视觉传播案例, 包括但不限于广告设计、平面设计、新媒体艺术、品牌战略、电影电视、公共艺术等领域。

3. 技术技能提升: 利用课余时间掌握和熟练应用视觉设计软件(如 Adobe Creative Suite), 同时探索新兴的数字媒体技术和平台对视觉传播的影响。

4. 跨文化体验: 通过接触不同国家和地区的视觉艺术作品, 培养跨文化交流意识, 了解不同文化背景下的视觉表达方式和社会语境。



5. 团队合作与交流：主动参与小组讨论和项目协作，通过集体智慧深化对视觉传播理论和实践的理解，锻炼批判性思维和创新能力。

6. 反思与总结：养成良好的学习习惯，记录自己的学习历程和心得感悟，定期回顾所学内容，撰写学习日志，促进知识内化和整合。





# 会展经济与管理专业

## 《会展活动调研》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《会展活动调研》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	会展活动调研 Investigation in Tourist		
课程编码	231510601D	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展策划与管理	修读学期	第五学期
课程类别	专业实践	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	1	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	2周		
执笔人	陈晓萌	审核人	申磊

## 二、课程简介

本课程是集中实践教学环节的一门专业实践课。通过实践课程能够加深会展专业的学生对会展行业认识深度。通过观摩会展公司、会展场馆及其他会展相关行业，了解会展行业企业组织管理的操作过程，使学生们切实体会会展企业的具体运行，参与日常经营组织活动，学习并掌握相关管理方法，利用学习到的会展相关知识提升实践技能。

## 三、实习目的

课程目标 1：通过实践教学环节，使学生拓宽视野，建立对会展业必要的感性认识。引导学生充分发挥主观能动性，加深对会展行业和会展经济社会的了解，深入体会会展业在国民经济中的重要性。【毕业要求 4.1】

课程目标 2：理论联系实际，进一步巩固学生的专业理论知识，培养学生综合运用所学知识分析和解决问题的能力、实践操作能力。【毕业要求 4.2】

课程目标 3：能就会展专业问题和行业实践问题在跨文化背景下进行沟通和交流。【毕业要求 8.1】

课程目标 4：了解全球会展业的发展动态，在会展从业过程中尊重不同国家和地域文化的差异性。【毕业要求 8.2】

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性，掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。

课程目标 2	应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中,将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。
课程目标 3	国际视野	8.1 具备跨文化交流能力,能就专业问题在跨文化背景下进行沟通和交流。
课程目标 4	国际视野	8.2 了解全球旅游业及会展业的动态,在服务中尊重不同文化的差异性。

#### 四、实习内容及进度安排

实习项目一:历时一周,要求学生到会议中心参观会议策划、实施的过程,进行讨论。

实习项目二:历时一周,要求学生到会展场馆进行展会实地考察,进行讨论。

#### 五、考核方式

##### (一) 考核方式

课程考核方式分为过程性考核、结果考核。

过程性考核包括调研出勤情况、实地调研表现。

结果考核采用调查报告方式。

##### (二) 考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例 (%)	考核方式
课程目标 1: 理解会展业在国民经济中的重要性,掌握会展专业知识和技能,熟悉会展活动服务与管理方法。	在调研过程中,通过对会展活动进行实地观察、问卷调查、和管理者及工作人员交谈等方式,将理论和实践有机联系,深化对会展专业知识和理论的理解。(25%)	调研出勤情况、实地调研表现、调查报告
课程目标 2: 将会展专业理论、技能和方法用于复杂问题的解决。	在调研过程中,通过对会展活动进行实地观察、问卷调查、和管理者及工作人员交谈等方式,发现会展业存在的机遇、挑战,会展活动发展中存在的优势与问题,在调查报告中提出解决方案,为行业发展、变革贡献自己的力量。(25%)	调研出勤情况、实地调研表现、调查报告
课程目标 3: 能就会展专业问题在国际会展活动跨文化背景下进	在国际展览或会议调研过程中,通过观察、调研或与国际客户进行交谈,能将中国会展业、山西会展业的发展	调研出勤情况、实地调研表现、调查报告

