****

旅游学院旅游管理专业

**教学大纲**

目 录

[旅游学概论 1](#_Toc500245412)

[管理学原理 10](#_Toc500245413)

[微观经济学 18](#_Toc500245414)

[消费者行为学 32](#_Toc500245415)

[中国文化概论 41](#_Toc500245416)

[服务运营管理 55](#_Toc500245417)

[旅游管理专业导引课 64](#_Toc500245418)

[社会调查原理与方法 67](#_Toc500245419)

[宏观经济学 78](#_Toc500245420)

[旅游创意与策划案例分析 96](#_Toc500245421)

[现代礼仪 106](#_Toc500245422)

[旅游管理信息系统 123](#_Toc500245423)

[丝绸之路历史文化 143](#_Toc500245424)

[旅游资源开发与规划 150](#_Toc500245425)

[景区英语解说系统 165](#_Toc500245426)

[旅游景观设计 172](#_Toc500245427)

[旅游政策与法规 183](#_Toc500245428)

[人文地理学 192](#_Toc500245429)

[旅游规划制图Ⅰ 201](#_Toc500245430)

[旅游规划制图Ⅱ 223](#_Toc500245431)

[人力资源管理 232](#_Toc500245432)

[旅游规划专题研究 246](#_Toc500245433)

[跨文化交流 262](#_Toc500245434)

[旅游景区开发与管理 267](#_Toc500245435)

[客源国概况 280](#_Toc500245436)

[艺术审美 293](#_Toc500245437)

[文化遗产导论 300](#_Toc500245438)

[西部民族民俗旅游 309](#_Toc500245439)

[西方文化 321](#_Toc500245440)

[旅游市场营销学 338](#_Toc500245441)

[中国通史 349](#_Toc500245442)

[经济地理学 361](#_Toc500245443)

[生态旅游学 373](#_Toc500245444)

[会展旅游 382](#_Toc500245445)

[民族旅游 391](#_Toc500245446)

[文化人类学 397](#_Toc500245447)

[旅游美学 404](#_Toc500245448)

[旅游社会学 412](#_Toc500245449)

[旅游文化学 418](#_Toc500245450)

[产业经济学 427](#_Toc500245451)

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游学概论

**一、说明**

**（一）课程性质**

《旅游学概论》是旅游管理专业的一门重要的、具有丰富理论性和较强实践性的专业基础课程，是国家教育部指定的旅游管理专业主干学位课程之一。作为一门综合性的尚在形成和发展过程中的新兴学科，该课程以人类的旅游活动为出发点，以研究旅游三要素（旅游主体、旅游客体、旅游中介体）及其相互关系为核心，探讨旅游发展的基本规律。

**（二）教学目的**

通过学习，使学生能够掌握旅游学的基础理论知识与基本研究方法，培养学生能够对旅游现实问题进行分析、提出见解、做出判断，从而提高学生思考问题、分析问题和解决问题的能力，为大学生进一步学习专业的其他分支学科奠定良好基础。

**（三）教学内容**

本课程主要内容包括：旅游活动起源和与发展，现代旅游的特点和根本属性，旅游者、旅游资源以及为旅游者提供服务的旅游企业和旅游组织，国际国内旅游市场基本状况，旅游活动对旅游接待地区的经济、社会文化和环境之影响等。另外，本课程要紧密结合旅游行业发展的新业态和新趋势，及时跟踪旅游管理专业领域的学术前沿动态，教学中适时更新、补充旅游学科专业的相关概念和理论，使大学生不仅在基础知识层面得到深化，更在研究思路、方法和理念的创新方面有较大提升。

**（四）教学时数**

1、时数：3课时/周，总计：54课时

2、进度：

《旅游学概论》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章节 | 内 容 | 学时 |
| 绪论 | 课程总体介绍 | 2 |
| 一 | 旅游发展的历史沿革 | 4 |
| 二 | 关于旅游活动的基本认识 | 4 |
| 三 | 旅游活动的主体 | 8 |
| 四 | 旅游活动的客体 | 8 |
| 五 | 旅游业及其主要部门 | 8 |
| 六 | 政府调控与旅游组织 | 4 |
| 七 | 旅游市场 | 8 |
| 八 | 旅游的影响 | 8 |
| 合计 |  | 54 |

**（五）教学方式**

采用课堂讲授、研讨、辩论、课后自主学习等多种方式进行教与学。学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上讨论、交流学习体会、提高学生的学习研究能力。

**（六）考核方式**

期末闭卷考试（60%）与平时成绩（含讨论、期中论文等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占50%。题型一般包括：填空题、单项选择题、多项选择题、名词解释题、辨析题、简答题、论述题、案例分析题。

**二、本文**

**绪论**

**教学要点**

1、《旅游学概论》课程介绍。

2、旅游学研究的历史与现状。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

1、《旅游学概论》课程介绍

旅游学是社会科学中一门具有多学科交叉特点的综合性学科。

旅游学是以世界范围为统一整体，以一定的社会经济条件为基础，研究旅游活动和由这一活动所引起的多种关系及其矛盾运动规律的学科。

旅游学的学科体系包含相互关联的三大模块：

1）旅游者活动模块；

2）旅游产业活动模块；

3）旅游者需求与旅游产业供给二者之间 关系的模块。

2、旅游学研究的历史与现状

（1）国外旅游学研究的历史与现状

（2）国内旅游学研究的历史与现状

3、学习目的及考核方法

**考核要求：**

1、了解该课程的研究内容与学习方法。

2、掌握国内外旅游学研究的历史与基本现状。

**第一章 旅游发展的历史沿革**

**教学要点：**

1、19世纪以前的旅行活动发展，尤其是奴隶制社会、封建社会旅行活动发展的类型，代表人物及各个时期的特点。

2、近代旅游业的开端，掌握产业革命对近代旅游的推动和影响，掌握近代旅游活动的特点。

3、现代旅游迅速发展的原因及其特点。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 19世纪以前的旅行活动发展（1学时）

一、原始社会早期人类的迁移活动及其性质

早期人类由于客观原因被迫的、自然的迁移活动的特点。

二、人类最早旅行需要的产生

旅行产生的前提条件、物质基础和旅行的多样化发展趋势。

三、奴隶制社会的旅行发展

中西方奴隶制社会的旅行活动的特点。

四、封建社会的旅行发展

中西方封建社会旅行发展的特点及对比。中国封建社会各个时期旅行发展的特点及主要代表人物的主要活动。

五、19世纪以前旅行发展的特点

第二节 近代旅游和旅游业的开端（2学时）

一、产业革命对近代旅游发展的影响

产业革命的定义。产业革命对旅游发展的影响。

二、交通运输条件的发展和意义。

铁路的出现及其重要意义。

三、托马斯·库克的活动与旅游业

托马斯·库克对于旅游业的贡献。近代旅游活动的开端。近代旅游业的开端。

第三节 现代旅游业的兴起（1学时）

一、现代旅游的概念

二、战后旅游迅速发展的原因

人口迅速增加；世界经济迅速发展；交通运输工具进步；劳动者的带薪假期增加；各国城市化进程普遍加快；各国的教育事业不断向新的广度和深度发展及信息技术的影响。

**考核要求：**

1、识记托马斯·库克的主要活动及贡献。

2、掌握产业革命对近代旅游的推动和影响。

3、了解人类早期旅行活动的发展，奴隶制社会和封建社会旅行活动的特点；了解现代旅游迅速发展的原因。

**第二章 关于旅游活动的基本认识**

**教学要点：**

1、旅游的概念、属性和特点。

2、旅游活动的类型和划分标准。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 旅游的概念（2学时）

一、旅游定义的类型

技术性定义和概念性定义。“艾斯特”定义的特点。

二、旅游活动的界定

第二节 旅游活动的类型（1学时）

一、划分标准

从不同角度对旅游的划分。

二、国际旅游和国内旅游的比较

国际旅游和国内旅游的定义。国际旅游和国内旅游的区别表现在哪些方面。

第三节 旅游活动的性质（0.5学时）

一、旅游现象的表现及其性质

旅游活动是社会现象的一种体现；是一种文化现象；带有经济活动的色彩；是一项涉及政治的社会现象。

第四节 旅游活动的特点（0.5学时）

普及性；持续性；地域集中性；季节性。大众旅游的定义。奖励旅游的定义。

**考核要求：**

1、识记旅游、大众旅游、奖励旅游、国际旅游、国内旅游的定义；识记“艾斯特”定义。

2、掌握旅游活动的划分标准和类型；掌握国际旅游和国内旅游的区别；掌握旅游活动的性质。

3、熟悉旅游的各种定义的侧重点和特点；熟悉旅游活动的属性和特点。

**第三章 旅游活动的主体**

**教学要点：**

1、旅游者的概念与界定。

2、旅游动机及其影响因素，旅游动机的基本类型。

3、旅游者的类型及不同的划分模式。

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 旅游者的概念与界定（2学时）

一、国际联盟的规定

国际旅游者的定义及界定的范围。

二、罗马会议的规范

游客的定义及其分类（旅游者和短程游览者）。

三、世界旅游组织的现行解释

旅游者的界定及相近的名词及概念：游客、旅游者、一日游游客、旅行者、旅客。

四、我国对来华入境旅游者的统计口径

海外游客的划分及定义。

五、关于对国内旅游者统计标准的界定

世界旅游组织对国内旅游者的定义。

六、我国国内旅游统计的有关规定

国内游客的定义及其分类，即分为国内游客和国内一日游游客。不属于国内游客的界定。

第二节 实现旅游活动所需具备的客观条件（2学时）

一、支付能力

可支配收入和可自由支配收入两个概念。

二、闲暇时间

闲暇时间的定义及其分布。

三、其他影响因素

社会因素、个人因素、家庭因素等。

第三节 实现旅游活动所需具备的主观条件（2学时）

一、旅游动机

马斯洛的需求层次论的内容及特点。生理需要、安全需要、社交需要、受尊重的需要、自我实现的需要每一层次的内容。

二、旅游动机的基本类型

麦金托什对旅游动机的划分（身体方面、文化方面、人际方面、地位和声望方面）。

三、影响旅游动机的因素

个性心理对旅游动机的影响；斯坦利·C·帕洛格对个性心理的划分（自我中心型、近自我中心型、中间型、近多中心型、多中心型）。

第四节 旅游者的类型（2学时）

一、类型划分的标准和意义

按地理范围、组织形式、计价方式、消费水平等不同角度划分。

二、按基本旅游目的划分的旅游者类型及各自的特点

消遣型旅游者、事务型旅游者、个人和家庭事务型旅游者。

**考核要求：**

1、识记游客、旅游者、可随意支配收入、闲暇时间、旅游动机的定义。

2、掌握旅游和旅游者不同定义所强调的重点和内容，掌握实现旅游活动所具备的客观条件和主观条件；掌握马斯洛的需求层次论；掌握旅游动机的划分类型。

3、了解个性心理对旅游动机的影响。

4、了解旅游者的类型划分的标准和意义。

**第四章 旅游活动的客体**

**教学要点：**

1、旅游资源的定义和概念。

2、旅游资源的特点。

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 旅游资源（2学时）

一、旅游资源的定义

从不同角度界定的旅游资源的定义各自的特点和倾向性。

二、旅游资源的分类

根据旅游资源表现内容的基本属性；根据旅游资源的利用情况。

三、旅游资源的特点

多样性、吸引力的定向性、垄断性、易损性、可创新性。

第二节 旅游资源的开发（2学时）

一、开发工作的必要性

旅游点的生命周期理论。

二、旅游资源的调查

对旅游资源本身的调查；对所处区域的环境、条件的调查；可能的客源分析和邻近地区的旅游资源对调查区客源产生的积极或消极的影响。

三、旅游资源的评价

客观实际原则、全面系统原则、动态发展原则、效益估算原则、定性与定量相结合原则。

四、开发项目可行性研究

开发者的实力和资格，分析和预测市场需求，分析项目开发和经营的微观条件，分析当地宏观社会经济条件。

五、旅游资源开发工作的基本内容

景点或风景区的开发建设；提高旅游资源所在地的可进入性；建设和完善旅游基础设施；完善旅游服务。

六、开发工作的原则

突出独特性原则、三大效益统一原则、综合开发原则、保护环境原则。

第三节 旅游资源的保护（4学时）

一、保护工作的重要性

二、致使旅游资源遭受破坏的原因

自然原因和人为原因造成的破坏。

三、保护工作的途径（讨论）

**考核要求：**

1、识记旅游资源、旅游基础设施、旅游上层设施的定义。

2、掌握旅游资源分类的原则、特点、旅游资源的生命周期理论。

3、了解旅游资源评价的原则、开发项目可行性研究、旅游资源开发工作的基本内容。

4、理解旅游资源开发工作的原则、保护旅游资源的途径。

**第五章 旅游业及其主要部门**

**教学要点：**

1、旅游业的概念。

2、旅行社的分类。

3、旅游产品的特点。

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 旅游业的概念（1学时）

一、旅游业的定义

狭义的见解和广义的见解。

二、旅游业的构成

三大支柱行业和五大部门之说。

三、旅游业的性质

四、旅游业的特点

是综合性的产业；是劳动密集型的服务性产业。

第二节 旅行社（1学时）

一、何谓旅行社

旅行社的定义。

二、旅行社的分类

外国的旅行社分类（旅游批发经营商、旅游零售商）；我国的旅行社分类（国际旅行社、国内旅行社）。

三、旅行社在旅游业中的作用

旅游活动的组织者；旅游产品的销售渠道。

四、旅行社的业务开展

组织接待团体旅游；接待安排散客旅游。

五、我国旅行社的发展现状（讨论）

第三节 住宿业与饭店（1学时）

一、饭店在住宿业中的发展

饭店发展的四个历史时期。

二、饭店的类型

不同角度的饭店划分。

三、饭店的等级与我国星级评定

我国饭店星级评定的标准、原则和实施。

四、饭店在社会经济中的作用（讨论）

五、饭店业中的集团化经营（阅读）

六、我国饭店业的发展现状

饭店建设的发展速度方面；建设的布局方面；饭店的供给结构方面；饭店建设的具体选址以及在建筑风格与景观环境相协调方面。

第四节 旅游交通（1学时）

一、旅游交通的定义及在旅游业中的作用

旅游交通的定义、作用。

二、主要的旅行方式

汽车、飞机、火车、轮船四种运输方式的优点与缺点。

三、影响旅游者选择旅行方式的因素

旅行目的；运输价格；旅行距离；旅行偏好和经验。

四、我国旅游交通的发展现状（阅读）

第五节 旅游景点（2学时）

一、旅游景点的概念

定义；旅游景点的特点（专用性、长久性、可控性）。

二、旅游景点的类别

按照设立性质；按照景点所依赖的吸引因素的形成原因；按其展示内容的多寡；按照景点的内容和表现形式。

三、我国旅游景点的质量等级划分与评定（阅读）

四、旅游景点在旅游业中的地位（阅读）

五、景点经营中的影响因素

顾客需求层次的提高；竞争状况的发展；现代科技的运用；外部宏观政策的影响。

六、我国旅游景点的发展现状（阅读）

第六节 旅游业的产品（2学时）

一、何谓旅游产品

旅游产品的定义；单项旅游产品；总体旅游产品。

二、旅游产品的特点

无形性、不可转移性、不可储存性、生产与消费的同步性、综合性。

三、旅游产品的质量标准

对于服务质量的理解；服务质量具有二元性，包括服务内容和服务方式两个方面；服务产品的质量有外部标准和内部标准。

四、我国旅游产品的质量管理

旅游服务质量管理产生与发展经历的三个阶段；《中国旅游服务质量等级标准》；国际标准。

五、质量管理的基本途径

做好工作的愿望；做好工作的本领；做好工作的条件；严格的保护措施。

**考核要求：**

1、识记旅游业、旅行社、旅游批发商、旅游经营商、旅游零售商、旅游产品、旅游景点的定义。

2、掌握旅游业的构成、性质、特点，掌握外国旅行社的分类和我国旅行社的分类；掌握饭店发展的四个历史时期；掌握旅游景点的类别；掌握旅游产品的定义和特点。

3、了解我国旅行社的发展现状；了解饭店的类型、等级，评定标准以及目前的发展现状；了解旅游交通的方式、影响因素、目前的发展现状。

4、理解旅游景点的分类、我国旅游景点的发展现状；理解何谓旅游产品及其特点；理解旅游产品质量管理的标准和途径。

**第六章 政府调控与旅游组织**

**教学要点：**

1、国家旅游组织的概念及设立形式。

2、旅游行政组织和行业组织和职能差异。

3、著名的国际旅游组织的宗旨、职能、构成及其作用。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 国家旅游组织（2学时）

一、政府对旅游发展的干预（阅读）

二、国家旅游组织

国家旅游组织及其设立形式；各国国家旅游组织存在差异的原因。

第二节 我国的旅游组织（1学时）

一、旅游行政组织

国家，省、自治区和直辖市及省级以下的地方三个层次；旅游行政组织的职能。

二、旅游行业组织

旅游行业组织的职能及我国主要的行业组织（中国旅游协会、中国旅游饭店业协会等）。

第三节 国际旅游组织（1学时）

一、国际旅游组织的概念

狭义和广义的概念。政府间国际组织（联合国、万国邮政联盟等）。非政府间国际旅游组织（旅游科学专家国际联合会、国际旅游学会等）。

二、部分国际旅游组织简介

世界旅游组织和太平洋亚洲旅游协会（历史、成立时间、宗旨、性质、构成、机构设置、主要活动）。

**考核要求：**

1、熟悉国家旅游组织的概念。

2、了解旅游行政组织和行业组织的职能差异。

3、了解世界较有影响力的国际旅游组织的概况。

**第七章 旅游市场**

**教学要点：**

1、旅游市场细分。

2、国际旅游客流规律。

3、我国主要客源市场的不同需求特点。

4、我国在国际旅游市场竞争中存在的问题。

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 旅游市场的基本概念（1学时）

一、市场的概念与旅游市场

市场的不同角度定义。

二、旅游市场细分

定义。市场细分的意义。简单的市场细分的标准。

第二节 全球国际旅游客流状况（3学时）

一、国际旅游客流量及分布格局

从旅游收入、旅游接待量角度衡量近年来国际旅游客流分布。

二、国际旅游客源的分布格局

用图表和数字反映近年来国际主要客源国情况。

三、国际旅游客流规律

前往邻国的近距离旅游一直占绝大比重；国际旅游主要客流发生于欧洲、美洲、东亚和太平洋地区三者之间；东亚和太平洋地区的发展速度迅速提高。

第三节 我国旅游业的客源市场（4学时）

一、入境旅游市场

入境旅游市场的基本状况；客源市场分析（我国主要海外客源市场分析；港澳台地区、日本、韩国、俄罗斯、东盟各国、澳大利亚以及中东、美国、德国、法国等）；我国在国际旅游市场竞争中存在的问题（地理位置距主要客源地较远；周边国家和地区的激烈竞争；产品的开发和质量问题；市场宣传和海外促销工作仍有待改进）。

二、国内旅游市场

国内旅游市场概述；近年国内市场的特点。

三、出境旅游市场（阅读）

**考核要求：**

1、识记市场、旅游市场、旅游市场细分的概念。

2、掌握基本国际旅游客流规律，主要接待国和客源国。

3、掌握我国主要国际客源市场各自的特点。

4、理解我国在国际旅游市场竞争中存在的问题。

**第八章 旅游的影响**

**教学要点：**

1、旅游对目的地经济的有利影响和不利影响。

2、可持续旅游发展的意义和关键。

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 旅游的经济影响（2学时）

一、积极方面的影响

增加外汇收入，平衡国际收支；有助于货币回笼；增加目的地经济收入；带动相关行业发展；增加政府税收；平衡地区经济发展，缩小地区差别；增加就业机会。

二、消极方面的影响

有可能引起物价上涨；有可能影响产业结构发生不利变化；过分依赖旅游业会影响国民经济的稳定。

第二节 旅游促进接待地区经济发展的理论根据（1学时）

一、旅游乘数理论

二、旅游乘数类型

三、影响旅游乘数效应的因素

第三节 旅游的社会文化影响（1学时）

一、积极方面的影响

有助于提高民族素质；有助于增进国际间的相互了解；有助于促进民族文化的保护和发展；有助于推动科学技术的交流和发展；有助于促进目的地生活环境的改善。

二、消极方面的影响

不良的“示范效应”；干扰目的地居民的生活；当地文化被不正当地商品化。

三、正确认识旅游的社会文化影响

第四节 旅游的环境影响（2学时）

一、积极的影响（讨论）

二、消极的影响（讨论）

第五节 可持续旅游发展（2学时）

一、可持续旅游发展的含义

二、可持续旅游发展的内容

三、实现可持续旅游发展的关键

旅游承载力的概念。旅游管理能力的发挥。

**考核要求：**

1、识记旅游乘数理论，可持续旅游发展的概念。

2、掌握旅游对目的地经济的有利影响和不利影响。

3、理解旅游对社会文化的影响。

4、理解旅游对环境的影响。

5、理解并应用可持续发展理论。

**三、参考书目**

1、李天元，《旅游学概论》，南开大学出版社，2014年第7版。

2、谢彦君，《基础旅游学》，中国旅游出版社，2010年。

3、马勇，《旅游学概论》，高等教育出版社，1998年。

4、田里，《现代旅游学导论》，云南大学出版社，1996年。

5、William Theobald，张广瑞等译，《全球旅游新论》，中国旅游出版社，2001年。

6、李天元，《中国旅游可持续发展研究》，南开大学出版社，2004年。

为了促进学生自主学习，开阔视野，增加兴趣，本课程特向学生推荐并在教学中适当应用以下报刊杂志、官网资料等作为辅助学习材料：

1、《中国旅游报》

2、《旅游管理》

3、《旅游学刊》

4、《旅游调研》

5、国家旅游局网站：www.cnta.com

6、Tourism Management

7、Annals of Tourism Research-ATR

8、Journal of Travel Research

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

本课程利用多媒体技术开展教学活动, 以增加教学的直观性和生动性。同时采用案例教学法、情景教学法、拓展式作业巩固教学法、小组讨论式教学等多种方法。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