行沟通和交流。	实践问题置于全球会展业环境中进行综合、客观的分析，以国际视野高度进行探讨，提出解决方案。（25%）	
课程目标 4：了解全球会展业的前沿动态和发展趋势，尊重会展活动中不同文化的差异性。	在调查报告中，能就全球会展业实践问题提出公正客观的个人见解，兼容并蓄，博采众长。（25%）	调研出勤情况、实地调研表现、调查报告

## 六、成绩评定标准与方式

评价方式及所占比例	评价内容及标准	对课程目标的支撑	实施方式
评价方式 1 过程性考核	调研出勤情况。	课程目标 1、2	出勤表。
	实地调研表现，如积极性、自主性、纪律性等。	课程目标1、2	指导老师观察、记录，与学生沟通、交流。
评价方式 2 调查报告	调查报告的完整性、规范性，调研过程和结果阐述详实。	课程目标1、2、3、4	评阅调查报告。

## 七、实习方式与组织

由指导老师带队，组织学生统一前往会议中心、展览场馆、会展举办现场进行参观，实地调查会议、展览会的策划、组织与实施过程，收集数据，为调查报告积累资料。

## 八、实习要求

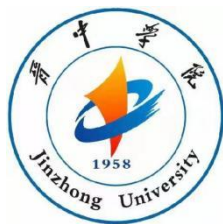
1. 对学生的要求：做好调查前的理论准备，提前查阅相关资料，了解参观对象，带着问题、有针对性和侧重点地进行调查。做好调查前的身、心准备，提前确认集合时间、地点，整理好所需物品，保证充足睡眠和精力。

2. 对指导教师的要求：做好调研前的管理和服务准备，提前开动员会做好活动调研部署，对接好场馆、会展活动、接送车辆等，准备好学生花名册，联络班干部做好辅助工作，确保调研安全、顺利完成。

3. 对实习单位和场所的要求：做好接待前的资源准备，安排专人对接调研师生，配备必要物料资源，排查安全隐患，确保调研安全、顺利完成。

## 九、教材、参考书目及其他学习资源

1. 选用教材：无
2. 主要参考书目：无
3. 其它学习资源：中国会展门户、参观对象官方网站及其他网络资源



# 会展经济与管理专业

## 《专业实习》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《专业实习》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	专业实习 Professional Internship		
课程编码	231510602D	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展概论	修读学期	第五学期
课程类别	专业实践	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	1	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	2周		
执笔人	申磊	审核人	李静

## 二、课程简介

《专业实习》是会展经济与管理专业的重要实践活动，是会展经济与管理管理专业的专业必修环节。是学生在理论知识的基础上，参与会展经济与管理社会组织的实践工作，从而培养和开发学生实践操作能力与工作技巧的关键环节。

课程着重培养和开发学生实践操作能力与工作技巧，基于各门理论课程知识，结合参与会展业社会组织的实践工作，理论联系实际，构建起完整的专业知识体系。为使其成为一名合格的管理专业人才打下良好的基础，对提高毕业生质量、增强毕业后的竞争能力至关重要。

## 三、实习目的

课程目标 1：培训同学们的工作技能、提升职业素质，缩短理论教学与社会实践之间的差距，弥补专业教学实践方面的不足。【毕业要求 4.1】

课程目标 2：帮助同学们熟悉社会，尽快融入社会，完成从校园到社会的过渡。【毕业要求 4.2】

课程目标 3：对实习单位进行深入的调研，切实提高个人动手能力、分析问题与解决问题的能力与社会交往的能力。【毕业要求 8.1】

课程目标 4：通过对大型国际性会展活动的观摩与调研，具备国际视野，了解全球旅游业及会展业的动态，具备跨文化交流能力。【毕业要求 8.2】

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
------	---------	------------



课程目标 1	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性,掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 2	应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中,将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。
课程目标 3	国际视野	8.1 具备跨文化交流能力,能就专业问题在跨文化背景下进行沟通和交流。
课程目标 4	国际视野	8.2 了解全球旅游业及会展业的动态,在服务中尊重不同文化的差异性。

#### 四、实习内容及进度安排

专业实习内容:

##### 1. 顶岗服务劳动实习

要求同学们深入企业或事业单位一线部门,主要了解相关部门的业务流程、掌握相应的劳动服务技能。

##### 2. 顶岗基层管理实习

要求同学们在企业或事业单位的基层管理部门熟悉相关部门的管理工作。

##### 3. 撰写实习报告

开展某一方向具体调研工作,结合实际,灵活应用在校所学的理论知识。

#### 五、考核方式

##### (一) 考核方式

实习结束后,由实习单位指导教师和校内指导教师根据学生在实习期间的表现、完成实习任务情况、实习报告撰写情况进行综合评判,给出实习成绩。

##### (二) 考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例 (%)	考核方式
课程目标 1	专业实习知识 20%	出勤、实习表现、报告展示
课程目标 2	专业实习能力 60%	出勤、实习表现、报告展示
课程目标 3	专业实习素质 20%	出勤、实习表现、报告展示

#### 六、成绩评定标准与方式

实习成绩=出勤(10%)+实习表现(60%)+实习报告(30%)

评价方式及所占比例	评价内容及标准	对课程目标的支撑	实施方式
考勤 10%	迟到一次扣5分 不允许请假与旷课	课程目标1、2、3	利用学习通签到记录、算分
实习表现 60%	积极性、专业性、专业素质	课程目标1、2、3	随行指导老师现场观察实习情况打分
实习报告 30%	规范性、专业性、思想性	课程目标1、2、3	随行指导老师评阅打分

## 七、实习方式与组织

采用集中实习的方式。

实习由旅游管理系安排带队教师和实习单位人力资源部门共同商量安排进行。实习期间的政治学习和党团活动安排在各实习单位进行。在可能的情况下，适当参加实习单位各部门的日常及管理会议。

聘请实习单位资深员工担任实习指导教师，一对一指导学生的实习活动。在实习指导教师的指导下，除完成规定的实习任务外，如有可能可参加实习单位的技术革新及基层管理活动。

## 八、实习要求

### 1. 对学生的要求

(1) 通过实习，学生要了解和熟悉相关专业知识。

(2) 学生在实习期间除应继续遵守学校的各项管理制度和学生守则，遵守实习单位的一切规章制度和有关劳动纪律，遵守安全规程，严防发生人身和安全事故。另外，为使学生在实习期间有章可循，现对实习实训纪律要求具体规定如下：

学生必须服从实习单位和指导教师的领导和安排。

实习期间，学生必须注意安全，包括工作现场的安全和道路交通安全。

学生必须增强安全意识，严格遵守实习单位的安全技术操作规程，如因违反安全操作规程而发生的事故，其后果自负。

学生在实习期间要树立敬业爱岗的良好职业道德，做到谦虚好学，吃苦耐劳，有礼貌，讲卫生，绝不允许做有损学校声誉的事情。

对在实习期间违纪的学生，指导教师可视违纪情节轻重，报经系、学校研究批准，做出相应的纪律处分。情节严重者，还将做出停止实习的处理。

实习期间，遵守实习单位的工作纪律，牢记安全第一，有问题第一时间与指导老师联系。

### 2. 对指导教师的要求

(1) 贯彻执行学校校外实习安全工作的有关规定，贯彻“以学生为本”和“安全第一”的原则；

(2) 对校外实习学生进行安全教育和安全督导；

(3) 处理学生校外实习期间的各类安全事件并及时向学校报告。实习期间，指导老师定时与实习的学生联系，第一时间帮助学生解决实习期间的疑难问题，还需要关注学生的心理承受能力与适应能力，及时关怀学生，开解学生。另外，多次强调安全问题。

(4) 实习结束后，指导老师做好实习成绩的评定工作。

### 3. 对实习单位和场所的要求

保证学生的实习安全；尽量安排与专业一致或相近的工作；如遇特殊情况，不得随意处罚学生，第一时间与指导老师和系领导联系解决。

## 九、教材、参考书目及其他学习资源

### 1. 选用教材

教材名称	ISBN号	编者	出版社	出版时间	是否为马工程教材
无					

### 2. 主要参考书目

[1] 会展专业设计实用手册. 北京：中国建筑工业出版社. 2007年4月.

[2] 展会形象策划专家. 北京：中国水利水电出版社. 2004年6月.

[3] 许传宏. 会展服务与现场管理. 北京：中国人民大学出版社. 2008年2月.