管理学原理

**一、说明**

**（一）课程性质**

管理学是各门具体的管理学科的共同基础，它是一门综合性、边缘性学科，涉及到经济学、数学、哲学、社会学、历史学、心理学、人类学和数学以及工程技术学和计算机科学等学科。《管理学原理》是管理专业的核心课程和基础课程。其研究对象是一般管理活动和管理过程。

**（二）教学目的**

通过本课程的学习，培养学习管理的兴趣，了解管理学的学科特征，熟悉基本的管理工作程序，掌握基本的管理工具、方法，运用基本的管理知识解释现实中的管理现象，运用基本的管理知识解决现实中的管理问题。

**（三）教学内容**

《管理学原理》课程主要是由低向高从三个层次来阐述：第一层次是管理的内涵，包括管理内涵、管理活动等；第二层次是管理思想史；第三层次是管理运行与实践，包括决策、计划、组织、领导、激励、沟通、控制、创新等管理的职能活动。

**（四）教学时数**

1、时数：3课时/周，总计：54课时

2、进度：

《管理学原理》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章 | 教学内容 | 课时分配 |
| 理论教学 |
| 一 | 序言 | 4 |
| 二 | 管理的本质 | 6 |
| 三 | 管理目标与组织 | 4 |
| 四 | 外部环境概论 | 6 |
| 五 | 管理思想史 | 6 |
| 六 | 组织战略 | 4 |
| 七 | 组织设计 | 6 |
| 八 | 决策 | 6 |
| 九 | 沟通与激励 | 6 |
| 十 | 创新 | 6 |
| 合　　计 | | 54 |

**（五）教学方式**

1、课程教学方法以调动学生的积极性为核心，由以教师为中心转为以学生为中心。积极采用互动启发式教学 、案例分析与情景模拟式教学、团队学习、专家现场授课、学生课堂演讲等教学方式。

2、注重实践教学，综合运用多种模拟实践教学的形式。即在课堂内或校园内，引入管理要素，建立仿真环境，营造管理情景，使学生向实际管理者那样进行模拟决策。具体形式主要有：模拟公司系列实训、调查与访问、岗位见习、校园体验、管理游戏等。

3、教师及时向学生推荐扩充性学习材料（包括相关学术论文、理论前沿跟踪、企业经营管理实例、各类的相关参考书籍等）并指导学生阅读学习，从而拓宽了学生的知识面，为学生的自主学习创造了良好条件。

**（六）考核方式**

1、考核体系：建立以能力为核心的全程考核系统。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

2、考核比例：平时（40%）+期末（60%）

平时考核（课堂发言、出缺勤、课后作业等）

期末考核（选择判断题、问答分析题、、案例分析题等）

**二、本文**

**第一篇 管理的本质**

**第一章 序言**

**教学要点：**

1、管理学的必要性和重要性是什么？

2、管理学的学科特征。

3、管理学学习方法。

4、管理学知识体系。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 管理的必要性和重要性

一、管理的必要性

二、 管理的重要性

第二节 管理学的学科特征

一、交叉---多学科交叉：经济学、心理学、政治学、法学、数学为学科依托；社会学、哲学、人类学、历史学、统计学为知识和方法

二、应用---基础学科：“是什么”、“为什么”，母体；应用学科：“如何操作”直接效用

三、发展---19世纪末20世纪初开始

第三节 管理学的学习方法

一、唯物辩证法

二、系统方法

三、历史研究方法

四、比较研究方法

五、定性和定量研究方法

六、理论联系实际的方法

第四节 管理学发展特点

一、经济人、机械人到社会人

二、单个因素、单个过程、单个侧面到全面系统

三、定性分析为主到定性、定量结合（早期－定性）

四、学派分化到兼容并包、相互借鉴、吸收融合

**考核要求：**

识记：理解管理概念及其研究对象；理解管理学的知识体系和学科特征；知道管理学的发展特点。

领会：管理学的重要性和必要性；为什么学习管理学？（由于改进组织的管理方式关系到我们每个人的切身利益）； 懂得管理学的六种基本学习方法；你不要指望仅从一门管理课程中就能学会怎么做管理者。

应用：理解的基础上在接下来的学习中应用管理学学习方法。

**第二章 管理的本质**

**教学要点：**

1、管理的定义；

2、管理活动的成因与管理活动的本质；

3、管理的科学性与艺术性；

4、管理绩效与组织绩效之间的关系。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

1、管理的内涵、特征、管理的职能、管理的性质；

2、管理者的角色与技能；

3、管理的科学性与艺术性；

4、管理绩效与组织绩效之间的关系。

**考核要求：**

识记：管理的定义、特征；管理者的技能级不同层次管理者的职能。

领会：管理的职能与性质；管理的二重性（科学性与艺术性）。

应用：在小组案例中能准确的找到不同层次的管理者并明确其职能。

**第三章 管理目标与组织**

**教学要点：**

1、目标的内涵

2、组织的含义

3、目标与组织的关系

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 组织目标

1、目标的含义

2、目标的类型

3、目标的特点

4、目标差的含义及其缩减目标差的手段

第二节 组织

1、组织的含义

2、组织的类型

3、目标与组织之间的关系

**考核要求：**

识记：目标的含义、类型和特点；组织的含义、类型。

领会：目标与组织的关系。

应用：实际中能明确管理的目标（例如一个班级的目标）；能够分清各种组织的类型。

**第四章 外部环境概论**

**教学要点：**

1、外部环境的定义

2、外部环境的意义

3、外部环境的分类

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 外部环境概论

1、外部环境定义

2、外部环境的意义

第二节 宏观环境分析

1、宏观环境的定义

2、宏观环境与组织的互动

第三节 微观环境分析

1、微观环境的定义

2、微观环境与组织的互动

**考核要求：**

识记：管理环境的分类及其构成因素；外部环境的意义。

领会：外部环境与组织的互动。

应用：案例分析企业的外部环境及对企业组织管理造成的影响。

**第二篇 管理思想史**

**第五章 管理思想史**

**教学要点：**

1、古典管理理论产生的历史背景

2、古典管理理论的代表性人物及其观点

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 古典管理理论产生的历史背景

1、资本主义思想萌芽时期：亚当斯·斯密---经济人理论和分工理论

2、斯图亚特：刺激工资思想

3、欧文：重视人因素在工业管理中作用

4、马基雅佛利：政治管理本质及管理技术

第二节 古典管理理论

1、古典管理理论产生的历史背景

2、科学管理理论

3、一般管理理论

4、官僚模式的行政组织理论

第三节 行为科学理论

1、行为科学理论产生的历史背景

2、梅奥与霍桑实验

第四节 古典管理理论与行为科学理论的比较

第五节 当代管理丛林

**考核要求：**

识记：古典管理理论产生的历史背景；行为科学理论产生的历史背景；梅奥与霍桑的实验。

领会：古典管理理论的代表人物及其观点；古典管理理论与行为科学理论的比较。

应用：案例分析“田忌赛马”中的理论知识。

**第三篇 管理运行与实践**

**第六章 组织战略**

**教学要点**

1、组织战略的含义

2、组织与组织结构之间的关系

**教学时数**

4学时

**教学内容**

第一节 组织结构设计的权变因素

1、组织环境

2、组织战略

3、组织规模

4、组织技术

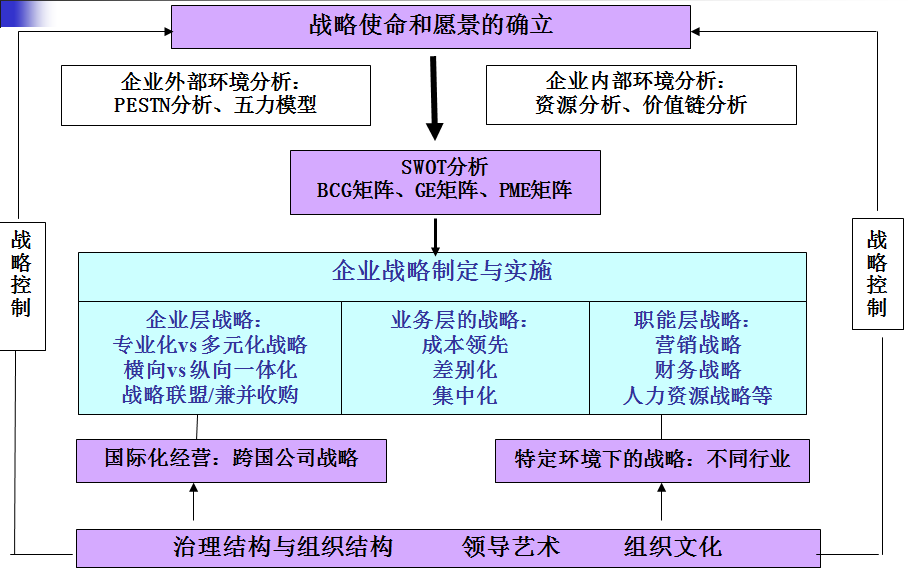
5、组织文化

第二节 组织战略与组织结构

1、战略的含义

2、战略的类型

3、企业战略管理框架



4、战略与组织结构的关系

第三节 组织结构的战略性调整与变革

1、战略要求对组织结构进行大部分的改造或重新设计

2、组织结构的战略性调整会引起组织流程的改组和业务调整，并对流程效率提出要求

**考核要求：**

识记：组织战略的含义；战略的类型；组织文化的内容。

领会：企业战略管理的大致框架； 组织结构与战略的关系。

应用：战略分析的能力；计划组织实施能力；组织文化建设的能力；组建一个模拟公司，为其设计组织文化，写作一份组织文化建设方案。

**第七章 组织设计**

**教学要点：**

1、组织设计的含义

2、组织类型

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 组织设计的含义

1、组织设计的含义

2、组织设计的必要性

3、组织设计的任务

4、组织设计的原则

第二节 组织部门化

1、组织部门化的定义与原则

2、组织部门化的基本形式

第三节 组织的层级化

1、组织的层级化的定义

2、组织层级化与管理幅度

3、组织层级化与集权和分权

**考核要求：**

识记：理解组织结构的构成与形式；理解组织变革的内容。

领会：掌握组织结构设计的部门化、层级化。

应用：掌握部门划分的方法；组织文化建设的能力；组建一个模拟公司，建立组织结构与公司制度，拥有组织结构的初步设计能力。

**第八章 决策**

**教学要点：**

1、理解预测的程序和方法

2、理解决策的依据

3、掌握决策的类型

4、理解决策的几种定性方法

5、掌握决策的盈亏平衡法

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 决策的含义

1、决策含义

2、决策的特征

3、决策的过程

4、决策的类型

第二节 决策理论

1、古典决策理论

2、行为决策理论

第三节 决策方法

1、定性决策方法

2、定量决策方法

**考核要求：**

识记：决策的含义、特征、过程和类型等。

领会：两种决策理论（古典和行为）和两种决策方法（定量和定性）

应用：运用头脑风暴法决策的能力；应用盈亏平衡法分析决策问题的能力；在不确定性情况下进行决策方法选择的能力。

**第九章 沟通与激励**

**教学要点：**

1、掌握沟通的原理

2、了解有效沟通的障碍

3、理解组织冲突的原因和管理

4、掌握人际交往的技能

5、理解团队建设的重要性

6、激励理论

7、激励实务

**教学时数**

6学时

**教学内容**

第一节 沟通的含义

1、沟通的含义

2、有效沟通的途径

3、沟通的类型

4、影响有效沟通的因素

第二节 激励

1、激励的含义

2、激励理论

3、激励实务

**考核要求：**

识记：了解有效沟通的障碍；沟通的类型；理解激励的理论。

领会：沟通原理、冲突管理、团队建设；激励原理、激励的方法；马斯洛的需要层次理论。

应用：掌握人际交往的技能，人际交往和沟通的能力得到提升。

**第十章 创新**

**教学要点：**

1、理解创新的内涵及其在管理职能中的意义。

2、了解技术创新的类型及其基本方法。

3、了解组织创新的类型及其基本方法。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 管理创新的动因与作用

1、知识经济的特征

2、创新的概念

3、管理创新的动因

4、创新的职能

5、创新的过程

第二节 技术创新

1、技术创新的源泉

2、技术创新的策略

第三节 制度创新

**考核要求：**

识记：技术创新的类型及其基本方法；组织创新的类型及其基本方法。

领会：创新的内涵及其在管理职能中的意义；创新职能的基本内容。

应用：提高创新意识与创新能力，班级内对市场上现有的企业提出创新的建议或计划。

**三、参考书目**

1、[美]斯蒂芬·罗宾斯，《管理学》，中国人民大学出版社，2008年第9版。

2、张文昌、于维英，《西方管理思想发展史》，山东人民出版社，2007年。

3、[美]彼得·德鲁克，《管理的实践》， 机械工业出版社，2006年。

4、陈佳贵,《现代企业管理理论与实践的新发展》，经济管理出版社，1998年。

5、俞文钊、吕晓俊，《学习型组织导论》，东北财经大学出版社，2008年。

6、金观涛，《管理就是决策》，中国商业出版社，2004年。

7、任浩主编，《现代企业组织设计》，清华大学出版社，2005年。

8、张云初、王清，《让企业文化起来》，海天出版社，2003年。

9、姜旭平主编，《变革管理课堂》，上海交通大学出版社，2007年。

10、陈荣秋，《领导学理论与实践》，清华大学出版社，2007年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。用课件进行讲授，增加直观性和生动性。同时采用案例式教学、情景教学法、小组讨论式教学等方法。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

微观经济学

**一、说明**

**（一）课程性质**

《微观经济学》是《西方经济学》的重要组成部分，是我国高等院校经济类和管理类专业必开的一门专业基础课。微观经济学以单个经济单位作为研究对象，围绕稀缺资源的配置，研究经济变量的单项数值决定，其中心理论是价格理论。具体来说，就是研究均衡价格的决定和变动，消费者行为的决定和变动，生产者行为的决定和变化，市场结构差异，要素市场的价格决定和变化，一般均衡过程以及福利经济等问题。微观经济学通过对以上理论的研究，为市场主体的生产行为和消费行为提供解释和指导。微观经济学课程内容包括一般包括均衡价格理论、消费者行为理论，生产者行为理论，市场结构理论，要素市场理论，一般均衡理论，福利经济学以及微观经济政策等。

**（二）教学目的**

通过本课程的学习，应使学生了解西方微观经济学的研究对象、研究范式及其框架体系，知道在市场机制作用下，微观个体是如何进行资源配置并获得最大化收益的，理解微观市场经济运行的内在规律及其局限性。本课程的教学，应贯彻理论联系实际的原则，着重阐明经济学的基本理论、基础知识和基本技能，培养学生分析和解释经济现象的初步能力，并为其学习经济、管理学各专业课程打好基础。

**（三）教学时数**

1、时数：3课时/周，总计：54课时

2、进度：

《微观经济学》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章节 | 内容 | 学时 |
| 第一章 | 引论 | 4 |
| 第二章 | 需求曲线和供给曲线 | 8 |
| 第三章 | 效用论 | 8 |
| 第四章 | 生产论 | 8 |
| 第五章 | 成本论 | 8 |
| 第六章 | 完全竞争市场 | 9 |
| 第七章 | 不完全竞争市场 | 9 |
| 合计 | 七章 | 54 |

**（四）教学要求**

根据教学目标，其相应的教学要求是：

掌握《微观经济学》研究的核心是资源最优配置问题。即既定的经济资源如何被用来生产哪些产品，生产多少及采用什么生产方法，产品怎样在社会成员之间进行分配，使之达到最优。

掌握《微观经济学》的基本理论，使同学们在掌握体系完整、逻辑严密的新古典理论的基础上，了解当代微观经济学。其中新古典经济理论由价格理论、消费者行为理论、生产理论、成本理论、厂商均衡理论、收入分配理论、以及福利经济学和一般均衡分析等理论组成。

能够运用微观经济学的基本理论和基本分析方法如边际分析方法、均衡分析方法、最优化分析方法和博弈分析方法等来解释现实经济问题。

总之，我们应该让学生看到《微观经济学》是如何可以用作决策的一种工具，了解到《微观经济学》的相关性和有用性，同时要很好地理解，在课堂之外，微观经济学究竟有何实用之处。

教师在从事微观经济学教学过程中，不仅要完成当代微观经济学的基本内容和分析方法，而且要注意把握以下几个问题：

1、处理好西方微观经济学与马克思主义政治经济学之间的关系，正确地运用马克思主义理论观点和方法分析、批判西方经济学中的错误。

2、处理好数学工具与基本理论（原理）之间的关系，教学中重在讲清基本原理，同时适当地、有节制地借鉴数学工具，为理论讲授服务。

3、处理好理论教学与实践应用之间的关系。帮助学生积极运用微观经济学理论分析社会实践问题。

4、处理好理论体系、框架结构与具体理论之间的关系，不仅要给学生讲授具体的理论与知识，而且特别应该注意给予他们有关这门学科的总体框架结构，便于学生们从总体上把握经济学的内容。

**（五）教学方法**

许多年来，大学本科课程教学方式一直以教师讲授为主，即“满堂灌”。作为专业基础课的微观经济学，加上点多面广量大的特点，就更加如此。结果是教学计划虽然完成了，但是教学效果并不理想。学生对所学内容只是生吞活剥，仍然是一知半解。特别是由于未能深入联系实际，学习只是停留在书本知识的背诵、记忆上，未能将书本知识与实际生活结合起来，不能用实际经济活动的经验来检验经济理论，更不能用所学的基本理论和分析方法来分析现实问题。这种学习方式在一定程度上影响到学生学习的积极性，因为他们感觉不到学习的乐趣。

考虑到这些特点，建议在教学方法上作如下调整：

1、精减讲课内容，增加阅读部分。

以新古典理论为核心的微观经济学内容就很充实，再加上新的经济理论后，内容就更多，54课时的授课时间往往不够用。过去通常采取的方法是，加快教学进度，即快速“满堂灌”。在意识到“满堂灌”的弊端和学生学习潜力后，建议部分自学的解决办法。选择性地划定一部分内容，这部分内容不再由教师系统讲授，而让学生在教师指导督促下自学。节省下的时间用于教授新的经济理论和进行课堂讨论。

2、组织课堂讨论，进行启发式教学。

被动地接受知识与主动地学习有着明显不同的效果。所以，在微观经济学的教学上应加大启发式教学的力度。具体建议是：第一，在讲授过程中，经常提问。凡是在需要运用前一阶段知识进行推理的地方，都可以让学生自己思考，在这种时候提问学生，比直接按部就班、平铺直叙地讲授更能够激发学生独立思考，也能使学生加深印象。第二，挑选类型类似的章节，让学生自己分析归纳后，上台讲课。第三，将某些学生容易混淆的问题，提出讨论，明辨是非。例如把习题中的一些容易出现的错误提出来讨论，让持有不同意见的同学充分发表意见，而不是简单地给出答案，让学生在不同意见的争论中，自己比较鉴别，确定、接受正确的东西，认识错误所在。有时候，错误意见能够深化认识，收到意想不到的效果。第四，提供实际案例，进行专题讨论。

3、联系实际，让理论教学置于实际经济活动背景和实际案例的分析中。

对于旅游管理专业的学生来说，无论他们今后从事什么工作，都应该注重培养他们善于观察、解释经济现象的能力，以及进行经济决策的能力。基于这种基本认识，我们在课堂教学中尽量联系实际大量引入经济生活中的实际案例。引入案例的具体目的，一是加深学生对理论知识的理解；二是帮助学生了解、认识和解释现实经济生活；三是帮助学生了解所学理论在实际经济生活中如何应用。

**（六）考核方式**

通过平时训练、期中考试、期末考试等方式考核学生对经济学基本理论、基础知识和基本技能的掌握能力，以及综合运用经济学基本理论、基本知识和基本方法分析和解释经济现象的初步能力。其中，平时成绩（包括作业及课堂表现）占40%；期末考试（闭卷）占60%。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程期末采取闭卷考试的方式；时间为2小时（120分钟）

总评成绩的计算依据：

1、平时成绩：占总评成绩的40％；

2、期末成绩：占总评成绩的60％。

如下表所示：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 平时成绩  （40%） | 期末成绩（60%） | 总评成绩（100%） |
| 作业等（20%） | 笔试（闭卷） |
| 与教师互动（50%） |
| 考勤（10%） |
| 读书报告（20%） |

期末考试命题设计：

识记部分约占30％；理解部分约占40％；运用部分约占30％。

考试题型包括判断、选择、作图、计算、简答等。

**（七）实践环节**

重视练习，提高解题能力，练习来源除了选做教材的课后习题外，还应有针对性地就某些重要知识点、易错点提供附加练习题，以巩固和强化学生对重要知识点的理解；充分利用多媒体教学手段，引入国内外热点经济现象和问题，通过教师点评、学生讨论、作小论文等灵活多样的教学互动方式，加深学生对所学知识的理解，激发学生的学习兴趣，训练和提高学生独立思考的能力以及综合运用经济学原理解释经济现象的能力。

**二、本文**

**第一章 引论**

**教学要点 ：**

1、稀缺性与经济学的关系

2、西方经济学的研究方法

3、西方经济学的由来和发展

4、经济学与稀缺性

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 什么是西方经济学

第二节 现代西方经济学的由来和演变

一、重商主义

二、古典经济学

三、新古典经济学

四、宏观经济学

五、现代经济学：新古典综合派

第三节 经济学与稀缺性

一、经济物品

二、稀缺性

三、选择与机会成本

四、经济资源：生产要素

五、基本经济问题

六、资源配置

七、微观与宏观经济学

八、经济学理论与经济学的分析方法

九、经济人假定

第四节、对西方经济学应持有的态度

第五节、为什么学习西方经济学

**教学目的：**

通过本章的学习，使学生了解和掌握西方经济学的对象和研究方法;了解西方经济学的来龙去脉，并从总体上把握西方经济学的基本内容;了解西方经济学与马克思主义经济学的区别，以科学的态度对待西方经济学。