### 3. 其它学习资源

无





# 会展经济与管理专业

## 《毕业实习》课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 《毕业实习》课程大纲

## 一、课程信息

课程名称	毕业实习 Graduation Internship		
课程编码	231510603D	适用专业	会展经济与管理
先修课程	会展概论	修读学期	第六学期
课程类别	专业实践	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修
课程学分	9	考核方式	<input type="checkbox"/> 考试 <input checked="" type="checkbox"/> 考查
课程学时	18 周		
执笔人	李静	审核人	申磊

## 二、课程简介

《毕业实习》是学生在毕业之前进行的重要实践教学环节，是教学计划的重要组成部分。以市场需求为导向，培养具有管理学、经济学理论知识，掌握会展经济与管理专业理论，具备较强的实践操作能力，全面发展的新型复合型旅游人才。通过实习，使学生在社会实践中接触与本专业相关的实际工作，培养和锻炼学生综合运用所学的基础理论、基本技能和专业知识，去独立分析和解决实际问题的能力，把理论和实践结合起来，提高实践动手能力，为学生毕业后走上工作岗位打下一定的基础；同时可以检验教学效果，为进一步提高教育教学质量，培养合格人才积累经验。

## 三、实习目的

课程目标 1：通过毕业实习，能够调动所学的课堂理论知识，重组架构知识体系，具备逻辑思辨、创新意识和创新实践能力等。【毕业要求 3.1】

课程目标 2：通过毕业实习，能够运用所学的专业理论知识指导实习工作，具备运用所学专业理论知识提高分析问题和解决问题的能力，能够适当运用所学调查方法进行实践，深刻认识会展业在国民经济中的重要性，并具备旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策能力。【毕业要求 4.1】

课程目标 3：通过毕业实习，学生深入了解会展行业的特点、发展趋势和社会影响，促进对行业的深入认知。具备使用会展经济与管理理论和方法解决复杂问题的能力。【毕业要求 4.2】

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	创新能力	3.1 具有逻辑思辨、创新意识和创新实践能力。
课程目标 2	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性,掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 3	应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中,将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。

## 四、实习内容及进度安排

会展经济与管理专业毕业综合实习:

### 1. 实习前动员

由专业负责人进行实习动员,明确实习性质和目的,明确实习要求和具体实习任务。

### 2. 实习工作

学生深入实习单位进行实践锻炼,参与实习单位的相关经济管理活动,并根据毕业论文的要求调查收集数据资料。要求学生每周撰写实习周记,集中实习的学生每周向实习指导教师汇报一次,作为鉴定实习成绩的依据。其他实习生每两周汇报一次,纳入考核内容。

### 3. 实习总结

实习结束后,要求学生写出书面总结,填写实习鉴定表,经实习单位领导和实习指导老师签署意见、盖章后带回学院。

## 五、考核方式

### (一) 考核方式

实习结束后,由实习单位指导教师和校内指导教师根据学生在实习期间的表现、完成实习任务情况、实习报告撰写情况进行综合评判,给出实习成绩。具体为:

实习成绩=出勤(20%)+实习表现(20%)+实习报告(60%)

### (二) 考核方式与课程目标的关系

课程目标	考核内容及所占比例(%)	考核方式
------	--------------	------

课程目标 1	专业实习知识 20%	实践表现、报告展示
课程目标 2	专业实习能力 60%	实践表现、报告展示
课程目标 3	专业实习素质 20%	实践表现、报告展示

## 六、成绩评定标准与方式

评价方式及所占比例	评价内容及标准	对课程目标的支撑	实施方式
评价方式 1 10%	考勤 迟到一次扣5分 不允许请假与旷课	课程目标3	利用学习通签到记录、算分
评价方式 2 60%	实习表现 积极性、专业性、专业素质	课程目标1、2、3	随行指导老师现场观察实习情况打分
评价方式 3 30%	实习报告 规范性、专业性、思想性	课程目标1、2、3	随行指导老师评阅打分

## 七、实习方式与组织

实习由学生自主选择企业进行岗位实习或者由系里统一安排顶岗实习。实习期间的政治学习和党团活动安排在各实习单位进行。在可能的情况下，适当参加会展企事业单位的会议。学校派指导老师定期查看，同时聘请相关行业高层管理人员为实习指导教师，具体指导学生的实习活动。在实习指导教师的指导下，除完成规定的实习任务外，还有尽可能参加各项创新活动。