**考核要求：**

识记：西方经济学的内涵。

领会：西方经济学的由来和演变，对西方经济学有一个基本的了解和印象，了解西方经济学的理论体系和研究方法。

应用：在理解的基础上会将一些简单的研究方发运用到实践当中去。

**[第二章](file:///D:\\My%20Documents\\资料\\教学资料\\微观经济学\\) 需求、供给与均衡价格**

**教学要点：**

1、需求规律、供给规律和供求规律

2、需求弹性及其运用

3、价格机制的运用

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 微观经济学的特点

一、微观经济学的研究对象

二、对微观经济学的鸟瞰

第二节 需求曲线

一、需求及其属性

二、[需求函数](file:///D:\\My%20Documents\\资料\\教学资料\\微观经济学\\)和需求曲线

第三节 供给曲线

一、供给及其属性

二、供给函数和供给曲线

第四节 供求曲线的共同作用

一、涵义

二、均衡价格的决定

三、均衡价格的变动

第五节 经济模型、静态分析、比较静态分析和动态分析

一、经济模型

二、内生变量、外生变量和参数

三、静态分析、比较静态分析和动态分析

第六节 需求弹性和供给弹性

一、弹性的一般含义

二、需求的价格弹性

三、供给的价格弹性

四、需求的交叉弹性

五、收入弹性

第七节 供求原理的运用

一[、](file:///D:\\My%20Documents\\资料\\教学资料\\微观经济学\\)[价格政策](file:///D:\\My%20Documents\\资料\\教学资料\\微观经济学\\)

二、供求弹性对市场均衡价格的影响

第八节 蛛网模型

一、蛛网模型

二、蛛网模型的种类

1、收敛式蛛网模型：需求弹性大于供给弹性。

2、发散式蛛网模型：需求弹性小于供给弹性。

3、封闭式蛛网模型：需求弹性等于供给弹性。

4、蛛网模型的其他形式

**教学目的：**

通过本章的学习要求学生了解和掌握需求和供给的基本原理及均衡价格的决定；了解和掌握市场经济中价格机制的作用;能运用均衡价格理论说明经济生活中的一些政策问题；了解均衡价格理论与马克思主义劳动价值论的区别，正确对待均衡价格理论。

**考核要求：**

识记：掌握需求、供给、均衡、均衡价格、均衡数量的基本概念。

领会：分别影响需求和供给的因素、均衡价格的决定、供求规律、需求量和供给量的变动、需求和供给曲线的水平变动及推导过程、均衡价格的形成和变动及推导过程、均衡价格理论和弹性理论的理解。

应用：学会运用均衡价格理论和弹性理论的分析方法去分析和论述生活中所遇到的此类经济现象，例如，易腐食品的售卖等。

**[第三章 效用论](file:///D:\\My%20Documents\\资料\\教学资料\\微观经济学\\)**

**教学要点：**

1、边际效用递减规律

2、无差异曲线及无差异曲线分析

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 效用论概述

一、效用及其属性

二、基数效用和序数效用

三、基数效用论和边际效用分析法概述

四、边际效用递减规律、货币的边际效用、消费者均衡、需求曲线的推导、消费者剩余

第二节 无差异曲线

一、偏好及其假定

二、无差异曲线及特点

三、商品的边际替代率

四、无差异曲线的特殊形状

第三节 预算线

一、什么是预算线

二、预算线的变动

第四节 消费者均衡

第五节 价格变化和收入变化对消费者均衡的影响

一、价格-消费线

二、消费者需求曲线推导

三、收入-消费线

四、恩格尔曲线

第六节 替代效应和收入效应

一、替代效应和收入效应的含义

二、正常物品的替代效应和收入效应

三、低档物品的替代效应和收入效应

四、吉芬物品的替代效应和收入效应

第七节 从单个消费者的需求曲线到市场的需求曲线

※第八节 不确定性和风险

一、不确定性和彩票

二、期望效用和期望值效用

三、消费者风险态度

四、风险与保险

**教学目的：**

通过本章的学习，了解和掌握边际效用分析和无差异曲线分析，并能运用这两种分析方法，解释和说明消费者的消费行为；了解和掌握消费者均衡的条件，弄清需求规律的理论基础。

**考核要求：**

识记：效用、总效用、边际效用、边际效用递减规律、消费者剩余、消费者偏好、无差异曲线、商品的边际替代率及其递减规律、预算线、消费者均衡、价格-消费曲线、收入-消费曲线、恩格尔曲线、替代效应、收入效应、正常物品和低档物品的基本概念。

领会：基数效用论与消费者均衡和以效用论与消费者均衡的关系，以及基数效用论下对需求曲线的推导、序数效用论下对需求曲线的推导，两者的推导过程并进一步说明需求曲线为什么是向右下方倾斜的。领会收入变化和价格变化条件下的消费者选择和三种不同类别商品的替代效应和收入效应。

应用：通过学会运用两种效用论与消费者均衡的经济原理进行分析微观经济学是如何研究消费者行为的，消费者根据哪些因素和什么原则来决定其购买的商品种类和数量，以及消费者达到均衡状态（效用最大化）的条件。

**[第四章 生产论](file:///D:\\My%20Documents\\资料\\教学资料\\微观经济学\\)**

**教学要点：**

1、生产函数

2、边际产量递减规律

3、最佳生产要素组合

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 厂商

一、厂商的组织形式

二、企业的本质

三、企业的目标

第二节 生产函数

一、生产函数

二、固定投入比例生产函数

三、柯布-道格拉斯生产函数

第三节 短期生产函数

一、短期与长期

二、短期生产函数

三、边际报酬递减规律

四、生产的三个阶段

第四节 长期生产函数

一、长期生产函数

二、等产量线

三、边际技术替代率递减规律

第五节 等成本线

第六节 最优生产要素组合

一、既定成本下的产量最大化

二、既定产量下的成本最小化

三、生产扩展线

第七节 规模报酬

**教学目的：**

通过学习使学生了解和掌握生产理论和成本理论，为后面的市场理论奠定基础。

**考核要求：**

识记：生产函数、总产量、平均产量、边际产量、边际报酬递减规律、等产量线、等成本线、边际技术替代率及其递减规律、等斜线、扩展线、规模报酬等基本概念以及相关公式。

领会：理解短期生产理论和长期生产理论的区别，在短期生产理论中，总产量、平均产量、边际产量定义公式的推导过程，通过概念和图像分析总产量、平均产量和边际产量相互之间的关系，短期生产的三个阶段的各自的特征。在长期生产理论中，实现既定成本条件下的产量最大化和既定产量条件下的成本最小化生产要素的最优组合的均衡条件，是如何得出结论的。理解规模报酬的三种情况。

应用：运用本章知识去解释生产者是怎样在各种市场环境下通过最优的生产要素组合，来实现既定成本条件下的常量最大化和既定产量条件下的成本最小化的。并分析企业在长期中怎样变动生产要素，变动生产要素，来实现规模报酬。

**第五章 成本论**

**教学要点：**

1、机会成本

2、短期成本曲线形状及决定因

3、长期成本曲线形状及决定因素

4、规模经济

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 收益、成本与利润

一、总收益、平均收益与边际收益

二、会计利润与经济利润

第二节 短期成本和短期成本曲线

一、短期成本分类

二、短期成本曲线

三、短期成本变动的决定因素：边际报酬递减规律

四、短期成本曲线之间的关系

第三节 长期成本和长期成本曲线

一、长期总成本曲线

二、长期平均成本曲线

三、长期边际成本曲线

四、规模经济与规模不经济、内在经济与内在不经济、外在经济与外在不经济

**教学目的：**

通过学习使学生掌握成本和利润、短期和长期等概念，理解决定短期和长期成本变动的因素，熟悉短期成本曲线和长期成本曲线得形状和推导，知道规模经济。

**考核要求：**

识记：机会成本、显成本和隐成本概念，长期和短期中：总成本（TC）、总不变成本（TFC）/总可变成本（TVC）、平均成本（AC）、平均不变成本（AFC）、平均可变成本（AVC）、边际成本（MC）概念及其函数公式。

领会：短期总产量曲线和短期总成本曲线的关系及其推导过程，在短期成本理论中，各类短期成本曲线的相互关系和曲线特征，由TFC曲线、TVC曲线、TC曲线出发，用几何方法推导AFC曲线，AVC曲线、AC曲线和MC曲线的推导过程。在长期成本理论中，长期总成本（LTC）、长期平均曲线（LAC）、长期边际成本（LMC）的推导过程。

应用：利用本章所学习的内容和知识，学会运用成本理论去分析企业的投资行为及其生产规模的选择。

**[第六章 完全竞争市场理论](file:///D:\\My%20Documents\\资料\\教学资料\\微观经济学\\)**

**教学要点：**

1、完全竞争市场的特点

2、厂商收益及厂商利润最大化的条件

3、完全竞争市场价格和产量的决定

4、完全竞争的市场效率

**教学时数：**

9学时

**教学内容：**

第一节 市场和市场类型

一、什么是市场

二、决定产品市场性质的重要因素

三、市场类型

第二节 完全竞争的市场

一、完全竞争市场定义及特征

二、完全竞争厂商的需求曲线

三、完全竞争厂商的收益曲线

第三节 完全竞争厂商实现例如最大化的均衡条件

第四节 完全竞争厂商的短期均衡

一、短期均衡的五种情况

二、完全竞争厂商的短期供给曲线

三、生产者剩余

第五节 短期供给曲线

第六节 完全竞争厂商的长期均衡

第七节 完全竞争厂商的长期供给曲线

一、成本不变行业的长期供给曲线

二、成本递增行业的长期供给曲线

三、成本递减行业的长期供给曲线

**教学目的：**

通过学习使学生掌握完全竞争条件下，市场价格和产量的决定供给曲线的推导，并进一步分析市场经济的市场效率。

**考核要求：**

识记：市场及其市场类型、生产者剩余、短期均衡和长期均衡等基本概念，总收益、平均收益、边际收益的概念和定义公式。

领会：完全竞争厂商需求曲线的推导，市场价格的变动和厂商的需求曲线关系，完全竞争厂商的收益曲线推导，掌握完全竞争厂商的短期均衡的五种情况，短期供给曲线的推导以及形成的原因，完全竞争行业的短期供给曲线推导，完全竞争厂商的长期均衡并进一步的推导出完全竞争市场的各个行业的长期供给曲线。

应用：通过学习，使学生了解市场经济下，不同市场结构是如何划分的，划分的依据是什么，并能结合实际对完全竞争市场的经济效率做出评价。

**第七章 不完全竞争市场**

**教学要点：**

1、完全垄断市场的特点

2、完全垄断市场价格和产量的决定

3、垄断厂商的差别定价

4、产品差别

5、垄断竞争市场的需求曲线

6、 垄断竞争市场的价

7、厂商行为的不确定性

8、古诺模型

9、斯威齐模型

10、博弈论

11、不同市场的比较

**教学时数：**

9学时

**教学内容：**

第一节 垄断

一、垄断市场定义、特征和原因

二、垄断厂商的需求曲线和收益曲线

三、垄断厂商的短期均衡

四、垄断厂商的长期均衡

五、价格歧视

六、自然垄断和政府管制

第二节 垄断竞争市场

一、垄断竞争市场定义及特点

二、垄断竞争厂商的需求曲线

三、垄断竞争厂商的短期均衡

四、垄断竞争厂商的长期均衡

五、垄断竞争与多于生产能力

六、非价格竞争

第三节 寡头

一、寡头市场定义及特征

二、古诺模型

三、斯威齐模型

第四节 博弈论初步

一、囚徒困境

二、重负博弈：走出囚徒困境

三、威胁和承诺的可信性

四、纳什均衡

第五节 不同市场的比较

**教学目的：**

通过学习使学生掌握完全垄断市场价格和产量的决定，了解和掌握完全垄断市场与完全竞争市场的区别，了解垄断厂商的差别定价问题。 了解和掌握垄断竞争市场的特点，掌握垄断竞争市场的价格决定;并能分析说明垄断竞争市场的经济效率；了解和掌握寡头垄断市场的特点;了解和掌握一些基本的寡头垄断模型，并能运用这些模型解释、说明寡头垄断市场的价格决定;了解寡头垄断市场的经济效率，了解博弈论的一般理论和运用博弈论进行决策的一般方法。

**考核要求：**

识记：垄断市场、价格歧视、垄断竞争市场、寡头垄断市场，

领会：完全垄断市场的需求曲线、收益曲线、边际收益曲线的推导过程；理解完全垄断厂商的短期均衡、长期均衡过程；掌握垄断竞争厂商的需求曲线与短期均衡、长期均衡的条件；了解寡头垄断市场的特征与需求曲线；理解古诺模型、斯威齐模型的内容。

应用：通过本章的学习，学生了解各类市场形成的条件，熟悉不完全竞争厂商的需求曲线和收益曲线的特征，掌握各类市场的短期和长期均衡，使学生能够应用所学到的知识，通过对不完全竞争条件下的厂商的供给行为进行分析，并对不同市场运行的效率作出评价，依次对不同市场条件下经济效率的差异做出比较。

**※[第八、九章 分配理论（生产要素价格决定）](file:///D:\\My%20Documents\\资料\\教学资料\\微观经济学\\)**

**教学要点：**

1、生产要素使用的原则

2、完全竞争条件下要素价格的决

3、劳动的供给及工资的决定

**教学时数：**

**教学内容：**

第[一节 概述](file:///D:\\My%20Documents\\资料\\教学资料\\微观经济学\\)

一、生产要素理论在微观经济学中的地位

二、引致需求

第二节 完全竞争厂商使用要素的原则

一、完全竞争厂商

二、竞争厂商使用要素的原则VMP = w

第三节 完全竞争厂商对生产要素的需求曲线

第四节 市场需求曲线

第五节 卖方垄断对生产要素的使用原则MRP=W

第六节 卖方垄断对生产要素的需求曲线

第七节 买方垄断下生产要素价格和数量的决定VMP=MFC

第八节 要素供给概述

一、要素供给原则

二、无差异曲线分析

三、要素供给曲线

第九节 劳动供给曲线和工资率的决定

一、劳动和闲暇

二、劳动供给曲线

三、替代效应和收入效应

四、劳动试产供给曲线和均衡工资的决定

第十节 土地的供给曲线和地租的决定

一、土地、土地供给和土地价格

二、土地的供给曲线

三、使用土地的价格和地租的决定

四、租金、准租金和经济租金

第十一节 资本的供给曲线和利息的决定

一、资本和利息

二、资本供给

三、资本市场均衡

第十二节 欧拉定理

第十三节 洛仑兹曲线和基尼系数

**教学目的：**

通过学习，使学生了解和掌握生产要素的价格的决定及市场经济下收入分配问题，弄清西方分配理论与马克思收入分配理论的区别。

**考核要求：**

识记：引致需求；VMP=MFC原则；厂商要素需求曲线；效用最大化的要素供给原则；劳动供给曲线的特征；欧拉定理，基尼系数。

领会：掌握边际收益产品、边际产品价值及其边际产量的区别，边际收益产品曲线与厂商对要素需求曲线的关系，理解厂商要素需求曲线与市场要素需求曲线的关系及其推导。理解不同类型厂商的要素需求原则，把握边际生产率分配论的实质；掌握由厂商要素需求曲线导出市场要素需求曲线的方法；掌握要素供给的原则；熟知劳动、土地、资本三种生产要素的供给曲线及价格决定；理解欧拉定理、洛伦兹曲线和基尼系数在经济学中的含义。

应用：在了解完全竞争的完整含义的基础上，掌握完全竞争厂商要素需求的原则，运用本节所学内容，从要素使用的原则出发能够进一步分析厂商利润最大化的行为目标。

**※第十章 一般均衡和福利经济学（交换理论）**

**教学要点：**

1、交换、生产及生产与交换的一般均衡条件

2、帕累托效率的含义

3、帕累托效率标准

4、完全竞争市场与帕累托效率

**教学时数：**

**教学内容：**

※第一节 一般均衡理论

一、局部均衡和一般均衡

二、一般均衡的存在性

三、实现一般均衡的“试探过程”

第二节 经济效率

一、帕累托改进

二、帕累托最优

第三节 交换的一般均衡

第四节 生产的帕累托最优

第五节 交换和生产的帕累托最优条件

一、生产可能性曲线

二、生产和交换的帕累托最优条件

三、小节

※第六节 完全竞争和帕累托最优状态

※第七节 福利经济学

一、福利、效率与公平

二、关于社会福利函数

三、阿罗不可能定理

※第八节 效率与公平

**教学目的：**

通过本章的教学，旨在使学生了解建立在局部均衡基础上的一般均衡理论，理解瓦尔拉斯一般均衡的基本思想；使学生掌握帕累托最优标准、实现最优的条件，以及证明只有完全竞争市场能够实现经济效率。

**考核要求：**

识记：一般均衡、经济效率、帕累托标准、交换的契约曲线、生产的契约曲线、边际转换率（MRT）及定义公式、社会福利及函数表达式。

领会：理解实证经济学和规范经济学的内容，掌握判断经济效率的标准，利用几何图像分析满足交换的帕累托最优条件公式，生产的帕累托最优条件公式，交换和生产的帕累托最优条件公式。理解效用可能曲线的推导过程，最大社会福利的推导。

**※[第十一章 市场失灵和微观经济政策](file:///D:\\My%20Documents\\资料\\教学资料\\微观经济学\\)**

**教学要点：**

外部经济与外部不经济；科斯定理；逆向选择、道德风险；公共物品的特点；控制外部不经济的方法。

**教学时数：**

**教学内容：**

第[一节 垄断](file:///D:\\My%20Documents\\资料\\教学资料\\微观经济学\\)

一、垄断与低效率

二、寻租

三、对垄断的公共管制

四、反托拉斯法

第二节 外部性

一、外部影响及分类

二、外部影响和资源配置不当

三、解决外部性的政策措施

四、科斯定理

第三节 公共物品和公共资源

一、排他性和竞争性

二、公共物品

三、公共资源

四、公共选择理论

第四节 信息不完全和不对称

一、定义

二、信息与商品市场

三、信息与保险市场

四、信息与劳动市场

五、委托-代理问题

**教学目的：**

通过本章的教学，旨在使学生理解市场机制并不能自动实现资源的最优配置，由于信息不完全、外部性、公共物品的生产以及垄断的存在，都会导致市场失灵；从而为政府运用微观经济政策干预经济运行奠定了理论基础。

**考核要求：**

识记：外部经济与外部不经济；科斯定理；逆向选择、道德风险；公共物品的特点；

控制外部不经济的方法 。

领会：市场机制的失灵及其政府的作用，垄断及低效率分析，理解寻租理论的内容，利用图像来分析政府对垄断的公共管制，理解市场失灵的几种情况：即垄断、外部影响、公共物品，不完全信息以及相应的微观经济政策。

**三、参考书目**

**（一）参考书目**

1、[美]N.格里高利·曼昆，《经济学原理》（上、下册），机械工业出版社，2003年第3版。

2、[美]大卫R·哈克斯，《曼昆经济学原理学习指南》，机械工业出版社，2004年。

3、斯蒂格利茨﹒沃尔什，《经济学》（上、下册），中国人民大学出版社，2005年第3版。

4、卢锋，《经济学原理》（中国版），北京大学出版社，2002年。

5、[美]斯蒂格利茨，《经济学小品和案例》，中国人民大学出版社，2006年。

6、[美]萨缪尔森，《微观经济学》，人民邮电出版社，2004年第17版。

7、宋承先、许强，《现代西方经济学》（微观经济学），复旦大学出版社，2004年第3版。

8、张元鹏，《微观经济学教程》，中国发展出版社，2005年。

**（二）阅读资料、文献**

1、经济学报刊杂志：《经济学动态》、《经济研究》、《世界经济》、《财贸经济》、《中国经济问题》、《当代经济研究》等。

2、经济学家和经济学流派，诺贝尔经济学奖（网络课程）。

3、盛洪，《现代制度经济学》代序。

4、钱颖一 ，《理解现代经济学》、《经济科学在美国》。

**（三）专题网站、学校网络资源**

1、国务院发展研究中心信息网，简称“国研网” http://[www、drcnet、com、cn](http://www.drcnet.com.cn/" \t "_parent)。

2、中国经济学教育科研网，[http://ww、cenet、ccer、edu、cn](http://ww.cenet.ccer.edu.cn/" \t "_parent)。

3、中评网，[http://www、china-review、com](http://www.china-review.com/" \t "_parent)。

4、财经，[http://finance、sina、com、cn](http://finance.sina.com.cn/" \t "_parent)。

5、北京大学中国经济研究中心，[http://www、ccer、edu、cn](http://www.ccer.edu.cn/" \t "_parent)。

6、经济学家，[http://www、jjxj、com、cn](http://www.jjxj.com.cn/" \t "_parent)。

7、Blackboard 课程平台。

8、FT中文网[http://www、ftchinese、com/](http://www.ftchinese.com/" \t "_blank)。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

消费者行为学

**一、说明**

**（一）课程性质**

《消费者行为学》是学院平台必修课程之一，是我院学生学习管理类相关专业的重要理论类课程，对于研究市场营销与服务策略等实际问题具有较强的理论指导作用。消费者行为学作为一门独立的、系统的应用科学是在资本主义工业革命后，随着商品经济的快速发展、市场问题日益尖锐、竞争加剧而出现的。消费者行为学研究消费者在获取、使用、消费和处置产品和服务过程中所发生的心理活动特征和行为规律。从营销学的角度，这门学科是为了提供对消费者行为的理解，因为“营销学是一门试图影响消费者行为的学科”。

**（二）教学目的**

本课程的教学目的是使学生掌握消费者行为学的基础理论与基本方法。通过本课程的教学，使学生能够了解消费者行为的表现，掌握影响消费者行为的主要因素，揭示消费者行为规律和产生的原因，预测和引导消费者行为。培养学生综合分析、解决实际问题的能力，为将来从事营销与服务的实践工作打下良好的基础。后续课程为《市场营销学》等。

**（三）教学内容**

本课程主要介绍消费者行为学的基本理论和实务。教学内容共分八章，主要包括：第一章 消费者行为学导论、第二章 感知觉与消费者行为、第三章 动机与消费者行为、第四章 态度与消费者行为、第五章 决策与消费者行为、第六章 群体与消费者行为、第七章 文化与消费者行为、第八章 营销与消费者行为。

**（四）教学时数**

1、时数：2课时/周，总计：36课时

2、进度：

《消费者行为学》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章 次 | 主 要 内 容 | 总学时 | 课堂教学 | 讨论课 |
| 一 | 消费者行为学导论 | 4 | 4（多媒体教学） |  |
| 二 | 感知觉与消费者行为 | 4 | 4（多媒体教学） |  |
| 三 | 动机与消费者行为 | 4 | 4（多媒体教学） |  |
| 四 | 态度与消费者行为 | 4 | 4（多媒体教学） |  |
| 五 | 决策与消费者行为 | 6 | 4（多媒体教学） | 2（小结讨论） |
| 六 | 群体与消费者行为 | 4 | 4（多媒体教学） |  |
| 七 | 文化与消费者行为 | 4 | 4（多媒体教学） |  |
| 八 | 营销与消费者行为 | 6 | 4（多媒体教学） | 2（总结讨论） |
| 合计 | 八章 | 36 | 32 | 4 |