## 八、实习要求

### 1. 对学生的要求

(1) 通过实习，学生要了解和熟悉相关专业知识。

(2) 学生在实习期间除应继续遵守学校的各项管理制度和学生守则，遵守实习单位的一切规章制度和有关劳动纪律，遵守安全规程，严防发生人身和安全事故。另外，为使学生在实习期间有章可循，现对实习实训纪律要求具体规定如下：

学生必须服从实习单位和指导教师的领导和安排。

实习期间，学生必须注意安全，包括工作现场的安全和道路交通安全。

学生必须增强安全意识，严格遵守实习单位的安全技术操作规程，如因违反安全操作规程而发生的事故，其后果自负。

学生在实习期间要树立敬业爱岗的良好职业道德，做到谦虚好学，吃苦耐劳，有礼貌，讲卫生，绝不允许做有损学校声誉的事情。



对在实习期间违纪的学生，指导教师可视违纪情节轻重，报经系、学校研究批准，做出相应的纪律处分。情节严重者，还将做出停止实习的处理。

实习期间，遵守实习单位的工作纪律，牢记安全第一，有问题第一时间与指导老师联系。

## 2. 对指导教师的要求

(1) 贯彻执行学校校外实习安全工作的有关规定，贯彻“以学生为本”和“安全第一”的原则；

(2) 对校外实习学生进行安全教育和安全督导；

(3) 处理学生校外实习期间的各类安全事件并及时向学校报告。实习期间，指导老师定时与实习的学生联系，第一时间帮助学生解决实习期间的疑难问题，还需要关注学生的心理承受能力与适应能力，及时关怀学生，开解学生。另外，多次强调安全问题。

(4) 实习结束后，指导老师做好实习成绩的评定工作。

## 3. 对实习单位和场所的要求

保证学生的实习安全；尽量安排与专业一致或相近的工作；如遇特殊情况，不得随意处罚学生，第一时间与指导老师和系领导联系解决。

# 九、教材、参考书目及其他学习资源

## 1. 选用教材

教材名称	ISBN 号	编者	出版社	出版时间	是否为马工程教材
无					

## 2. 主要参考书目

无

## 3. 其它学习资源

无





# 会展经济与管理专业

## 《毕业论文（设计）》

### 课程大纲

晋中学院旅游管理系

2023年8月

# 毕业论文（设计）教学大纲

## 一、课程信息

课程名称	毕业论文（设计）		
课程英文名称	Graduation thesis (design)		
课程编码	231510604D	考试方式	答辩
学分	6	学时数	12 周
授课对象	会展经济与管理		
开课院系	旅游管理系		
大纲执笔人	李静	大纲审阅人	申磊
审定日期	2023 年 8 月 30 日		

## 二、毕业论文（设计）简介（目的与要求）

毕业论文（设计）是本科专业人才培养方案的重要组成部分，是培养学生综合运用所学基础理论、基本知识和基本技能，进行科学研究初步训练，提高分析、解决问题能力的重要教学环节。它要求学生全面而灵活地运用相关专业课程的理论知识和实践实习所累积的专业素养，理论联系实际地完成本专业领域面临的问题。它有利于培养学生良好的工作作风、独立工作能力和创造性思维，对于培养学生科研能力与创新思维，检验学生综合知识水平，较快向工作岗位需求适应过渡具有重要意义。

## 三、毕业论文（设计）目标与毕业要求

毕业论文（设计）目标 1：知道开展科学研究一般范式、常用方法，了解学科前沿动态，培养开拓创新意识和规范、严谨的科学态度，并具有一定的创新研究能力。【毕业要求 3.1】

毕业论文（设计）目标 2：培养系统化、综合化地运用所学理论、知识与技能，独立工作、独立思考、独立分析旅游及会展专业中涉及的服务与管理中存在的问题和解决问题的能力。【毕业要求 4.1】

毕业论文（设计）目标 3：熟练运用基本技能和会展经济与管理理论和方法解决问题，如绘图、计算机应用、翻译、查阅文献等，训练学生的综合分析能力、文献检索能力、信息搜集整理能力、知识获取能力、文字表达能力，【毕

## 业要求 4.2】

毕业论文（设计）目标对毕业要求的支撑关系

课程目标	支撑的毕业要求	支撑的毕业要求指标点
课程目标 1	创新能力	3.1 具有逻辑思辨、创新意识和创新实践能力
课程目标 2	应用能力	4.1 理解会展业在国民经济中的重要性，掌握旅游及会展专业中涉及的服务与管理决策方法。
课程目标 3	应用能力	4.2 能够在具体管理和决策中，将会展经济与管理理论和方法用于复杂问题的解决。

## 四、毕业论文（设计）内容与方式

### 1. 毕业论文（设计）选题

学生要在管理系统中确定指导教师和毕业论文（设计）题目，也可自拟课题提交指导教师审核，学生选题只有在指导教师审核通过后方可开展下一步工作。

### 2. 毕业论文（设计）开题

学生在广泛查阅资料的基础上，完善课题研究方案，完成开题工作，将开题报告的相关内容上传至系统。指导教师组织开题论证和初期检查，认真审查学生开题报告，在系统中明确开题意见。

### 3. 毕业论文（设计）撰写

学生根据任务书和开题报告的要求进行课题的调研、实验、设计以及结果的处理与分析等，完成毕业论文（设计）的写作，并在教师指导下及时修改。在此期间，要与指导教师充分交流，根据老师的指导意见完成论文初稿。毕业论文（设计）的字数必须满足要求。学生根据教师指导情况在系统中据实填写指导记录，由指导教师审核，在管理系统中反映的指导记录不少于 3 次。毕业论文撰写要符合《晋中学院毕业论文撰写规范》要求。

### 4. 毕业论文（设计）修改、查重及定稿

学生将撰写的完整初稿在系统中提交后，根据指导教师意见进行修改，直到满足要求为止。经指导教师审核通过后的毕业论文自动进入查重检测环节，文字复制比超过 25% 的必须修改或重写，直到满足学校要求后方可定稿。

### 5. 毕业论文（设计）答辩

学生按照学院的毕业答辩计划，准时参加答辩。答辩前准备好答辩论文、过程性材料、论文成果。答辩时简要阐述论文的主要内容并回答答辩老师提出的问题。

## 五、毕业论文（设计）时间安排

序号	毕业论文（设计）内容	时间（周）	备注
1	选题	1周	
2	开题	12月29日	
3	论文撰写	5月15日	
4	论文修改、查重及定稿	5月18日	
5	论文答辩	5月23日	

## 六、考核方法与成绩评定

课程成绩构成及比例	考核环节	目标分值	考核/评价细则	对应的毕业论文（设计）目标
指导教师成绩30%	平时表现、完成计划情况、毕业论文内容及撰写质量	30	优秀、良好、中等、及格、不及格五级	毕业论文（设计）目标1、2、3
评阅教师成绩20%	毕业论文内容及撰写质量	20	优秀、良好、中等、及格、不及格五级	毕业论文（设计）目标1、2、3
答辩小组成绩50%	毕业论文内容及撰写质量、答辩	50	优秀、良好、中等、及格、不及格五级	毕业论文（设计）目标1、2、3

## 六、成绩评定标准与方式

评价方式及所占比例	评价内容及标准	对课程目标的支撑	实施方式
指导教师成绩 30%	平时表现	课程目标1、2、3	导师评分
	完成计划任务情况	课程目标1、2、3	导师评分
	毕业论文内容及撰写质量	课程目标1、2、3	导师评分
评阅教师成绩 20%	完成计划任务情况	课程目标1、2、3	评阅人评分
	毕业论文内容及撰写质量	课程目标1、2、3	评阅人评分
答辩小组成绩 50%	完成计划任务情况	课程目标1、2、3	答辩小组评分
	表达能力	课程目标1、2、3	答辩小组评分

## 七、教学参考资料

### 1. 参考书目

[1] 艾尔·巴比，邱泽奇译. 社会研究方法[M]. 华夏出版社，2021.

- [2]盖尔·詹宁斯，谢彦君等译. 旅游研究方法[M]. 旅游教育出版社, 2007.
- [3]张宏梅，陆林编. 旅游管理实证研究方法[M]. 科学出版社, 2019.
- [4]陈向明. 质的研究方法与社会科学研究[M]. 教育科学出版社，2017.
- [5]谢彦君. 旅游研究方法[M]. 中国旅游出版社，2018.
- [6]余志远. 旅游质性研究方法[M]. 商务印书馆，2023.

## 2. 与课程相关主要网站

- (1) 智慧树
- (2) 超星尔雅
- (3) 中国大学 MOOC (慕课)