**（五）教学方式**

主要以“参与式”课程教学法为主，采用课堂讲授、头脑风暴、案例讨论、情境演练等互动式教学法。要求学生熟悉课程所涉基本理论，积极主动地参与到教学活动中来，通过具体的学习环节，认识并讨论不同消费者的行为方式及其背后的内涵，并演练形成良好的行为导向，从而提高学生解决实际问题的能力，实现教学目的。

**（六）考核方式**

期末闭卷考试（60%）与平时成绩（含考勤，10%+课堂表现，30%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、掌握、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

掌握：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，掌握占35%，应用占50%。题型一般包括：选择题、名词解释题、辨析题、简答题、案例分析题、论述题。

**二、本文**

**第一章 消费者行为学导论**

**教学要点：**

1、消费者行为学的发展背景与理论基础

2、消费者行为学的研究内容与研究方法

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 消费行为学的发展背景与理论基础（2学时）

一、消费者与消费者行为

（一）消费者 （二）消费者行为

二、消费者行为学研究的历史背景

（一）消费者行为学研究的历史 （二）消费者行为学研究的现状

（三）消费者行为学研究的不足 （四）消费者行为学研究的未来方向

三、消费者行为学产生的理论基础

（一）心理学 （二）社会学 （三）人类学 （四）经济学

第二节 消费者行为学的研究内容与方法（2学时）

一、消费者行为学的研究内容

（一）研究领域的消费行为

（二）消费者行为学的跨学科研究内容

（三）消费者研究应当关注学术还是运用？（两种观点）

二、消费者行为学的研究方法

（一）观察法 （二）访谈法 （三）实验法

（四）问卷调查法 （五）个案分析法

**考核要求：**

l、消费者行为学基本概念：消费者、消费行为、消费者行为学（识记）

2、简述消费者行为研究的不足及未来的研究方向。（了解）

3、消费者行为研究的理论基础主要来自哪些学科？（掌握）

4、消费者行为学研究的主要内容有哪些？（掌握）

5、消费者行为学研究的主要方法有哪些？（掌握）

**第二章 感知觉与消费者行为**

**教学要点：**

1、消费者认识过程中的感知觉

2、消费者感知觉对消费行为的影响

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 消费者认识过程中的感知觉（2学时）

一、感知觉的一般知识

（一）感觉的概念和种类 （二）知觉的概念和特征

（三）感觉与知觉的关系

二、消费者感知觉过程的行为要求

（一）社会认知

（二）社会认知中的常见误区

1、第一印象 2、晕轮效应 3、心理定势

4、刻板印象 5、期望效应 6、假定形似性偏见

三、帮助消费者降低消费决策中的风险知觉

（一）消费者消费决策中风险知觉的情景和种类

（二）降低消费者消费决策中风险知觉的方法和途径

第二节 消费者感知觉对消费行为的影响（2学时）

一、影响消费行为的客观因素

（一）感知对象的特征 （二）感知对象与背景的差别 （三）感知对象的组合

（四）感知觉产生的情境 （五）消费者的生理条件

二、影响消费行为的主观因素

（一）兴趣 （二）需要和动机 （三）经验

（四）情绪 （五）个性 （六）其他个体因素

三、广告的心理功能与策划设计

（一）广告的概念与特点 （二）广告的心理功能 （符号学）

（三）广告的策划设计（案例教学）

**考核要求：**

l、消费者感知觉基本概念：感觉、知觉、社会认知、风险知觉（识记）

2、在社会知觉中存在哪些营销过程中应避免的误区？（识记）

3、影响消费行为的客观因素主要有哪些？（掌握）

4、影响消费行为的主观因素主要有哪些？（掌握）

5、列出三个广告中的符号学元素，并举例说明这三个元素（应用）

6、例举你最喜欢和最不喜欢的两个广告，对比它们在激发消费行为方面的优缺点。（应用）

**第三章 动机与消费者行为**

**教学要点：**

1、消费者需要与动机的行为表现

2、消费者动机与价值观对消费行为的影响

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 消费者需要与动机的行为表现（2学时）

一、需要的一般知识

（一）需要的概念和分类 （二）需要的特点

（三）马斯洛的需要层次理论

马斯洛把人类多种多样的需要归纳为五大类：生理的需要、安全的需要、社交的需要、尊重的需要和自我实现的需要。它们按照其发生的先后顺序，由低级至高级呈金字塔形依次排列。

二、消费者需要的新趋势

（一）消费方式与生活方式趋于统一 （二）消费需要结构高级化趋向

（三）消费方式与环境保护趋于统一

三、动机的一般知识

（一）动机的概念和种类 （二）动机的特征

四、消费者的动机与行为

（一）消费者的消费动机

1、生理性消费动机 2、心理性消费动机 3、社会性消费动机

（二）消费者具体的购买动机

1、求实动机 2、求新动机 3、求美动机 4、求名动机

5、求廉动机 6、求便动机 7、模仿动机 8、好癖动机

第二节 消费者动机与价值观对消费行为的影响（2学时）

一、消费者动机对消费行为的影响

（一）消费者动机促使消费行为产生

（二）消费者动机的强度决定消费行为实现的程度

（三）消费者消费动机的激发

1、开发有特色的商品 2、利用广告宣传，向消费者传递信息

3、提升购物环境和营销人员的服务水平

二、消费者价值观对消费行为的影响

（一）价值观在消费者行为中的应用 （二）营销者文化差异（全球营销奏效吗？）

（三）消费文化的传播

**考核要求：**

l、消费者动机基本概念：需要、消费动机、消费价值观（识记）

2、需要和动机的概念和特征是什么？（识记）

3、马斯洛的需要层次理论主要观点及其评述。（掌握）

4、消费者有哪些具体的购买动机？（掌握）

5、什么是价值观？为什么营销者很重视它？（掌握）

6、举例说明应该如何激发消费者的消费动机？（应用）

7、举例说明消费文化的传播及其影响。（应用）

**第四章 态度与消费者行为**

**教学要点：**

1、消费者态度的形成与改变

2、消费者态度对消费行为的影响

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 消费者态度的形成与改变（2学时）

一、态度的一般知识

（一）态度的概念和构成（ABC态度构成） （二）态度的特征

（三）态度的功能

1、效用功能 2、价值表现功能 3、自我防御功能 4、认识功能

（四）态度的形成

态度是在一定社会环境中形成的。心理学家H.C.凯尔曼提出态度形成的三阶段说。

1、服从阶段 2、同化阶段 3、内化阶段

二、消费者态度形成的基本原理

（一）认知一致性原理 （二）自我知觉理论 （三）社会判断理论

（四）态度模型

1、 多属性态度模型 2、 费舍宾模型

三、消费者态度的改变：说服

（一）互惠 （二）缺乏 （三）权威

（四）一致性 （五）嗜好 （六）舆论

第二节 消费者态度对消费行为的影响（2学时）

一、影响消费者态度形成的因素

（一）消费者需要的满足程度 （二）消费者的知识和经验 （三）消费者的个体差异

（四）极端深刻的事例 （五）所属团体的影响

二、消费者态度对消费行为的影响

（一）促进消费者消费偏好的形成

1、进行全方位的宣传 2、有针对性地组织宣传内容

3、逐步提出要求，引导人们参与消费活动

（二）寻求更新消费信息传播新形式

1、博客 2、视频博客 3、播客 4、虚拟世界

5、维特 6、微件 7、跨界格式

（三）回应广告诉求

1、感性诉求与理性诉求 2、性诉求 3、幽默诉求

4、恐惧诉求 5、隐喻与共鸣

**考核要求：**

l、消费者态度基本概念：态度、ABC构成、消费偏好、广告诉求（识记）

2、态度的构成和功能分别是什么？（识记）

3、态度的形成过程分为哪几个阶段？（掌握）

4、促使消费者态度改变的因素有哪些？（掌握）

5、影响消费者态度形成的因素有哪些？（掌握）

6、为了说服消费者，营销者应该尝试唤醒恐惧吗？（应用）

7、为什么营销者使用隐喻来传递说服信息？请举例说明。（应用）

**第五章 决策与消费者行为**

**教学要点：**

1、消费者决策的过程和类型

2、消费者的非理性决策

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 消费者决策的过程和类型（2学时）

一、消费者决策的内容

二、消费者决策的过程

（一）需要识别 （二）信息搜索 （三）方案评估

（四）决策实施 （五）购后行为

三、消费者决策的类型

（一）扩展型问题解决：做出的决策与传统决策观点作为接近。

（二）有限型问题解决：更为简单和直接。

（三）习惯性决策：不需要多少努力或不经意就做出的决策。

第二节 消费者的非理性决策（2学时）

一、需要识别的非理性：我们真的需要吗？

二、信息搜索的非理性

（一）西西费斯效应 （二）多样化寻求与多样性健忘 （三）心理核算

三、方案评估的非理性

（一）知觉风险 （二）产品分类 （三）评估标准

（四）市场信念 （五）决策规则（补偿性、非补偿性）

小结讨论（2学时）

**考核要求：**

l、消费者决策基本概念：消费决策、西西费斯效应、多样性健忘、决策规则（识记）

2、消费者决策的内容包括哪些？（识记）

3、消费者决策的过程分为哪几个阶段？（掌握）

4、消费者决策的类型有哪些？（掌握）

5、消费者的非理性决策表现在哪些方面？（掌握）

6、举例说明惯性和品牌忠诚之间的区别。（应用）

7、补偿性决策规则与非补偿性决策规则之间有何区别？请举例说明。（应用）

**第六章 群体与消费者行为**

**教学要点：**

1、消费者群体特征

2、特定群体对消费行为的影响

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 消费者群体特征（2学时）

一、消费者群体的一般特征

（一）消费者群体形成的原因

1、消费者因其生理、心理特点的不同形成不同的消费者群体

2、不同消费者群体的形成还受一系列外部因素的影响

（二）消费者群体的类型

1、根据自然地理因素划分 2、根据人口统计因素划分

3、根据消费者心理因素划分 4、根据消费者对商品的现实反映划分

二、消费者群体对消费行为的影响

（一）规范性影响 （二）信息性影响 （三）价值表现上的影响

三、消费者群体中的意见领袖

（一）意见领袖的影响力

（二）意见领袖的类型

1、市场行家 2、代理消费者 3、网络领袖

（三）意见领袖的识别

1、自我指定法 2、社会测量法

第二节 特定群体对消费行为的影响（2学时）

一、家庭对消费行为的影响

（一）家庭生命周期与消费者行为

1、单身阶段 2、新婚阶段 3、满巢阶段 4、空巢阶段 5、解体阶段

（二）家庭消费角色与消费决策方式

1、家庭消费角色（发起者、影响者、决定者、购买者、使用者）

2、家庭消费决策方式（丈夫主导型、妻子主导型、共同协商型、自主型）

二、社会阶层对消费行为的影响

（一）社会阶层的划分

1、国外社会阶层划分 2、国内社会阶层划分

（二）同一阶层内消费者行为的相似性 （三）同一阶层内消费者行为的差异性

（四）不同阶层之间消费者行为的相似性 （五）不同阶层之间消费者行为的差异性

三、社会化媒体对消费者行为的影响

（一）社会化媒体和社区 （二）社交网络的特征

（三）社交网络对消费者行为的影响

**考核要求：**

l、消费者决策基本概念：消费者群体、意见领袖、社会阶层、社会化媒体（识记）

2、何为消费群体？消费群体是怎样形成的？（识记）

3、简述主要消费群体的消费特征。（了解）

4、消费群体中意见领袖的影响力和类型是什么？（识记）

5、消费群体对消费行为的影响表现在哪些方面？ （掌握）

6、家庭消费角色都有哪些？简述其对消费者行为的影响。（掌握）

7、举例说明现代社交网络对消费者行为的影响。（应用）

**第七章 文化与消费者行为**

**教学要点：**

1、文化内涵与文化系统

2、文化类型对消费行为的影响

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 文化概述（2学时）

一、文化与消费文化  
 （一）文化的内涵

文化是社会的个性，包括价值和道德等抽象的概念，还包括社会所生产和重视的是指物品和服务。文化就是组织或社会成员间共有的意义、仪式、规范和传统的集合。

（二）消费文化的作用

消费文化决定了消费者不同活动和产品的总体偏好，也决定了具体产品和服务的成败。

二、文化系统

（一）均衡系统 （二）社会结构

（三）意识形态 （四）其他（习俗、伦理、惯例等）

第二节 文化类型对消费行为的影响（2学时）

一、文化因素对消费行为的影响

（一）神圣消费与世俗消费 （二）高雅消费与大众消费 （三）流行消费与时尚消费

二、亚文化类型对消费行为的影响

（一）民族亚文化对消费行为的影响 （二）人种亚文化对消费行为的影响

（三）地理亚文化对消费行为的影响 （四）宗教亚文化对消费行为的影响

（五）职业亚文化对消费行为的影响 （六）节日亚文化对消费行为的影响

**考核要求：**

l、文化与消费者行为基本概念：文化、消费文化、大众消费、流行消费（识记）

2、文化系统包括哪些方面？（识记）

3、神圣与世俗消费有何区别？请举例说明（掌握）

4、流行、时尚和经典有何本质差别？请举例说明（掌握）

5、民族亚文化如何影响我国消费者行为？请举例论证。（应用）

6、节日亚文化如何影响我国消费者行为？请举例论证。（应用）

**第八章 营销与消费者行为**

**教学要点：**

1、价格对消费者行为的影响

2、服务对消费者行为的影响

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 价格对消费者行为的影响（2学时）

一、价格的功能

（一）识别功能 （二）自我意识比拟功能 （三）需求调节功能

二、价格变动对消费者的影响

（一）消费者对价格变动的直观反应

1、消费者对原产品降价调整的反应 2、消费者对原产品提价调整的反应

（二）消费者对价格变动的理性反应

三、常用的定价策略

（一）撇脂定价策略 （二）渗透定价策略 （三）声望定价策略

（四）零头定价策略 （五）整数定价策略 （六）习惯定价策略

（七）招徕定价策略 （八）折价定价策略 （九）折扣定价策略

（十）分级定价策略

第二节 服务对消费者行为的影响（2学时）

一、营销服务的概念与特点

（一） 营销服务的概念

营销服务是指各类企业为支持其核心产品所提供的服务。企业营销服务是由售前、售中、售后服务构成的体系。营销服务在功能营销的基础上，通过加强“服务”这一手段来达到扩大销售的目的。

（二） 营销服务的特点

二、营销服务三阶段对消费者行为的影响

（一）售前服务对消费者行为的影响 （二）售中服务对消费者行为的影响

（三）售后服务对消费者行为的影响

三、营销人员影响力的表现

（一）营销人员是信息的沟通者 （二）营销人员是商品的推介者

（三）营销人员是选购的指导者 （四）营销人员是感情的融通者

四、营销人员的接待步骤与服务方法

（一）观察分析进店的各类消费者，并判断其购买意图

（二）根据消费者的购买目标，展示介绍商品（三）启发消费者的兴趣与联想，刺激其购买

（四）诱导说服 （五）促进消费者的购买，结束交易行为

总结讨论（2学时）

**考核要求：**

1、营销与消费者行为基本概念：价格、自我意识比拟、撇脂定价策略、营销服务（识记）

2、常用的商品定价策略有哪些？（识记）

3、简述价格变动对消费者行为所产生的影响。（掌握）

4、营销人员如何充分发挥促成消费行为的影响作用？（掌握）

5、售前、售中、售后的服务对消费者行为的影响都有哪些？分别举例说明（应用）

6、简述营销人员的接待步骤和服务方法，请举例说明。（应用）

**三、参考书目**

1、[美]迈克尔·所罗门（Michael R. Solomon）、卢泰宏、杨晓燕，《消费者行为学》（中国版），中国人民大学出版社，2014年第10版。

2、Michael R. Solomon. Consumer Behavior，2017年第10版。

3、Consumer Behavior. Leon G. Schiffman. 2017年第10版。

4、卢泰宏、周懿瑾主编，《消费者行为学：中国消费者透视》，中国人民大学出版社，2015年第2版。

5、李志飞主编，《旅游消费者行为》，华中科技大学出版社，2017年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件，教学视频。

大部分课程内容在多媒体教室讲授，使用课件或视频进行演示，增加直观性和生动性。建议通过一定时间的实践教学收集典型营销案例，进行行为学视角下的课堂讨论与总结。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

中国文化概论

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程为学院平台必修课程，是旅游管理专业的重要理论课程之一，是研究旅游管理专业的重要导引性和工具性课程。设置本课程的任务，是为了使学生在了解民族文化的悠久历史和辉煌成就的基础上，把握风貌和本质特点，对其进行历史的分析和科学的评判，从而为更新学生的思维方式、价值体系和心理素质，建构具有现代意义的新的思想文化体系，提供养料和借鉴。

**（二）教学目的**

通过对中国传统文化基本发展脉络的分析和对中国传统文化主要内容的概括介绍，使学生受到良好的传统文化的熏陶，提高学生的理论素养和知识涵养，泓扬民族文化，加强爱国主义教育和国情教育，培养学生的民族自豪感。使学生既可以从宏观方面着眼，研究较深层次的思想观念文化及其与社会历史发展的关系与人格塑造之间的关系，也可以从微观方面入手，研究比较具体的部门文化、专业文化及其与人类精神生活、人们情趣之间的关系。同时，培养学生的理论分析能力，研究能力，理论联系实际的能力。通过对中国主体传统文化深刻内涵的评析，烘托出传统文化现代化和中国文化世界化这一时代课题，并能更好地为发展文化产业服务。

**（三）教学内容**

本课程系统而有重点的介绍中国传统文化，融中国文化的生成与传统文化的主要成就介绍及中国文化的基本精神等理论探讨为一体，以中国传统文化的形成、发展、理论化、主体多元格局的形成、融合与演变、冲突与反省、转型与重构为大线索展开论述。对中国文化的结构、特征、现代价值、各时期主要的文化成就和文化特征、当代文化思潮等问题特别给予重点讲述。本课程教学内容共分18章，主要包括三部分内容，第一部分介绍中国文化的历史地理环境、经济基础、社会政治结构和中国文化的发展历程；第二部分介绍中国语言文字、古代科学技术、教育、文学、艺术、史学、伦理道德、宗教、哲学等文化领域的主要成就和特征；第三部分从理论的角度分析探讨中国文化的类型和特点、中国文化的基本精神、中国文化的价值系统、中国传统文化的近代转变、社会主义新文化。

**（四）教学时数**

1、时数：3课时/周，总计：54课时

2、进度：

《中国文化概论》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章 次 | 内 容 | 总学时 | 课堂教学 | 讨论（实践）课 |
|  | 绪论 | 2 | 2 |  |
| 一 | 中国文化的历史地理环境 | 2 | 1 | 1 |
| 二 | 中国文化植根的经济基础 | 2 | 1 | 1 |
| 三 | 中国文化依赖的社会政治结构 | 2 | 1 | 1 |
| 四 | 中国传统文化的发展历程 | 10 | 8 | 2 |
| 五 | 多民族文化融合与中外文化交汇 | 2 | 1 | 1 |
| 六 | 中国语言文字 | 2 | 2 |  |
| 七 | 中国古代科学技术 | 2 | 1 | 1 |
| 八 | 中国古代教育 | 2 | 1 | 1 |
| 九 | 中国古代文学 | 4 | 2 | 2 |
| 十 | 中国古代艺术 | 4 | 3 | 1 |
| 十一 | 中国古代史学 | 2 | 2 |  |
| 十二 | 中国传统伦理道德 | 2 | 2 |  |
| 十三 | 中国古代宗教 | 4 | 3 | 1 |
| 十四 | 中国古代哲学 | 2 | 2 |  |
| 十五 | 中国文化的类型和特点 | 4 | 2 | 2 |
| 十六 | 中国文化的基本精神 | 4 | 2 | 2 |
| 十七 | 中国传统文化的价值系统 | 2 | 2 |  |
| 十八 | 中国传统文化向近代的转变 |  |  |  |
| 合计 | 十九章 | 54 | 38 | 16 |

**（五）教学方式**

主要以“研究型学习”课程教学法为主，采用教授、讨论、讲座等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上经常交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

期末小研究论文（20%）、闭卷考试（40%）与平时成绩（含讨论、作业等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占50%。题型一般包括：单项选择题、多项选择题、名词解释题、辨析题、简答题、论述题。

**二、本文**

**绪 论**

**教学要点：**

1、中国及文化的概念

2、学习中国文化的目的和意义

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、“文化”界说

1、中国古典文献关于“文化”的解释；

2、西方各民族语文系统中“文化”的含义；

二、广义文化与狭义文化

三、中国文化与中国传统文化

四、学习中国文化概论的目的、意义和方法

**考核要求：**

1、识记 广义的文化、狭义的文化、文化的结构。

2、了解 中外经典著作对“文化”一词的界定，促进学生对“文化”概念的深入理解；“中华民族”的内在含义以及中华民族创造中国文化的主体地位；物态文化层、制度文化层、行为文化层等文化的基本结构。

3、 运用 在本部分课程中学生应明晰学习中国文化的目的和意义，将理论知识与日常学习相结合，以便在今后的中国文化学习中应采取正确的方法学习？

**上 编**

**第一章 中国文化的历史地理环境**

**教学要点：**

1、中国历史地理环境的基本特征

2、地理环境对中国文化的作用与影响

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 中国历史地理环境的基本特征

一、疆域、政区

1、夏——商、周——秦——汉——唐——元——清——今天，中国疆域的演变；

2、历代王朝的政区管辖方式

3、分封制——郡县制——行省制

二、民族、人口

1、历史上中国境内民族的演变；

2、中国的历史是由各民族共同缔造的，中国的领土也是各民族共同开拓和巩固的；

3、汉代人口——宋代人口——清代人口；

三、地形、地貌

三大阶梯：青藏高原——大兴安岭、太行山、伏牛山、雪峰山一线——由此往东

四、气候

季风气候明显、大陆性气候强、气候类型多种多样

第二节 地理环境对中国文化的作用与影响

一、地理环境对人类和人类社会的影响

二、地理环境对中国文化形成和延续的影响

三、地理环境对中国文化多样性的影响

四、地理环境对开放与封闭的影响

**考核要求：**

1、了解 使学生了解中国历史上民族及人口的演变，历代王朝疆域和政区的演变等基础知识；重点让学生明晰中国历史上民族及人口的变迁情况，地理环境对中国文化的形成和发展产生的作用和影响。

2、掌握 使学生掌握中国地理环境的主要特征等相关知识，联系地理环境对中国文化的影响，促进学生理解地理环境对中国文化多样性的影响及地理环境对开放与封闭的影响；安排学生通过自身感受描述各地的自然气候特征和地形特征，使学生掌握中国自然地理的基本特征及相匹配的气候环境。

**第二章 中国文化植根的经济基础**

**教学要点：**

1、中国传统自然经济的发展阶段和形态

2、中国传统自然经济的基本特征及其对文化发展的影响

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 农耕自然经济是中国古代社会经济的主体

一、农耕文明的发祥地及其重心南移

二、农耕民族与游牧民族的长期对垒与融合

融合、迁徙、聚合、战争、和亲、互市

三、农耕自然经济体制下的多元经济成分

1、内敛型的海洋贸易；

2、商品经济的波浪式前进；

3、农而食之，虞而出之，工而成之，商而通之。——《史记·货殖列传》

四、中国传统社会所达到的经济发展水平

第二节 中国资本主义生产方式南移产生的原因

一、社会经济既早熟而又不成熟

二、稳定与战乱、人口的增长与生产发展的周期性失调

三、上层建筑对社会经济发展的钳制和束缚

第三节 中国传统自然经济的基本特点及其对文化发展的影响

一、农耕经济的持续性与中国文化的延续力

二、农耕经济的多元结构与中国文化的包容性

三、农耕经济的早熟与中国文化的凝重性

**考核要求：**

1、识记 中国传统自然经济的基本特点、诸子竞秀，百家争鸣等概念。

2、了解 中国农耕民族与游牧民族的长期对垒及两者融合的过程；中国历史上农耕文明重心南移的起因、经过级影响；在重点记忆“中国传统自然经济的基本特点”的基础上分析其对文化发展的影响。

3、运用 联系实记知识要点分析中国古代社会资本主义生产方式难以产生的原因；结合中国农耕自然经济体制下的多元化经济成分及其发展状况，分析其对中国文化的发展产生的深远影响。

**第三章 中国文化依赖的社会政治结构**

**教学要点：**

1、宗法制度的产生与确立

2、宗法制度影响下的中国传统生活结构的特征

3、专制制度与中国社会政治结构

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

中国古代的社会政治结构至少有以下特点：以血缘关系为纽带的宗法制度完备而系统；专制主义严密。“家国同构”的社会政治结构深刻影响着中国文化，包括占主导地位的意识形态、史学、文献、艺术、民风民俗，甚至科学技术等。

第一节 宗法制度的产生与确立

一、宗法制度的产生

二、宗法制度的确立

嫡长子继承制 封邦建国制 宗庙祭祀制度

第二节 宗法制度影响下的中国传统社会结构的特征

一、家天下的延续

二、封国制度不断 家族制度长盛不衰

三、家国同构

第三节 专制制度与中国社会政治结构

一、中国君主专制制度的特点

1、 以武力为先导，控制宗教势力，专制时间漫长

2、 经济基础稳固

3、 君主专制中央集权走向极端

4.对人身控制严密

二、农耕经济的多元结构与中国文化的包容性

1、 诸子竞秀，百家争鸣

2、 不同区域文化的格局

3、“胡音胡骑与胡妆，五十年来竞纷泊”

4、儒释道会通交融，“师夷长技以制夷”

三、传统社会政治结构对中国文化的影响

**考核要求：**

1、识记 宗法制度、君主专制制度及两项制度的主要特点。

2、了解 传统社会政治结构对中国文化的影响；何谓“家国同构”和这种社会政治结构对中国文化的深刻影响。

3、掌握 通过实记知识点掌握中国宗法制度的产生和确立过程，该制度影响下中国社会结构呈现出的特征；中国君主专制制度的主要特点有哪些；传统社会政治结构对中国文化产生的影响。

**第四章 中国传统文化的发展历程**

**教学要点：**

1、中国文化的发展脉络

2、不同时期中国文化的主要特征

3、各个时期中国文化的主要成就

**教学时数：**

10学时

**教学内容：**

第一节 上古：中国文化的发生

一、中国人的起源

二、原始物质文化

三、原始观念文化

四、原始社会组织

五、上古文化分布

第二节 殷商西周：从神本走向人本

一、殷商神本文化

商人尊神重巫，体现出强烈的神本文化的特色。

二、周人的文化维新

宗法制度 制礼作乐 德治主义 民本主义 忧患意识 天人合一

第三节 春秋战国：中国文化的“轴心时代”

一、春秋张国的文化背景

二、百家兴起及其学派特征

三、华夏族的最终形成

第四节 秦汉：一统帝国与文化一统

一、宏阔的文化精神

二、文化统一与思想统一

书同文、车同轨、度同制、行同伦、地同域

三、儒学独尊与经学的兴起

“罢黜百家，独尊儒术” “五经博士” “以经取士”

第五节 魏晋南北朝：文化多元化走向

一、玄学兴起

二、道教创制与佛教传入

三、玄、儒、佛、道的冲突与调适

第六节 隋唐：隆盛时代

一、有容乃大的文化气派

二、风采辉煌的艺术成就

诗歌、书法、绘画、散文

第七节 两宋：内省、精致趋向与市井文化勃兴

一、理学建构

理学是中国后期封建社会最为精致、最为完备的理论体系，其影响至深至巨。

二、精致细腻的士大夫文化

三、市井文化之勃兴

市民阶层的崛起、歌舞小戏、勾栏瓦舍

四、教育和科技成就

第八节 辽夏金元：多元文化的冲突与融会

一、游牧文化与农耕文化冲突的双重效应

契丹、党项、羌、女真以及后来的蒙古势力对宋王朝的长期包围与轮番撞击，产生了双重文化效应。一方面，宋朝因被动挨打而产生的忧患，渗透于宋文化的各个层面，另一方面，契丹、党项、羌、女真等游牧民族从汉文化中吸收到丰富营养。

二、元杂居及其文化意义

三、规模盛大的中外文化交流

第九节 明清：沉暮与开新

一、空前严厉的文化专制

二、早起启蒙思想

黄宗羲、顾炎武、王夫之

三、古典文化的大总结

四、西学东渐及其中断

**考核要求：**

1、识记 文化“轴心时代”及期间产生的重要学派和思想、中国文化发展的基本脉络。

2、掌握 各个历史时期中国文化的主要特色和主要文化成就；明末清初的西学东渐中重要的历史人物，整理他们对传播中西方文化作出的贡献；宗教信仰崇拜在远古文化中发挥的作用；宋代市民文化勃兴的原因；分析理学能成为中国封建社会中后期主要的思想理论的原因。

**第五章 多民族文化融合与中外文化交汇**

**教学要点：**

1、中国各民族文化的交流融合

2、中外文化交汇

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 中国各民族文化的交流融合

一、中原农耕文化与北方游牧文化的交融

农耕与游牧两种经济类型的交互关系，冲突、战争只是一个侧面，另一个侧面是文化互补、民族融合。

二、中原农耕文化与南方山地游耕文化的交融

三、少数民族的文化贡献

经济生活 衣着服饰 日常起居 音乐舞蹈 文学 史学 科技

第二节 中国文化与外域文化的交汇

**考核要求：**

1、了解 中国各民族文化交融的主要特点；中西文化交汇的过程和中亚游牧文化、波斯文化、印度佛教文化、阿拉伯文化、欧洲文化对中华文化的形成和壮大的作用。

2、运用 通过本章内容的学习分析中国文化对世界文化的发展做出的贡献。

**中 编**

**第六章 中国语言文字**

**教学要点：**

1、汉语汉字的历史和特点

2、汉语汉字的文化功能

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 汉语的历史与特点

一、汉语的历史

汉语是世界上最具有悠久历史又最富于稳固性的语言之一

二、汉语的特点及其在世界语言中的地位

第二节 汉字的历史与特点

一、汉字的历史

二、汉字的特点及其在世界文字中的地位

第三节 汉语汉字的文化功能

一、汉语汉字和中国文化的关系

二、汉语汉字所承载的文化信息

三、汉语汉字与文化交流和传播

**考核要求：**

1、识记 汉语汉字的特点。

2、了解 汉语汉字所承载的文化信息；汉语汉字在世界文化中的地位。

3、运用 结合本章内容及汉语汉字在世界文化中的地位分析其在中国文化发展过程中的贡献。

**第七章 中国古代科学技术**

**教学要点：**

1、中国古代科技的伟大成就

2、中国近代科技发展迟缓的原因

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 中国古代科技的伟大成就

一、天文

天象记录 天体测量 历法

二、数学

十进位值制 《九章算术》与魏晋南北朝算学 宋元算学

三、医学

中医学 中药学

第二节 中国古代科技的特点和近代落后的原因

一、中国古代科技的特点

实用性 整体观

二、中国近代科技发展迟缓的原因

1、传统科技思维的局限

2、重政轻技、重道轻器等传统观念的束缚

3、封建制度的扼制

**考核要求：**

1、识记 《九章算术》、 宋元算学、四大发明。

2、了解 近几百年中国科技发展迟缓的主要原因。

3、掌握 中国古代科技的特点；中国古代科技在天文、数学、医学等各个方面的伟大成就及杰出科学家。

**第八章 中国古代教育**

**教学要点：**

1、中国古代教育的历史沿革

2、中国古代教育思想

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 中国古代文化是靠教育传递下来的

一、中国古代十分重视教育

二、中国古代教育思想的特色

1、综合观，即大教育观

2、辩证观，即对立统一观

3、内在观，即强调启发主体的内在道德功能和自觉性

第二节 中国古代的教学思想

因材施教 启发诱导 温故知新 学思并重 循序渐进 由博返约 长善救失 教学相长 言传声教 **考核要求：**

1、识记 因材施教、由博返约、长善救失等教育理念的提出及应用。

2、了解 中国古代重视教育的传统对中国文化的传承和发展的重要作用。

3、掌握 中国古代优秀教育学家的教学思想，分析教育思想特点。

4、运用 通过本章学习整理中国古代教育思想特色，进一步得出继承其积极因素和发挥其现代价值的方法；深入发掘中国古代教育思想对当今教学思想的启发。

**第九章 中国古代文学**

**教学要点：**

1、中国古代文学的辉煌成就

2、中国古代文学的文化特征

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 中国古代文学的辉煌成就

《诗经》与《楚辞》 先秦散文与汉赋 唐诗宋词 元杂剧与明清小说

第二节 中国古代文学的文化特征

一、关注现实的理性精神

二、文以载道的狡猾传统

三、写意手法与中和之美

**考核要求：**

1、识记 中国古代文学的文化特征。

2、了解 中国古代著名的文学作品。

3、掌握 中国古代文学的辉煌成就表现、著名的作家和代表性作品。

4、运用 通过本章内容结合实际分析中国古代文学在哪些方面体现了中国传统文化的基本精神。

**第十章 中国古代艺术**

**教学要点：**

1、中国古代艺术各个门类的成就

2、中国古代艺术的整体风貌

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 辉煌的远古艺术

一、原始彩陶

中国彩陶有两个特点：一是彩陶图案从具象到抽象的过程与中国文化观念的演进同步；二是彩陶图案的结构特点与中国美学的基本法则相合

二、青铜纹饰

青铜纹饰有两个明显的现象：一是饕餮纹；二是人兽共生

第二节 中国古代艺术各个门类的风采与成就

一、建筑

宫殿 陵墓 寺庙 园林

二、雕塑

陵墓集群 宗教集群 建筑装饰

三、书法

晋人尚韵 唐人尚法 宋人尚意 明人尚态

四、绘画

宫廷绘画 文人绘画 宗教绘画 市民绘画 民间绘画

五、音乐

仪式音乐 宫廷舞乐 声乐 独奏器乐 民乐

六、戏曲

第三节 中国古代艺术的整体风貌

一、中国古代艺术的内在精神

二、中国古代艺术的基本类型

三、中国古代艺术的最高境界

**考核要求：**

1、识记 气韵生动等艺术表现手法。

2、了解 中国艺术中的虚实相生等表现手法；中国彩陶的主要艺术特色；青铜纹饰的主要艺术价值；中国戏曲的基本知识，分析戏曲是中国古代各类艺术综合的原因。

3、掌握 中国古代艺术的整体风貌、艺术精神；中国古代艺术各个门类的主要成就和特色。

**第十一章 中国古代史学**

**教学要点：**

1、中国古代史学的主要成就

2、中国古代史学的优良传统

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 中国古代史学的巨大成就

一、丰富的内容 多样的形式

二、贯通古今的编年史

三、列朝相承的纪传史

四、典章制度的渊海

五、纪事本末与史评

第二节 中国古代史学的优良传统

学兼天人 汇通古今 以古为镜 经世致用 求实直书 书法不隐 德识为先 才学并茂

**考核要求：**

1、掌握 中国古代史学的主要成就；中国古代史学的优良传统；中国古代著名的史学家和史学著作。

2、运用 结合中国古代史学有优良传统的学习，分析这些传统对当今中国史学发展的借鉴意义；结合中国古代史学的优良传统，试述中国古代史学在史家修养论上的理论贡献。

**第十二章 中国传统伦理道德**

**教学要点：**

1、中华民族的传统美德

2、中国伦理思想的基本原理

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 中华民族的传统美德

一、传统道德规范与传统美德

二、中华民族十大传统美德

仁爱孝悌 谦和好礼 诚信知报 精忠报国 克己奉公 修己慎独 见利思义 勤俭廉正 笃实宽厚 勇毅力行

三、传统美德与典范道德人格

第二节中国伦理思想的基本原理及其历史发展

一、中国伦理思想发展的三个阶段

先秦——中国伦理道精神孕育展开阶段

汉唐——中国伦理思想的抽象发展和大一统、封建化阶段

宋元明清——中国伦理思想辩证综合阶段

二、中国伦理学的结构和基本原理

**考核要求：**

1、了解 中国传统伦理道德在中国传统文化中的核心地位。

2、掌握 中国伦理思想的发展演变过程，熟记中国传统美德；中国伦理学的结构和基本原理。

3、运用 结合本章内容，分别讨论传统美德对中华民族的发展的历史意义；思考传统美德在21世纪的合理道德价值。

**第十三章 中国古代宗教**

**教学要点：**

1、中国远古宗教

2、道教与中国文化

3、佛教的中国化与中国化佛教

4、三教圆融

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 中国古代宗教是中国文化的重要组成部分

一、宗教也是一种文化现象

二、中国远古宗教

第二节 道教与中国古代文化

一、道教的创立及其历史发展

二、道教是信仰特征和基本教义

三、道教对中国古代文化的影响

道教与古代科技 道教与中医中药 道教与古代文学 道教与古代民俗

第三节 佛教的中国化与中国化佛教

一、佛教的基本教义与佛法之东传

二、佛教的中国化及其在中国的发展

三、中国化佛教是中国文化的组成部分

第四节 三教圆融

一、儒家学说的入世精神

二、传统儒学具有浓厚的宗教色彩

三、宋明理学具有准宗教的性格

**考核要求：**

1、了解 三大世界教派的主要教义及在中国的传播情况；宗教在中国古代文化的重要地位。

2、掌握 道教对中国文化的各个方面的影响及经典案例。

3、运用 通过对各个宗教相关知识的了解解释“三教圆融”，分析佛教与儒家思想相互影响、相互交融的途径。

**第十四章 中国古代哲学**

**教学要点：**

1、中国哲学的思想资源和思想传统

2、中国哲学的宇宙观念和人生境界

3、中国传统思维方式和行为方式

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 中国哲学的思想资源和思想传统

第二节 中国哲学的宇宙观念和人生境界

一、创化的宇宙 创造的人生

二、天人之际 性命之原

三、人生境界

自然境界 功利境界 道德境界 天地境界

第三节 中国传统思维方式和行为方式

一、逻辑分析 辩证综合

二、直觉体悟

三、知行动态统合

**考核要求：**

1、识记 中国哲学的思想基础和传统。

2、了解 中国传统思维方式和行为方式的特点。

3、掌握 原始儒家的精神、原始道家的智慧等中国哲学的思想资源和思想传统。

4、运用 结合当下生活规律分析中国哲学关于创造变化、与时俱进的观念；结合本章内容明晰中国哲学思维方式的特长与缺失。

**下 编**

**第十五章 中国文化的类型和特点**

**教学要点：**

1、中国文化的类型

2、中国文化的特点

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 中国文化的伦理类型

作为社会心理状况的理论升华，伦理道德学说当仁不让地称为中国学术的首要重心，影响之大，导致道德论与本体论、认识论、知识论互摄互涵，畛域不清。

第二节 中国文化的特点

一、强大的生命力和凝聚力

二、重实际求稳定的农业文化心态

三、以家族为本位的宗法集体主义文化

四、尊君重民相反相成的政治文化

五、摆脱神学独断的生活信念

六、重人伦轻自然的学术倾向

**考核要求：**

1、识记 中国文化的类型，中国文化的主要特点。

2、了解 中国文化是伦理型文化的原因。

3、掌握 中国文化的特点产生的原因。

4、运用 通过学习本章中国文化的各种特点，反思中国文化对中国现代生活的影响。

**第十六章 中国文化的基本精神**

**教学要点：**

1、中国文化基本精神的内涵

2、中国文化基本精神的功能

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 中国文化基本精神的主体内容

天人合一 以人为本 贵和尚中 刚健有为

第二节 中国文化基本精神的功能

一、民族凝聚功能

二、精神激励功能

三、整合创新功能

**考核要求：**

1、了解 中国文化形成的各类背景，地理环境对中国文化的影响。

2、掌握 中国文化的基本精神内容及中国文化精神的主要功能。

3、运用 在了解中国传统民本思想的基础上研究其和现代民主思想的关系如何，对其进行现代评价；结合实际研究中国当代文化的基本精神构建。

**第十七章 中国文化的价值系统**

**教学要点：**

中国传统文化的价值取向

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 天人关系上的不同价值取向

一、人文取向与人道原则

二、“无以人灭天”

三、 力命之辩与人的自由

第二节 群己关系的定位

一、“修己以安人”

二、对个体生命与个性自由的关注

三、群体原则的强化

第三节 义利与理欲 价值观的深层展开

一、“义以为上”的道义原则

二、功利的取向

三、理欲之辩的价值意蕴

**考核要求：**

1、识记 中国传统各学派的核心思想、重要人物及代表作品。

2、了解 天人之辩等当时主导观念的价值观内涵。

3、掌握 中国文化的价值取向。

4、运用 通过本章学习分析传统价值系统的何现代指导意义。

**第十八章 中国传统文化向近代的转变**

**教学要点：**

1、中国传统文化的危机

2、中国传统文化近代化的动因

3、中国传统文化近代化

**教学时数：**

**教学内容：**

第一节 中国传统文化的危机

一、民族危机与文化危机

二、从“开眼看世界”到“师夷长技”

第二节 中国文化从传统走向近代的动因

一、西方文化的冲击

二、传统文化的内在活力因素

第三节 中国近代文化发展的正确方向

一、“中体西用”论 “本位文化”论 “全盘西化”论

二、民族的科学的大众的文化

**考核要求：**

1、掌握 通过了解中国文化近代化的动因，掌握中国传统文化的正确发展方向。

2、运用 通过本章学习，在把握传统文化的正确发展方向同时分析“中体西用”论的积极作用和消极影响，从而为文化发展研究奠定基础。

**三、参考书目**

本课程参考教材：张岱年，方克力主编，《中国文化概论》，北京师范大学出版社，2004年。

1、赵吉惠，《中国传统文化导论》，陕西人民教育出版社，1994年。

2、赵吉惠等，《中国儒学史》，中州古籍出版社，1991年。

3、杨伯峻，《论语释注》，中华书局，1958年。

4、杨伯峻，《孟子释注》，中华书局，1962年。

5、朱熹，《四书集注》，中华书局，1984年。

6、任绩愈，《中国佛教史》，中国社会科学出版社，1981年。

7、沈福伟，《中西文化交流史》，上海人民出版社，1985年。

8、成中英，《中国文化的现代化与世界化》，中国和平出版社，1988年。

9、景海峰，《当代新儒家》，三联书店，1989年。

10、罗义俊，《评新儒家》，上海人民出版社，1989年。

11、蔡宗德，《中国历史文化》，旅游教育出版社，2002年。

12、李信，《中西文化比较概论》，航空工业出版社，2002年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。建议大部分内容的课程在多媒体教室上，用课件进行讲授，增加直观性和生动性。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

服务运营管理

**一、说明**

**（一）课程性质**

《服务运营管理》是学院平台必修课，在此之前学生已经学习了《旅游学概论》、《管理学原理》、《微观经济学》和《消费者行为学》等基础课程，通过课程学习，充分理解服务经济时代的文化旅游业，认知服务活动中经济价值的创造规律，理解服务业对社会经济的贡献，作为服务业中重要的组成部分，如何通过提供与文化旅游相关的“食住行游购娱”服务运营管理，实现全面满足服务需求的使命。

**（二）教学目的**

课程以“面向行业，紧扣实践”为原则，采用当今主流的服务运营管理理论分析文化旅游服务管理实例，力求理论精当、简明扼要、深入浅出，强调实用性和操作性相结合，通过教学在系统引入国际通行的服务运营管理理论的基础上，充分结合文化旅游业服务运营管理实际，向学生介绍文化旅游服务运营管理及服务产品设计的系列核心概念、基本原理和实践应用，广泛借鉴国内外相关服务业的先进经验，开阔学生视野，帮助学生有效理解并掌握服务运营管理的精髓。

**（三）教学内容**

采用教材：华中科技大学出版社2016年出版《服务运营管理》。主要包括：服务经济时代的旅游业、旅游服务产品与服务质量概述、旅游服务期望与顾客感知、旅游服务质量与顾客满意度管理、旅游服务中的顾客忠诚管理、旅游服务中的失误与服务补救、服务运营与服务体系设计、服务需求与服务供给能力管理、现代旅游服务的精益化管理、旅游企业服务营销与关系营销、旅游企业竞争策略与服务创新和现代旅游服务管理中的信息技术等十二个方面的内容。

**（四）教学时数**

1、时数：2课时/周；总计：36课时

2、进度

《服务运营管理》课程教学进度表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **章次** | **内容** | **学时** | **备注** |
| 一 | 服务经济时代的旅游业 | 2 |  |
| 二 | 旅游服务产品与服务质量概述 | 4 |  |
| 三 | 旅游服务期望与顾客感知 | 2 |  |
| 四 | 旅游服务质量与顾客满意度管理 | 2 |  |
| 五 | 旅游服务中的顾客忠诚管理 | 2 |  |
|  | **案例分析一“百年锦江，永恒感动”** |  |  |
| 六 | 旅游服务中的失误与服务补救 | 4 |  |
| 七 | 服务运营与服务体系设计 | 2 |  |
| 八 | 服务需求与服务供给能力管理 | 2 |  |
| 九 | 现代旅游服务的精益化管理 | 4 |  |
| 十 | 旅游企业服务营销与关系营销 | 2 |  |
|  | **案例分析二“星巴克，无形资产的强大竞争力”** |  |  |
| 十一 | 旅游企业竞争策略与服务创新 | 2 |  |
| 十二 | 现代旅游服务管理中的信息技术 | 2 |  |
|  | 机动 | 2 |  |

**（五）教学方式**

以课堂讲授为主，辅以实地调研、小组讨论、案例分析等。

**（六）考核方式**

考核：结合所学内容，以小组为单位，在教师配合下完成案例分析，制作PPT并在课堂向大家宣讲，接受询问并答疑以巩固所学知识，根据学生表现打分。学生的最终成绩（满分为100分）视平时成绩和期末考试成绩而定，平时成绩（出勤、课堂讨论、书面作业等）占30%，期末考试成绩占70%。

**二、本文**

**第一章 服务经济时代的旅游业**

**教学要点：**

随着经济全球化的深入发展，服务业逐渐成为世界经济中占主导地位的经济部门，世界经济已开始进入“服务经济”时代。通过本章学习，帮助学生理解服务经济的概念和特点，认知旅游服务的概念和服务系统，为后续《服务运营管理》的教学奠定基础。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、服务经济的概念内涵

1、服务经济的形

2、服务经济的含义

3、“经济服务化”的概念

4、服务经济的发展

二、服务经济的特点

1、服务经济活动引领全球经济发展，成为财富主要创造者

2、服务业持续推动社会就业、就业人数大幅增加

3、服务贸易在国际贸易中地位急速上升

4、服务业与第一、第二产业融合日益紧密

5、服务业内部结构升级转型明显

三、休闲体验的概念

四、旅游服务的概念

1、旅游服务的对象是旅游者

2、旅游服务与旅游产品不可分离

3、旅游服务内容涵盖极其广泛

五、旅游服务系统

1、客源地服务系统

2、出行服务系统

3、目的地旅游服务系统

4、旅游支持服务系统

**考核要求：**

1、知识目标：理解并掌握服务经济的概念及其重要特征，了解服务经济时代下的旅游业发展状况，认识休闲体验与旅游服务在现代服务业中的重要性。

2、能力目标：厘清服务经济与旅游业发展之间的逻辑关系，在现实中遵循服务经济的特点和发展规律，用服务经济的角度去审视生活中接触的服务活动。

**第二章 旅游服务产品与服务质量概述**

**教学要点：**

随着服务业和第一、第二产业的高度融合，服务充斥着我们的生活，哪些行为属于服务？应该如何区分服务与服务产品，两者又有何种联系？是学习《服务运营管理》首先要明确的概念。了解旅游服务所提供的食宿、观光等服务产品的概念、内涵与特点。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

一、服务与服务产品

1、服务的概念

2、服务的特征

3、服务的分类

二、旅游服务特征

1、旅游服务一般属性

2、旅游服务特殊属性

三、旅游服务质量构成

1、旅游服务质量概念

2、旅游服务质量特性

3、服务质量影响要素

4、旅游服务质量测定

**考核要求：**

1、知识目标：了解什么是服务，什么是服务产品，以及两者之间的逻辑关系；掌握服务的特征和服务的分类，并对旅游服务有一定认识，弄清旅游服务的特征。

2、能力目标：学习区别现实生活中服务与有形产品，在自身旅游过程中找出哪些属于旅游服务，挖掘旅游服务的产生和发展带来的现实意义。

**第三章 旅游服务期望与顾客感知。**

**教学要点：**

顾客感知是顾客与服务系统之间互动过程中的“真实瞬间”，是影响顾客服务感知的直接来源，顾客感知又以服务接触能力为基础。相比“服务结果”，“服务过程”的接触更能影响顾客满意或质量感知。服务者往往会设法提高服务的功能性品质，提升顾客接触的良好印象，从而改善顾客的服务感知。顾客对于服务的感受，是在与服务提供者接触的瞬间形成的。针对服务接触过程的服务质量进行监控、测评和改进，已经成为各类服务运作和质量管理的重点与难点。通过面对面服务品质层次、分类以及服务者特点的5S原则去分析顾客感知的含义、内容和层次利用服务消费的特点进行服务消费过程分析，明确只有对顾客进行深刻全面的了解，以顾客为导向的，比竞争者更有效地满足顾客需要和期望，才能成为成功的旅游服务组织。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、旅游者的服务期望

1、服务消费

2、角色期望

3、改进服务经历，优化顾客感知

4、服务接触与顾客感知

二、面对面服务

1、服务者5S原则

2、顾客感知

**考核要求：**

1、知识目标：理解并掌握旅游服务经历、旅游服务感知等核心概念，了解旅游者的服务期望及其成因，学习如何改进服务经历，优化顾客感知。

2、能力目标：学习寻找经历、期望与感知的联系，由旅游服务经历发现旅游顾客期望，同时根据旅游顾客期望优化旅游顾客感知。

**第四章 旅游服务质量与顾客满意度管理**

**教学要点：**

旅游企业要想在高度自由竞争的市场中取得优势，保证服务质量，提供顾客满意的服务是竞争的焦点和核心问题，面对日趋成熟的消费者，只有建立以顾客为导向的全面服务质量管理策略，注重通过优质的服务质量来提升顾客的满意度，向顾客提供最佳的服务，才能最大程度地满足旅游消费者不断变化的需求。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、顾客满意度

1、顾客的服务期望

2、顾客满意与满意度

3、顾客满意度测评

4、顾客满意度提升途径

二、旅游服务全面质量管理

1、服务质量五大差距模型

2、服务质量管理的三种模式

3、企业提高服务质量的意义

**考核要求：**

1、知识目标：理解并掌握旅游服务质量的内涵、特性和基本要求，了解影响顾客评估服务质量的范围要素，学习旅游服务质量控制方法。

2、能力目标：在结合本章知识点的基础上，通过对案例的分析与讨论，掌握分析影响顾客感知服务质量的重要因素，学习寻找旅游服务质量与顾客满意度之间的联系，从而学会如何制定全面服务质量控制策略，提升顾客满意度。

**第五章 旅游服务中的顾客忠诚管理**

**教学要点：**

在卖方市场日益向买方市场转变的今天，企业越来越重视顾客的情感体验。“顾客黏性” 成了企业管理的关键词，作为关系营销的重要组成部分，顾客忠诚管理发挥了至关重要的作用。通过对顾客的忠诚效应及其价值的详细说明，分析顾客忠诚管理在旅游业的应用。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、顾客的忠诚效应及其价值

1、顾客忠诚的定义

2、顾客忠诚的形成

3、顾客忠诚的意义

4、顾客忠诚的衡量

5、顾客价值的评估

二、旅游业的顾客忠诚管理

1、影响顾客忠诚的因素

2、忠诚顾客的流失

3、顾客忠诚的策略

**考核要求：**

1、知识目标：了解顾客忠诚的定义，了解顾客忠诚的形成过程，了解顾客忠诚的价值与衡量，理解顾客价值评估理论。

2、能力目标：掌握顾客价值衡量的方法，清晰认识和控制影响顾客忠诚的因素，掌握顾客忠诚管理的策略与技巧。

**第六章 旅游服务中的失误与服务补救**

**教学要点：**

服务产品的特性注定了服务失误不可避免，如何化被动为主导，避免因服务失误而导致的利益损失，通过成功的服务补救来增加利益是本章研究的课题。服务补救可以提供一个机会去弥补失望顾客的不满，让顾客留下正面服务的印象，尝试恢复顾客满意度和忠诚度，是企业重新获得消费者满意的一种手段，也是改进服务质量的有效工具。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

一、服务失误的原因及表现

1、服务失误的概念及类型

2、服务失误的原因

3、服务失误的后果

二、顾客对服务失误的反应

1、顾客对服务失误的反应

2、顾客对服务失误的抱怨

三、服务失误应对与服务补救

1、服务补救概念

2、服务补救悖论

3、服务补救方式

4、服务补救策略

**考核要求：**

1、知识目标：了解什么叫做服务失误，以及服务失误的原因和各种表现，同时学习服务产生失误之后应采取怎样的策略解决，赢回消费者的满意度。

2、能力目标：在参与相关服务工作的过程中，能有效识别服务失误，并且及时采取措施进行服务补救，让顾客对你的服务满意。

**第七章 服务运营与服务体系设计**

**教学要点：**

随着时间的推移和市场的变化，许多行业的服务运营本质也在发生着变化，这种变化也影响到服务体系的适应性，以特定目标群体为客源，以顾客化服务为目标，设定专属的服务运营流程，通过服务利润链分析，利用服务蓝图设计服务运营体系以迎合市场的变化。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、服务运营流程与服务利润链

1、服务运营管理

2、服务运营策略

3、服务运营流程

4、服务利润链分析

二、旅游服务蓝图设计

1、服务蓝图概念

2、服务蓝图设计

**考核要求：**

1、知识目标：理解并掌握服务运营、服务利润链、服务蓝图等核心概念、内容及其特征，学习了解服务运营流程管理和服务蓝图在旅游业中的应用。

2、能力目标：在理论基础和案例学习的基础上，自主分析旅游企业的服务利润链及服务蓝图。

**第八章 服务需求与服务供给能力管理**

**教学要点：**

经济的蓬勃发展使得服务业的发展日新月异，人们不再拘泥于追求生理需求和安全需求，而是将目光放到更高层次的社会需求和尊重需求等方面。面对多样化、个性化的服务需求，旅游企业该如何提升自身的服务能力？如何提供高质量的服务供给？如何实现服务的供需平衡？本章从服务需求和供给的角度进行分析，为旅游企业实施服务需求管理和服务供给管理提供有效指导和借鉴。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、旅游服务供需平衡状态分析

1、服务供需平衡基本概念

2、旅游服务供需失衡

3、服务需求的特性分析

二、服务供需管理的基本思路

1、服务供需管理

2、服务需求市场细分

3、服务需求管理策略

三、旅游企业服务能力管理策略

1、服务能力的概念

2、服务能力五要素

3、服务能力的利用

4、服务能力的调节

5、服务能力管理策略

**考核要求：**

1、知识目标：了解服务供需平衡的定义和状况；了解服务供需失衡的现象和原因；掌握服务需求和服务供给的特点。

2、能力目标：认识服务供需平衡的必要性；熟悉服务需求管理的基本策略；掌握旅游企业服务能力管理的基本策略。

**第九章 现代旅游服务的精益化管理**

**教学要点：**

精益服务是以顾客为导向，通过产品研发、流程优化、技术创新、知识管理、精准营销、收益管理等服务创新手段，集标准化、精细化、群分化、系统化、收益管理化为一体而形成新的服务运作体系。精益服务是一种更高级的现代服务业形态，将打造精益求精的旅游服务作为企业的服务准则，为顾客提供稳定可靠的优质服务，是服务企业提升自身竞争力并在激烈的市场竞争中取胜的法宝。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

一、旅游服务精细化与个性化

1、旅游服务精细化

2、旅游服务个性化

二、现代旅游业的收益管理

1、服务收益管理概述

2、收益管理的适用范围

3、收益管理的基本内容

4、收益管理的基本功能

5、收益管理面临的难题

6、我国旅游业收益管理现状

**考核要求：**

1、知识目标：了解旅游服务精细化、个性化的概念以及收益管理的概念及其特征；掌握推动企业精细化管理的对策，提高企业个性化服务的措施，掌握收益管理的基本内容、功能及所面临的问题。

2、能力目标：了解并掌握旅游服务精细化与个性化服务的内容及运用；深入理解收益管理的内容、功能及具体实际运用。

**第十章 旅游企业服务营销与关系营销**

**教学要点：**

随着大众旅游时代的到来，各大旅游企业百花齐放，竞争趋势愈演愈烈。在这场激流勇进的角逐中，谁将成为最后的王者？谁将赢得最多的顾客？谁将获得最长远的发展？这都是旅游企业需要考虑的问题。本章从营销的角度出发，突破传统营销的瓶颈，以顾客需求为导向，对旅游企业如何发展服务营销和关系营销进行研究，助力旅游企业提高市场竞争力。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、传统营銷与旅游服务营销

1、服务营销与实物营销

2、服务营销组合

二、旅游服务中的关系营销

1、关系营销的概念

2、关系营销的特点及价值

3、关系营销的实施策略

**考核要求：**

1、知识目标：了解服务营销组合7P和4C；了解关系营销的重要性；熟悉传统营销与旅游服务营销的区别；熟悉交易观念与关系观念的区别。

2、能力目标：认识关系营销的价值和特点；熟悉关系营销在服务企业中的运用；掌握关系营销的策略。

**第十一章 旅游企业竞争策略与服务创新**

**教学要点：**

市场经济条件下，服务行业的竞争环境具有一定的特殊性：进入门槛相对较低、服务创新缺乏专利保护、难以形成经济规模、服务需求无规则性等等。如何在这种竞争环境下保持优势，赢得顾客，留住顾客，最终取得高于行业平均水平的收益。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、服务竞争的内涵

1、服务竞争的概念

2、服务竞争的内容

3、服务竞争的特征

二、一般竞争策略与服务业竞争策略

1、服务企业一般竞争策略

2、影响服务竞争策略制定的因素

3、服务业竞争策略的选择

三、旅游业的服务创新及应用

1、游服务创新体系框架

2、旅游业服务创新的应用

**考核要求：**

1、知识目标：理解并掌握服务竞争、服务创新等核心概念、内容和特征，了解一般竞争策略、服务竞争策略的内容，学习服务创新在旅游业中的应用。

2、能力目标：在理论基础和案例学习的基础上，自主分析现实旅游发展中的服务竞争与服务创新应用。

**第十二章 现代旅游服务管理中的信息技术**

**教学要点：**

旅游服务业中信息技术的开发与创新是时代发展的潮流，信息技术可以为旅游可持续发展提供决策依据和运营手段，促进可持续发展管理水平的提高，开拓新的可利用的旅游资源领域，提高旅游资源综合利用效率和经济效益，提高旅游企业的经营管理质量，推动旅游业向规范化、高质量、效益型方向发展，促进旅游产业化、一体化进程。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、服务业中的信息技术应用

1、服务业中的信息技术

2、信息技术在服务业中的作用

二、新技术应用与智慧旅游服务

1、智慧旅游概念

2、智慧旅游服务的体系架构

3、智慧旅游服务中的新技术应用

**考核要求：**

1、知识目标：理解并掌握智慧旅游等核心概念，了解信息技术在服务业尤其是旅游业中的应用，学习认识现代旅游服务管理中最常见的信息技术。

2、能力目标：分析现代服务管理与信息技术的关系，建立对旅游管理与旅游活动信息化的认识。

**三、参考书目**

1、赵海峰编著，《服务运营管理》，冶金工业出版社，2016年。

2、胡欣悦编著，《服务运营管理》，人民邮电出版社，2015年。

3、陈旭编著，《服务运营管理案例》，中国人民大学出版社，2012年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件，教学视频。

大部分课程内容在多媒体教室讲授，使用课件或视频进行演示，增加直观性和生动性。建议通过一定时间的实践教学收集典型运营管理案例，进行服务视角下的课堂讨论与总结。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游管理专业导引课

**一、说明**

**（一）课程性质**

《旅游管理专业导引课》是旅游管理专业的专业平台必修课程。该课程以旅游教育现状、旅游发展的趋势、旅游市场需求、旅游专业学生就业等为核心讲解内容，旨在让学生理解专业需求的迫切性以及专业的发展前景，是专业其他课程的先修课程。

**（二）教学目的**

通过本课程的教学让学生了解专业的发展背景与历史、专业的国内发展现状、专业的发展趋势、专业的课程体系构成、专业人才需具备的知识结构、学习该专业的方法、研究该专业的方法、专业适应岗位以及毕业应该达到的专业水平与就业前景，为学生做好专业学习奠定基础。

**（三）教学内容**

本课程主要通过专题讲座的形式进行，内容主要包括专业发展背景与历史、专业的国内发展现状、专业的发展趋势、专业的课程体系构成、专业人才需具备的知识结构、学习与研究该专业的方法、专业适应岗位以及毕业应该达到的专业水平与就业前景等。

**（四）教学时数**

1、时数：2课时/周，总计：18课时

2、进度

《旅游管理专业导引课》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 主要内容 | 总学时 | 课堂教学 | 备注 |
| 一 | 我的大学我做主 | 2 | 2（多媒体教学） |  |
| 二 | 专业培养方案解读 | 2 | 2（多媒体教学） |  |
| 三 | 专业发展现状与发展趋势 | 2 | 2（多媒体教学） |  |
| 四 | 专业的课程体系构成与学习 | 2 | 2（多媒体教学） |  |
| 五 | 专业人才素质与就业 | 2 | 2（多媒体教学） |  |
| 六 | 专业考察与《业界精英进课堂》系列 | 8 |  | 实践与讲座 |
| 合计 |  | 18 |  |  |

**（五）教学方式**

该课程以讲授为主，采取研讨式教学与专业精英进讲堂等模式进行。

**（六）考核方式**

课程论文，主题为大学专业学习计划或职业生涯规划计划。

**二、本文**

**第一讲我的大学我做主**

**教学要点：**

我的大学我做主

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

大学介绍

学院介绍

大学学什么

大学怎么学

大学常见的哪些事儿

**第二讲专业培养方案解读**

**教学要点：**

专业培养方案解读

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、培养目标与要求

二、学制与学分要求

三、主干学科

四、主要课程

五、课程结构比例

六、课程设置

（一）学校平台课

（二）学院平台课

学科必修课程模块

（三）专业平台课程

1、专业基础课程模块

2、学科任选课程模块

3、实践教学模块

4、素质拓展与实践创新

七、关于辅修

**第三讲专业发展现状与发展趋势**

**教学要点：**

专业发展背景与历史、专业的国内发展现状、专业的发展趋势

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

专业发展背景与历史

专业的国内发展现状

专业的发展趋势

**第四讲专业的课程体系构成与学习**

**教学要点：**

专业的课程体系构成

专业人才需具备的知识结构

学习该专业的方法

研究该专业的方法

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

专业的课程体系构成

专业人才需具备的知识结构

学习该专业的方法

研究该专业的方法

**第五讲专业人才素质与就业**

**教学要点：**

1、专业岗位要求

2、专业适应的岗位

3、毕业应该达到的专业水平

4、就业前景

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

1、专业岗位要求

2、专业适应的岗位

3、毕业应该达到的专业水平

4、就业前景

**第六讲专业考察与《业界精英进课堂》系列**

**教学要点：**

专业考察

业界精英进课堂

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

1、带领学生参加省内著名的旅游景区景点

2、邀请专业知名人士或专家为学生举办讲座

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

社会调查原理与方法

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程是学院专业平台必修课，是管理学、社会学专业的重要应用课程之一，也是旅游管理、旅游管理专业的重要方法论课程，具有社会性、方法性、实践性和综合性诸特点，可以应用到生活、学习、工作的各个层面。通过课程学习，增强学生高度的社会责任感，以激发学习的动力；促进学生理论与实际的联系，以提高应用的能力；丰富学生相关知识和社会阅历，以拓展研究的视野。

**（二）教学目的**

本课程的教学目的是让学生掌握社会调查的基本理论、指导思想、一般原则、历史发展、具体的调查和研究方法及技巧，使学生在今后的工作学习实践中能自觉地运用所学的理论及方法解决具体社会问题，通过系统掌握现代社会调查的基本知识，帮助学生运用社会调查的相关方法，增强社会调查的实践能力，来了解社会、研究社会、认识社会，从而更好地为发展文化旅游业服务。

**（三）教学内容**

本课程主要介绍社会调查的起源、发展、研究对象、目的和意义，社会调查的基本概念和基本理论，调查课题的类型及选取的方法、标准和技巧，调查设计的实施方案（包括明确调查目的，确定分析单位，设计抽样方案，制定实施方案），抽样的概念、方法和相关理论，测量的方式及量表的应用，问卷的设计技巧与规范要求，资料的收集方法，资料的整理与数据录入，资料的统计分析方法（包括单变量的统计分析，双变量的统计分析），调查报告的撰写等基本知识点。

**（四）教学时数**

1、时数：2/周，总计：36课时

2、进度：

《社会调查原理与方法》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 课堂教学 | 讨论（实践） |
| 一 | 导论 | 2 | 1（多媒体教学） | 1 |
| 二 | 选择调查课题 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 三 | 调查设计 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 四 | 抽样 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 五 | 测量 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 六 | 问卷设计 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 七 | 资料收集 | 2 | 2（多媒体教学） |  |
| 八 | 资料处理 | 2 | 2（多媒体教学） |  |
| 九 | 资料的统计分析 | 6 | 2（多媒体教学） | 4 |
| 十 | 撰写调查报告 | 4 | 1（多媒体教学） | 3 |
| 合计 | 十章 | 36 | 18 | 18 |

**（五）教学方式**

1、教学方法以课堂讲授为主，启发式教学调动学生学习兴趣和积极性，使学生能理论联系实际，掌握并能够灵活运用社会调查相关知识。

2、应用现代教育技术辅助教学，在教学过程中采用教学幻灯片、光盘、实物图片投影等教学手段辅助教学，使学生更直观地了解所学知识，进一步开阔视野。

3、课堂教学注意联系社会实际，从学生熟悉的现象入手引出讲授知识，采用多种方法调动课堂氛围，加深学生对知识点的记忆。

4、为便于学生对部分知识的理解和掌握，适时安排教学实践活动，带领学生实地调查研究、发放问卷、收集资料。

**（六）考核方式**

期中调查方案设计（20%）、期末考察（含调查问卷、调查报告等，40%）与平时成绩（含讨论、作业等成绩，40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程以考查的形式进行，主要考查学生课堂讨论情况、调查方案的设计、调查方法的应用、调查问卷的设计、调查报告的撰写以及实地调查的能力等。

**二、本文**

**第一章 社会调查概述**

**教学要点：**

1、《社会调查原理与方法》课程介绍。

2、社会调查的类型和题材。

3、社会调查的一般程序。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 研究社会的不同方式（0.25学时）

实验研究、实地研究、文献研究。

第二节 社会调查的定义和特征（0.25学时）

社会调查是指采用自填式问卷或结构式访问方法，系统地、直接地从一个取自总体的样本那里收集量化资料，并通过对这些资料的统计分析来认识社会现象及其规律的社会研究方式。

结合案例说明。

第三节 社会调查的类型和题材（0.25学时）

一、社会调查的分类

分为行政统计调查、生活状况调查、社会问题调查、市场调查、民意调查和研究性调查。

二、社会调查的题材

某一人群的社会背景；某一人群的社会行为和活动；某一人群的意见和态度。

第四节 普遍调查和抽样调查（0.25学时）

一、普遍调查的概念与方式

二、普遍调查的特点

三、抽样调查的概念

四、抽样调查的优点

第五节 传统社会调查与现代社会调查（0.5学时）

一、社会调查发展简史

二、传统的和现代的社会调查

第六节 社会调查的一般程序（0.5学时）

选题阶段、准备阶段、调查阶段、分析阶段和总结阶段。

**考核要求：**

1、识记实验研究、实地研究、文献研究、社会调查、普遍调查、抽样调查、市场调查、民意调查等概念。

2、了解社会调查的内涵与特征。

3、掌握社会调查的一般程序。

4、达到应用：对于社会调查有大致的理解和把握。

**第二章 选择调查课题**

**教学要点：**

1、调查课题的类型。

2、选题的标准、途径和方法。

3、调查课题的明确化。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 调查课题的类型（0.5学时）

理论性课题与应用性课题；自选课题与委派课题。

第二节 选题的重要性（0.5学时）

一、决定调查的方向

二、体现调查的水平

三、制约调查的过程

四、影响调查的质量

第三节 选题的标准（0.5学时）

一、重要性

二、创造性

三、可行性

四、合适性

第四节 选题的途径和方法（1学时）

一、从社会现实生活中寻找

二、从个人经历中寻找

三、从现有文献中寻找

社会调查的课题常常是现实生活中的某种社会现象或某种社会问题，但又不仅仅是“现象”或“问题”，通常比某种社会现象或问题更为具体、更为集中，也更为明确。包括选题的原则、选题的注意事项、课题选择的策略等。

结合案例拓展阅读。

第五节 调查课题的明确化（0.5学时）

对调查课题进行某种界定，给予明确的陈述，以达到将最初头脑中比较含糊的想法变成清楚明确的调查主题，将最初比较笼统、比较宽泛的研究范围或领域变成特定领域中的特定现象或特定问题的目的。

第六节 文献查阅与选题（1学时）

一、文献查阅的作用

二、查阅文献的过程与方法

三、文献综述

**考核要求：**

1、识记理论性课题、应用性课题、自选课题和委派课题等概念。

2、了解选择调查课题的原则及重要性；了解课题明确化的重要性。

3、掌握选题的标准、途径和方法。

4、达到应用：学会选择合适的调查课题，并能够进行调查课题的明确化。

**第三章 调查设计**

**教学要点：**

1、调查目的的确定。

2、分析单位的确定。

3、抽样方案的设计。

4、调查方案的制定。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 明确调查目的（1学时）

一、探索性调查

二、描述性调查

三、解释性调查

四、横向调查

五、纵向调查

第二节 确定分析单位（1学时）

一、个人

二、群体

三、组织

四、社区

五、层次谬误

六、简化论

第三节 设计抽样方案（0.5学时）

一、调查对象、研究对象与抽样对象及其关系

二、抽样设计

第四节 设计收集资料的工具与方法（0.5学时）

一、基本变量确定及其操作化

二、设计调查问卷

三、设计资料的收集方法

第五节 制定实施方案（1学时）

一、说明调查的目的和意义

二、说明调查的内容

三、说明调查范围地点、调查对象和分析单位

四、说明调查的理论假设

五、说明抽样方案

六、说明调查资料的收集方法与分析方法

七、说明调查人员的组成组织结构及培训安排

八、说明调查的时间进度和经费使用计划

**考核要求：**

1、识记调查设计、描述性调查、解释性调查、分析单位、层次谬误等概念。

2、了解调查研究的类型和分析单位以及在社会调查中处理时间的不同方法。

3、掌握具体调查方案的结构要求。

4、达到应用：学会进行调查方案的设计。

**第四章 抽样**

**教学要点：**

1、与抽样概念相关的术语。

2、概率抽样方法。

3、非概率抽样方法。

4、样本规模与抽样误差。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 抽样的意义与作用（0.25学时）

一、抽样的概念

综合了解总体、样本、抽样、抽样单位、抽样框、参数值、统计值、置信水平、置信区间等抽样术语。

二、抽样的作用

三、抽样的类型

概率抽样和非概率抽样两大类。

第二节 概率抽样的原理与程序（0.5学时）

一、概率抽样的基本原理

二、抽样分布

三、抽样的一般程序

界定总体、制定抽样框、决定抽样方案、实际抽取样本、评估样本质量。

四、抽样设计的原则

第三节 概率抽样方法（2学时）

一、简单随机抽样

二、系统抽样

三、分层抽样

四、整群抽样

五、多段抽样

六、PPS抽样

七、户内抽样

第四节 非概率抽样方法（1学时）

一、偶遇抽样

二、判断抽样

三、定额抽样

第五节 样本规模与抽样误差（0.25学时）

一、样本规模

二、影响样本规模的因素

三、样本规模与抽样误差

结合案例拓展阅读。

**考核要求：**

1、识记总体、样本、抽样、抽样框、抽样单位、参数值、统计值、置信水平、置信区间、简单随机抽样、系统抽样、分层抽样、整群抽样、多段抽样、PPS抽样、偶遇抽样、判断抽样、定额抽样等概念。

2、了解抽样调查以及抽样调查的优点。

3、熟练掌握非概率抽样和概率抽样的具体程序和方法。

4、达到应用：结合具体情况，选择合适的抽样方法进行抽样调查。

**第五章 测量**

**教学要点：**

1、测量的层次。

2、操作化的过程与方法。

3、量表的种类及应用。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 测量的概念与特征（0.5学时）

一、什么是测量

是根据一定的规则将数字或符号分派于研究对象的特征之上，从而使社会现象数量化或类型化。

二、测量的四个要素

测量客体、测量内容、测量法则、数字和符号。

三、社会现象的测量

第二节 测量层次（1学时）

一、定类测量

二、定序测量

三、定距测量

四、定比测量

第三节 操作化（1学时）

一、概念、变量与指标

1、概念：是对研究范围内同一类现象的概括性表述。

2、变量：是概念的一种类型。它是通过对概念的具体化而转换来的。

3、指标：表示一个概念或变量含义的一组可观察到的事物，称为这一概念或变量的一组指标。

二、操作化的含义与作用

操作化就是将抽象的概念转化为可观察的具体指标的过程。

三、操作化的方法

1、概念澄清与界定：通过精确地指出一个概念包括什么，排斥什么，就可以为我们提供对资料进行分析和组织的指导性框架。

2、发展测量指标：第一种方式是寻找和利用前人已有的指标。第二种方式是研究者先进行一段时间的探索性调查，采用实地观察和无结构式访问的方式，进行资料收集的初步工作，尤其是与被调查者中的关键人物进行比较深入的交谈，从这些人那里获得符合实际的答案。

四、操作化的三个例子

父母投资；妇女社会地位；城市居民生活质量。

第四节 量表（1学时）

一、总加量表

二、李克特量表

三、语义差量表

第五节 测量的信度与效度（0.5学时）

一、测量的信度

信度即可靠性，分为再测信度、复本信度和折半信度。

二、测量的效度

效度即准确度，分为表面效度、准则效度和建构效度。

（信度和效度是用来判断对某事物的测量是否成功）

三、信度和效度之间的关系

结合案例拓展阅读。

**考核要求：**

1、识记测量、定类测量、定序测量、定距测量、定比测量、量表、总加量表、李克特量表、语义差量表、信度、效度、操作化、概念、变量、指标等概念。

2、了解测量的过程及重要性。

3、掌握操作化的过程，学会分析评估测量的质量。

4、熟练掌握测量的层次：定类、定序、定距、定比。

5、达到应用：能够对概念、变量进行操作化并确定相关测量指标。

**第六章 问卷设计**

**教学要点：**

1、问卷的一般结构。

2、问卷设计的步骤。

3、问卷题型及答案的设计及需要注意的问题。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 作为社会调查重要环节之一的问卷设计（0.25学时）

一、问卷设计与调查目标

二、问卷设计与概念化操作

三、实际问卷设计过程的举例说明

第二节 问卷的概念及结构（1学时）

一、什么是问卷

问卷是社会研究中搜集资料的一种工具。它的形式是一份精心设计的问题表格，用以测量人们的特征、行为和态度等。

二、问卷的一般结构

问卷一般由封面信、指导语、问题及答案、编码及其他资料构成。

第三节 问卷设计的原则（0.25学时）

一、要明确文卷设计的出发点

二、明确阻碍问卷调查的各种因素

三、明确与问卷设计相关的各种因素

第四节 问卷设计的步骤（0.5学时）

一、探索性工作

二、设计问卷初稿

三、试用

四、修改定稿并印制

第五节 题型及答案的设计（1、25学时）

一、问题的形式

1、开放式问题：是让受访者自己提供答案的问题形式，在研究者难以设定问题答案的时候经常会使用开放式问题。

2、封闭式问题：主要有填空式、是否式、多项选择式、矩阵式、表格式等。

二、答案的设计

设计封闭式问题的答案时要注意答案具有穷尽性和互斥性：一方面为每一个问题编制的答案要能包括所有可能的回答，不能有遗漏，不能使有的回答者无答案可填。研究者经常通过增列一个选项来达到这个目的，譬如增列“其它（请说明——）；另一方面，我们所列答案相互之间不能重叠和相互包含，不能使有的回答者可以填多于一个的答案。

第六节 问题的语言及提问方式（0.25学时）

第七节 问题的数量与顺序（0.25学时）

一、问题的数量

问题的数目主要依据研究的内容、样本的性质、分析的方法、拥有的人力、财力等多种因素而定。但总的说来，一般以回答者能在30分钟时间内完成为宜。

二、问题的顺序

三、相倚问题

结合案例拓展阅读。

第八节 问卷设计中的常见错误（0.25学时）

概念抽象、问题含糊、问题带倾向性、问题提法不妥、问题有多重含义、问题与答案不协调等。

**考核要求：**

1、识记问卷、封面信、开放式问题、封闭式问题等概念。

2、了解问卷的类型和结构以及问卷设计的步骤。

3、熟练掌握问卷设计的具体方法。

4、达到应用：学会独立设计完整且主题明确的调查问卷。

**第七章 资料收集**

**教学要点：**

1、自填问卷法的技巧和方法。

2、结构访问法的技巧和方法。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 资料收集方法的类型与特点（0.5学时）

一、资料收集的分类

二、自填问卷法与结构访问法的不同特点

第二节 自填问卷法（0.5学时）

一、个别发送法

二、邮寄发送法

三、集中填答法

四、网络调查法

自行填答的问卷调查中，邮寄问卷是一个比较特殊资料收集方法，有时，也采用集中填答法，即把一群受访者召集到同一地点同时填答问卷；也可以采用个别发送法，就是由研究人员将问卷送至受访者家中，并向其解释整个研究，然后把问卷留给受访者自行完成，稍后再由研究者取回。

第三节 结构访问法（0.5学时）

一、当面访问

二、电话访问

结构式访问又称为标准化访问，即按照事先设计的、有一定结构的访问问卷进行的访问，是一种高度控制的访问。根据访问员与被访者是否见面，结构式访问又可以分为当面访问和电话访问。

第四节 资料收集要点提示（0.25学时）

一、理解被调查者的心理

二、第一印象

三、进门和开场白

四、接触被调查者之前的准备

五、提问

第五节 调查员的挑选与培训（0.25学时）

一、调查员的一般条件

二、调查员的特殊条件

三、培训调查员的方法

**考核要求**：

1、识记自填问卷法、结构访问法、电话访问法、网络调查法等概念。

2、了解资料收集的不同类型及其优缺点。

3、掌握不同资料收集方法在操作程序上的特点。

4、达到应用：学会针对不同的调查课题设计不同的资料收集方法。

**第八章 资料处理**

**教学要点：**

1、原始资料的审核与复查。

2、资料的编码和录入。

3、数据清理的技巧和方法。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 原始资料的审核与复查（0.5学时）

一、资料的审核

是指研究者对调查所收集回的原始资料（主要是问卷）进行初步的审查和核实，校正错填、误填的答案，剔出乱填、空白和严重缺答的废卷。

二、资料的复查

是指研究者在调查资料收回后，又由其他人对所调查的样本中的一部分个案进行第二次调查，以检查和核实第一次调查的质量。

第二节 资料的编码和录入（0.5学时）

一、问卷编码（编码手册的制作）

二、数据录入

第三节 数据清理（0.5学时）

一、有效范围清理

二、逻辑一致性清理

三、数据质量抽查

第四节 统计表与统计图（0.5学时）

一、统计表的构成与制作

二、统计图

**考核要求：**

1、识记审核、复查、编码等概念。

2、熟练掌握如何处理原始资料，如何进行资料的录入，如何进行数据清理。

3、达到应用：学会进行问卷资料的处理；学会制作编码手册。

**第九章 资料的统计分析**

**教学要点：**

1、单变量的统计分析方法。

2、双变量的统计分析方法。

3、回归分析方法及其应用。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 单变量分析（2、5学时）

一、单变量描述统计

1、频数分布与频率分布

<1>频数分布：就是变量的每一取值出现的次数。对于连续性变量，如定距变量，频次的计算必须分组进行。其中每组上限即下一组的下限，通常将下限包括在本组中，每组用组中值表示。

<2>频率分布：用变量每个取值的频次数除以总个案数，他是一个相对指标，排除了样本规模的影响，因而可以用来比较不同的样本。一般频率分布使用比率的形式表示。

2、集中趋势分析

包括平均数、众数、中位数。

3、离散趋势分析

包括全距、标准差、异众比率、四分位差、离散系数。

二、单变量推论统计

1、区间估计

在一定的可信度（置信度）下，用样本统计值的某个范围（置信区间）来估计总体的参数值可信度。分总体均值的区间估计和总体百分比的区间估计。

2、假设检验

先对总体的某一参数作出假设，然后用样本的统计区进行验证，以决定假设是否为总体所接受。分总体均值的假设检验和总体百分比的假设检验。

第二节 双变量分析（3、5学时）

一、变量间的关系

1、相关关系（概念、方向、强度、类型以及相关关系与散点图）

2、因果关系（概念、条件等）

二、交互分类

专门用来分析两个定类变量（或一个定类，一个定序）之间关系的统计分析方法。

1、交互分类的意义与作用

2、交互分类表的形式要求

3、卡方检验

4、关系强度的测量

三、其他层次变量的相关测量与检验

1、定序变量与定序变量

2、定类变量（或定序变量）与定距变量

3、定距变量与定距变量

四、回归分析

**考核要求：**

1、识记频数、频率、平均数、众数、中位数、标准差、异众比率、离散系数、区间估计、假设检验、相关关系、因果关系、交互分类、消减误差比例、回归分析等概念。

2、掌握单变量的描述统计、单变量的推论统计方法。

3、熟练掌握双变量的相关系数及其针对不同层次变量的检验方法。

4、达到应用：能够对相关数据进行统计分析并得出相关结论。

**第十章 撰写调查报告**

**教学要点：**

1、调查报告的类型。

2、调查报告的结构和撰写的步骤。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 调查研究报告及其类型（0.5学时）

一、普通调查报告与学术性调查研究报告

二、描述性调查报告与解释性调查报告

三、综合性调查报告与专题性调查报告

第二节 调查报告的撰写步骤（1学时）

一、确立主题

二、拟订提纲

三、选择材料

四、撰写调查报告

第三节 普通调查报告的结构与写作（1学时）

一、标题

陈述式、结论式、问题式、双标题式等。

二、导言部分

直述式、悬念式、结论式等。

三、调查报告的主体部分

纵向结构式、横向结构式、纵横结合式等。

四、结尾部分

第四节 学术性调查报告的结构与写作（1学时）

一、导言部分

二、方法

三、结果与分析部分

四、讨论

五、小结

六、摘要

七、参考文献

八、附录

第五节 撰写调查报告应注意的问题（0.5学时）

一、行文要则

二、引用与注释

**考核要求**：

1、识记调查研究报告、描述性调查报告、解释性调查报告等概念。

2、了解调查报告的类型与特点以及撰写调查报告应注意的问题。

3、熟练掌握调查报告的结构、撰写的步骤。

4、达到应用：学会撰写完整的社会调查报告。

**三、参考书目**

使用教材：风笑天等著，《现代社会调查方法》，华中科技大学出版社，2014年第5版。

1、艾尔．巴比著，《社会研究方法》，华夏出版社，2000 年第1版。

2、迪尔克姆著，《社会学方法的准则》，商务印书馆，1990 年版。

3、叶至诚、叶立诚著，《调研方法与调研报告》，中国纺织出版社，2002 年第1版。

4、[美]阿琳·芬克著，《如何设计调查问题》 ，中国劳动社会保障出版社，2004 年第1版。

5、郝大海著，《社会调查研究方法》，中国人民大学出版社，2005 年第1版。

6、范伟达著，《现代社会研究方法》，复旦大学出版社，2001 年第1版。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。建议在多媒体教室上课，用课件进行讲授，同时结合案例式教学、情景式教学（如实地调研、实地发放问卷、实地收集资料等）、项目导向式教学、小组讨论式教学等方法。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

宏观经济学

**一、说明**

**（一）课程性质**

《宏观经济学》是旅游管理专业卓越文科人才基地班的重要专业必修课程之一，是国家教育部指定的旅游管理专业学位课程之一。宏观经济学是与微观经济学相对而言的当代西方经济学中理论经济学的另一个组成部分，它以整个国民经济活动作为考查对象，是研究经济总体行为的经济学科。它研究一国（或一个经济体）的产出、消费、储蓄、投资、贸易余额、物价水平、汇率、货币供给等各个相关经济变量及其相互关系和变化，探讨经济波动、经济增长、通货膨胀的原因，与现实经济问题和国家政策实践的联系非常紧密。通过教学学习，我们的本科学生应该掌握思考和研究各类经济发展问题的基础和能力，并为进一步的理论学习打下扎实的专业基础。

**（二）教学目的**

本课程的教学目的旨在让旅游管理专业本科二年级学生初步掌握现代宏观经济学的基础知识、基本概念和基本理论，了解本学科的理论构架和分析逻辑，掌握理论分析和简单的数学模型分析的方法和技巧，培养学生的经济学思维能力，使学生能够运用经济学基本原理观察、分析和解释现实生活中比较简单和典型的宏观经济现象和问题，了解本学科发展前沿，为他们学习诸如《旅游企业投资与管理》、《旅游企业战略管理》等其他专业课程提供必要的基础理论知识和经济学思维能力。

**（三）教学内容**

本课程主要介绍宏观经济学的基本理论。教学内容共分十章，主要包括宏观经济的基本指标及其衡量、国民收入的决定—收入支出模型、IS-LM模型、总需求—总供给模型、失业与通货膨胀、宏观经济政策、宏观经济政策实践、经济增长、宏观经济学的微观基础、新古典宏观经济学和新凯恩斯主义经济学。

**（四）教学时数**

1、时数：3课时/周，总计：54课时

2、进度：见《宏观经济学》课程教学进度表

《宏观经济学》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 课堂教学 | 讨论课 |
| 一 | 绪论 | 2 | 2 |  |
| 二 | 宏观经济的基本指标及其衡量 | 6 | 4 | 2（讨论） |
| 三 | 国民收入的决定：收入支出模型 | 8 | 6 | 2（复习与讨论） |
| 四 | 国民收入的决定：IS-LM模型 | 8 | 6 | 2（讨论） |
| 五 | 国民收入的决定：总需求—总供给模型 | 8 | 6 | 2（案例分析） |
| 六 | 失业与通货膨胀 | 8 | 6 | 2（案例分析） |
| 七 | 宏观经济政策 | 6 | 4 | 2（案例分析） |
| 八 | 开放经济下的短期经济模型 | 4 | 4 |  |
| 九 | 经济增长 | 4 | 3 | 1（心得分享） |

**（五）教学方式**

本课程主要以理论讲解与实践分析相结合，适当组织课堂讨论、读书心得分享、学生自学等形式。

宏观经济学是一门逻辑性很强同时又与现实经济生活关系非常密切的学科。所以在教学中，首先注意理论联系实际，运用现实经济生活中的案例阐述宏观经济理论，增强课堂教学的趣味性，利于学生分析问题和解决问题能力的培养。第二，教学中注意介绍经济分析的逻辑，强化图形分析和数理分析的训练，让学生初步掌握现代经济学分析工具，判断和分析现实经济问题，将数学分析与经济学教学有机联系起来。第三，讲授与自学结合，加大学生的阅读和训练。针对宏观经济学课程特点，在系统介绍基本理论的基础上，督促学生加强课后自学，加强教学互动，安排适量学时进行课堂讨论；加大课程训练力度，使学生对课堂教学内容得到进一步理解和深化；鼓励学生阅读主要参考书，了解中国宏观经济运行状况，并写出读书心得，作为重要的考核内容。

**（六）考核方式**

期末闭卷考试（60%）与平时成绩（含讨论、读书心得分享、复习课讲解等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照了解、理解、掌握、应用四个层次规定其应达到的能力层次要求。四个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

了解：能知道有关的概念、知识、理论的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

理解：在了解的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法。是第二层次的要求。

掌握：在理解的基础上，能辨析有关概念、原理、方法的区别与联系。是较高层次的要求。

应用：在掌握的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析来解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，了解占10%，理解占25%，掌握占35%，应用占 30%。考试题型一般包括：单项选择题、判断正误题、名词解释题、简答题、计算题、图形分析题。

**二、本文**

**第一章绪论**

**教学要点：**

1、宏观经济学发展历程

2、宏观经济学基本框架和基本理论

3、宏观经济学发展学派介绍

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 宏观经济学发展历程  
一、宏观经济学的发展历程

宏观经济学的形成和发展，大体上经历了三个时期：

1、萌芽时期

17世纪中叶—20世纪30年代凯恩斯的《就业、利息和货币通论》发表

2、凯恩斯主义宏观经济学的创建和形成、完善时期

1936年凯恩斯的《通论》发表—20世纪70年代，这一时期通常又分为两个阶段。

第一个阶段是凯恩斯革命与现代宏观经济学的建立。

第二个阶段是凯恩斯主义学派宏观经济学的发展和完善时期。

3、非凯恩斯主义宏观经济学形成和发展时期

20世纪70年代以后

二、宏观经济学的四次重大变革

宏观经济学形成和产生以来，根据其研究的方法和重点问题，以及其力求达到的目标和为实现这些目标所主张采用的政策措施，大致上经历了四次比较重大的变革。这四次变革是：

1、凯恩斯革命

2、货币主义革命

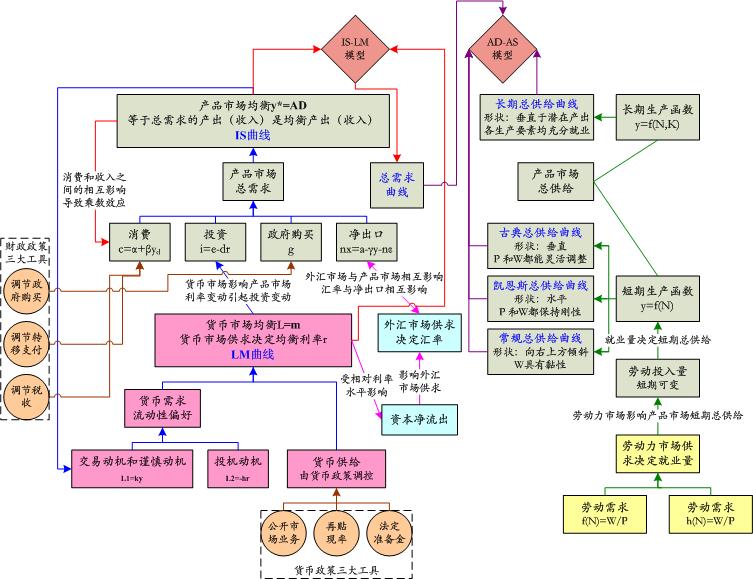
3、供给学派兴起

4、理性预期学派兴起

第二节 宏观经济学基本框架和基本理论

一、宏观经济学课程框架

二、宏观经济学基本理论体系



第三节 宏观经济学发展的主要流派

一、 新古典综合派

二、 货币主义学派

三、 供给学派

四、 理性预期学派

五、 新凯恩斯主义

**考核要求：**

1、了解宏观经济学发展历程及重大变革

2、掌握宏观经济学框架和基本理论体系

3、了解宏观经济学流派及相应观点

**第二章宏观经济的基本指标及其衡量**

**教学要点：**

1、 宏观经济学的特点、研究方法

2、 GDP概念、核算、基本恒等式

3、 名义GDP、实际GDP、GDP折算指数

4、 CPI、PPI

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 宏观经济学的特点  
一、宏观经济学的研究对象  
　　与“微观经济学”相对而言，宏观经济学研究的是社会总体的经济行为及其后果。

二、微观经济学与宏观经济学的异同  
1、二者的相同点  
 两者都是通过需求曲线和供给曲线共同决定价格和产量。

2、二者的区别  
　　第一，研究对象不同。  
　　第二，中心理论不同。

第三，研究方法不同。

第二节 国内生产总值及其核算方法  
一、国内生产总值的含义  
国内生产总值（Gross Domestic Product，简称GDP）是指经济社会（即一国或一地区）在一

定时期内运用生产要素所生产的全部最终产品（物品和劳务）的市场价值。

二、总支出≡总产出≡总收入

三、核算国民收入的方法  
1、用支出法核算GDP  
　　用支出法核算GDP，就是通过核算在一定时期内整个社会购买最终产品的总支出来计量GDP。公式如下：GDP=C+I+G+(X-M)

2、用收入法核算GDP  
　　收入法是从生产过程创造收入的角度，根据生产要素在生产过程中应得的收入份额反映最终成果的一种核算方法。

第三节 国民收入的其他衡量指标  
　　在国民收入核算体系中，实际上包括如下五个总量：国内生产总值（GDP）、国内生产净值  
（NDP）、国民收入（NI）、个人收入（PI）和个人可支配收入（DPI）。  
 一、国内生产净值（NDP）  
 二、国民收入（NI）

三、个人收入（PI）  
四、个人可支配收入（DPI）  
第四节 国民收入的基本公式  
一、两部门经济中的储蓄—投资恒等式  
　　从支出的角度看，国内生产总值总等于消费加投资，即：Y=C+I   
 从收入的角度看，总收入一部分用作消费，其余部分当作储蓄，即：Y=C+S  
因此：S=I

二、三部门经济中的储蓄—投资恒等式  
　　把政府部门考虑进来，则国内生产总值从支出角度看是Y=C+I+G；从收入角度看是，Y=C+S+T。可得三部门经济中的恒等关系：I=S+（T-G）

三、四部门经济中的储蓄—投资恒等式  
　　从支出角度看，Y=C+I+G+X-M   
 从收入角度看， Y=C+S+T+K   
　　整理可得：I=S+(T-G)+(M-X+K)

第五节 名义GDP和实际GDP  
一、名义GDP和实际GDP的含义  
　　名义GDP是用生产物品和劳务的当年价格计算的全部最终产品的市场价值。  
 实际GDP是指用基期价格计算出来的当年全部最终产品的市场价值。

二、名义GDP和实际GDP之间的关系:GDP折算指数=名义GDP/实际GDP

第六节 失业和物价水平的衡量  
一、失业的衡量  
 失业是有劳动能力的人想工作而找不到工作的社会现象。就业者和失业者的总和为劳动力。

失业者占劳动力的百分比称为失业率。

二、物价水平的衡量  
 通货膨胀是指物价总水平的上升。物价总水平或者说一般物价水平是指所有商品和劳务交易价格总额的加权平均数值。这个加权平均值就是价格指数。  
 宏观经济学用价格指数来描述整个经济中的价格水平。

1、消费价格指数

2、生产者价格指数

**考核要求：**

1、理解微观经济学和宏观经济学的联系和区别

2、 理解国内生产总值的含义

3、 应用收入法和支出法核算GDP

4、 掌握国民收入的其他衡量指标

5、 掌握国民收入基本公式

**第三章 国民收入的决定：收入—支出模型**

**教学要点：**

1、 均衡产出及消费理论

2、 乘数理论

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 均衡产出  
一、假设条件  
二、均衡产出的概念  
 均衡产出又称为均衡国民收入，是和总需求相一致的产出，即经济社会的总产出或总收入

正好等于全体居民和企业想要有的支出。二部门经济中，均衡产出可用公式表示为：y=c+i

三、投资等于储蓄  
 计划支出等于计划消费加投资，即E=c+i；收入等于计划消费加计划储蓄，即y=c+s；  
 而E=y，于是可得i=s。

第二节 凯恩斯的消费理论  
一、消费函数  
 凯恩斯认为，存在一条基本心理规律：随着收入的增加，消费也会增加，但消费的增加不及收入增加得多，用公式表示为c=c(y)。若消费与收入间存在线性关系，则可表示为：c=α+βy

1、边际消费倾向

2、平均消费倾向

二、储蓄函数  
 储蓄函数是描述储蓄随收入变化而变化的函数，用公式表示为s=s(y)。当消费函数为线性函数时，s=y-c=y-(α+βy)=-α+(1-β)y

边际储蓄倾向（MPS）  
 平均储蓄倾向（APS）

三、消费函数和储蓄函数的关系  
 （1）消费函数和储蓄函数互为补数，二者之和总等于收入。  
 （2）APC和MPC随收入增加而递减，但APC>MPC。APS和MPS 随收入增加而递增，但APS<MPS。  
 （3）APC+APS=1，MPC+MPS=1。

四、家户消费函数和社会消费函数

第三节 两部门经济中国民收入的决定及变动  
一、两部门经济中收入的决定——使用消费函数决定收入  
 将消费函数c=α+βy代入收入恒等式y=c+I,可得均衡收入：

二、两部门经济中收入的决定——使用储蓄函数决定收入

第四节 乘数论  
一、乘数的含义  
 乘数（Multiplier）是指每单位外生变量的变化所带来的引致变量的变化情况。乘数的数学定义为：乘数=边际量=Δ因变量/Δ自变量

二、乘数理论推导  
 假设投资增量为Δi，则产出的增加量为：   
 其中，倍数1/1-β称为乘数。可以看出，边际消费倾向越大，乘数就越大。

第五节 三部门经济中国民收入的决定  
 三部门经济，即在两部门经济的基础上加入政府部门，需考虑政府购买、税收和转移支付等政府行为因素。  
 政府的收入主要来自税收，税收包括两种：一种是定量税，税收量不随收入而变动；另一种是比例所得税，税收量随收入的增加而增加。

一、三部门经济宏观均衡的条件  
 加入政府部门后的均衡收入是计划的消费、投资和政府购买之总和，同计划的消费、储蓄和净税收之总和相等的收入，即：c+i+g=c+s+t  
 整理得：i+g=s+t

二、定量税变动的影响

三、 税收乘数  
 税收乘数是指收入变动对引起这种变动的税收变动的比率。  
 当税收为定量税时，税收乘数为：

四、政府转移支付乘数  
 政府转移支付乘数是指收入变动与引起这种变动的政府转移支付变动的比率。当税收为定量税时，政府转移支付乘数为：

五、平衡预算乘数  
 平衡预算乘数指政府收入和支出同时以相等数量增加或减少时国民收入变动对政府收支变动的比率。  
 假设政府购买支出和税收各增加同一数量即Δg=Δt时，有：所以， 。

第七节 四部门经济中国民收入的决定

一、四部门经济中的收入决定  
 四部门经济即在三部门的基础上加入净出口一项。出口由外国的购买力和购买要求决定。进口函数为：  
 将消费函数和进口函数  
代入收入恒等式y=c+i+g+x-m，可得四部门经济中的均衡收入为：  
 二、四部门经济中的乘数  
 对外贸易乘数为：  
 对外贸易乘数小于封闭经济时的乘数，这主要是由于增加的收入的一部分现在要用到进口商品上去了。

**考核要求：**

1、 理解均衡产出的含义

2、 掌握凯恩斯的消费理论

3、 掌握均衡收入的决定模型，并能熟练推导均衡收入公式

4、 灵活运用乘数原理及各项乘数

**第四章 国民收入的决定：IS-LM模型**

**教学要点：**

1、产品市场均衡

2、货币市场均衡

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 投资的决定  
一、实际利率与投资  
　　凯恩斯认为，在决定投资的诸因素中，实际利率是首要因素。投资与利率之间存在反方向变动关系，投资函数可写成：i=i（r）=e-dr

二、资本边际效率  
　　资本边际效率（MEC）是一种贴现率，这种贴现率正好使一项资本物品的使用期限内各预期收益的现值之和等于这项资本品的供给价格或者重置成本。计算公式为：  
 三、投资边际效率  
　　投资边际效率（MEI）是指由于资本品供给价格上涨而被缩小后的资本边际效率，用来精确地表示投资和利率间的关系。

四、预期收益与投资  
 （1）对投资项目的产出的需求预期（2）产品成本（3）投资税抵免  
 五、托宾的“*q*”说  
q=企业的股票市场价值/新建造企业的成本  
 第二节 IS曲线  
 一、IS曲线的含义  
 IS曲线用来表示利率和收入之间相关关系的曲线。这条曲线上任何一点都代表一定的利率和收入的组合，在这些组合下，投资和储蓄都是相等的，即*i*=*s*，从而产品市场是均衡的，因此这条曲线称为*IS*曲线。

二、IS曲线推导

三、IS曲线的斜率  
　　将消费函数c=α+βy和投资函数i=e-dr代入均衡条件整理可得均衡收入为：   
 可推出：,即IS曲线的斜率为。

四、IS曲线的移动  
　　在三部门经济中，可推出：  
 总结：政府实行扩张性财政政策，就表现为*IS*曲线向右上方移动，实行紧缩性财政政策，就表现为*IS*曲线向左下方移动。

第三节 利率的决定  
一、利率决定于货币的需求和供给  
 凯恩斯认为，利率是由货币的供给量和对货币的需求量所决定的。货币的实际供给量（用

*m*表示）一般由国家加以控制，是一个外生变量，因此，需要分析的主要是货币的需求。

二、流动性偏好与货币需求动机  
　　对货币的需求，又称“流动性偏好”，是指由于货币具有使用上的灵活性，人们宁肯以牺牲利息收入而储存不生息的货币来保持财富的心理倾向。货币需求动机分为以下三种：  
 （1）交易动机（2）谨慎动机（预防性动机）（3）投机动机

三、货币需求函数  
　　对货币的总需求是人们对货币的交易需求、预防需求和投机需求的总和。对货币的总需求函数可描述为：

四、流动偏好陷阱  
　　流动性陷阱又称凯恩斯陷阱或流动偏好陷阱,是凯恩斯的流动偏好理论中的一个概念，具体是指当利率水平极低时，人们对货币需求趋于无限大，货币当局即使增加货币供给也不能降低利率,从而不能增加投资引诱的一种经济状态。

五、货币供求均衡和利率的决定

（1）货币供给量

（2）货币供求均衡：货币的供给和需求决定了均衡的利率水平。

第四节 LM曲线  
一、LM曲线的含义  
　　LM曲线是在短期物价水平固定的条件下，将满足货币市场均衡条件的收入和利率的各种组

合点连接起来而形成的曲线。

二、LM曲线的推导

1、公式推导  
　　货币市场均衡条件为：，推导出*LM*曲线的表达式为：



2、图形推导

三、*LM*曲线的斜率  
　　由可看出*LM*曲线的斜率为k/h。

1、中间区域2、凯恩斯区域3、古典区域

四、LM曲线的移动  
　　由LM曲线表达式可看出，LM曲线移动只能是实际货币供给量M/P变动。由于假设短期物价水平固定，因此只可能是名义货币供给量发生变动。

第五节 IS-LM分析  
一、希克斯的总结  
　　希克斯认为：货币市场利率的变化会影响投资，投资的变化又会影响产品市场的总需求，

进而改变收入，收入的变化又会影响到货币需求……因此，在产品市场和货币市场中，只要有一个市场没有实现均衡，国民收入就不会稳定。只有产品市场和货币市场同时实现均衡时的国民收入才是均衡的国民收入。

二、两个市场同时均衡的利率和收入  
　　在IS曲线上，有一系列使产品市场均衡的利率及收入组合点；在LM曲线上，有一系列使货币市场均衡的利率及收入组合点。IS曲线与LM曲线交于一点，在该点上，产品市场和货币市场同时达到均衡。

三、均衡收入和利率的变动

*IS*曲线和*LM*曲线的交点确定的均衡不一定是充分就业的均衡。在这种情况下，需要依靠国家用财政政策或货币政策进行调节。

四、*IS*-*LM*模型的用处

**考核要求：**

1、 理解投资函数及MEC、MEI的含义

2、 掌握IS曲线的含义、推导及移动

3、 理解货币供求均衡及利率的决定

4、 掌握LM曲线的含义、推导及移动

5、 灵活运用IS-LM模型

**第五章 国民收入的决定：总需求—总供给模型**

**教学要点：**

1、 总需求曲线

2、 总供给曲线

3、 总需求-总供给模型对现实的解释

**教学时数**：

8学时

**教学内容：**

第一节 总需求曲线  
一、总需求曲线的含义  
　　总需求是经济社会对产量和劳务的需求总量, 由消费需求、投资需求、政府需求和国外需

求构成。总需求函数被定义为以产量（国民收入）所表示的需求总量和价格水平之间的关系。总需求函数的几何表示被称为总需求曲线。

二、总需求曲线的图形  
　　总需求曲线通常向右下方倾斜，这意味着，在其他条件相同的情况下，经济中的价格水平下降会增加物品与劳务的需求量。

三、总需求曲线的推导

四、总需求曲线的移动

第二节 总供给的一般说明  
　　总供给是经济社会所提供的总产量（或国民收入），即经济社会投入的基本资源（劳动、生产性资本存量和技术）所生产的产量。

一、宏观生产函数  
　　宏观生产函数分为短期和长期两种，在此仅研究短期宏观生产函数。

短期宏观生产函数为：

二、劳动市场   
 总就业水平由劳动市场的均衡决定，即：  
 第三节 两种极端的总供给曲线  
 一、古典总供给曲线  
　　古典总供给曲线是一条位于经济的潜在产量或充分就业产量水平的垂直线。

垂直的古典总供给曲线表明，增加需求的政策并不能改变产量，而只能造成物价上涨，甚至导致通货膨胀。

二、凯恩斯总供给曲线  
　　凯恩斯总供给曲线是水平的，表明厂商在现有价格水平上愿意供给所需的任何数量的商品。其含义或基本思想是：在达到充分就业以前，经济社会能按照既定的价格提供任何数量的产量或国民收入。

第四节 常规总供给曲线  
一、常规总供给曲线的图形   
 在通常的或常规的情况下，经济的短期总供给曲线向右上方倾斜。

二、常规总供给曲线的推导（黏性价格模型）  
 黏性价格模型强调了企业不能迅速地根据需求变动调整它们索取的价格。由于长期合约，或调整成本过高，企业不能及时调整价格，对应的总供给曲线向上方倾斜。

三、导致短期总供给曲线移动的因素  
第五节 总需求—总供给模型对现实的解释  
一、宏观经济的短期目标  
 当总需求曲线和总供给曲线相交时，确定的产出为充分就业产出。

二、总需求曲线移动的后果

三、总供给曲线移动的后果

四、总需求—总供给模型的政策含义  
 总需求—总供给模型不仅能解释经济波动，还可以说明当经济出现短期波动时，政府可以运用宏观经济政策来实现稳定经济的意图。

第六节 总需求—总供给模型的数学小结  
 总需求—总供给模型含有四个方程：  
 产品市场均衡条件：y=c(y-t)+i(r)+g  
 货币市场均衡条件：  
 劳动市场均衡条件：  
 短期总量生产函数：

**考核要求：**

1、 掌握总需求函数的含义及总需求曲线的推导

2、 理解总供给函数的理论来源

3、 掌握总供给曲线的三种类型

4、 熟练运用AD-AS模型分析经济现实

**第六章 失业与通货膨胀**

**教学要点：**

1、 失业及其特点

2、 通货膨胀类型及其分析

3、 理论解释及其政策

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 失业的描述  
一、失业的数据

二、自然失业率和自然就业率  
　　自然失业率为经济社会在正常情况下的失业率，是劳动市场处于供求稳定状态时的失业率。这里的稳定状态被认为是：既不会造成通货膨胀也不会导致通货紧缩的状态。  
 自然失业率为：  
 三、失业的经济学解释

第二节 失业的原因  
　　失业可分为三种类型，即摩擦性失业、结构性失业和周期性失业。

一、摩擦性失业的原因  
 工作岗位与劳动力的匹配要花费时间，由此形成的失业称为摩擦性失业。摩擦性失业是暂时的失业。  
 二、结构性失业的原因  
 结构性失业是指劳动力的供给和需求不匹配所造成的失业，其特点是既有失业，又有职位空缺，失业者或者没有合适的技能，或者居住地点不当，因此无法填补现有的职位空缺。  
 结构性失业的一个来源是工资刚性，即工资不能调整到使劳动市场的供给等于需求从而消除失业的水平。

工资刚性的因素主要有以下三个方面：（1）最低工资法 （2）效率工资 （3）工会的垄断力量

第三节 失业的影响与奥肯定律  
一、失业的影响  
 失业有两种主要的影响，即社会影响和经济影响。

二、奥肯定律  
 奥肯定律内容：失业率每高于自然失业率1个百分点，实际GDP将低于潜在GDP 2个百分点。即相对于潜在GDP，实际GDP每下降2个百分点，实际失业率就会比自然失业率上升1个百分点。  
 公式表示为：

第四节 通货膨胀的描述  
一、通货膨胀的数据

二、通货膨胀的衡量  
　　当一个经济中的大多数商品和劳务的价格连续在一段时间内普遍上涨时，宏观经济学就称这个经济经历着通赁膨胀。   
 宏观经济学用价格指数来描述整个经济中的价格水平。通货膨胀率被定义为从一个时期到另一个时期价格水平变动的百分比，公式表示为：

三、通货膨胀的分类

1、按照价格上升的速度分类：温和的通货膨胀；奔腾的通货膨胀；超级通货膨胀

2、按照对价格影响的差别分类：平衡的通货膨胀；非平衡的通货膨胀

3、按照人们的预期程度分类：未预期到的通货膨胀；预期到的通货膨胀

第五节 通货膨胀的原因  
　　通货膨胀的原因大致分为三个方面：一是传统货币数量论，这种解释强调货币在通货膨胀过程中的重要性；二是用总需求与总供给来解释，包括从需求的角度和供给的角度；三是从经济结构因素变动的角度来说明通货膨胀的原因。

一、作为货币现象的通货膨胀  
　　基本观点：每次通货膨胀背后都有货币供给的迅速增长。通货膨胀时时处处都是一种货币现象。  
 二、需求拉动的通货膨胀  
　　需求拉动的通货膨胀，又称超额需求通货膨胀，是指总需求超过总供给所引起的一般价格水平的持续显著的上涨。

三、成本推动的通货膨胀  
　　成本推动通货膨胀，又称成本通货膨胀或供给通货膨胀，是指在没有超额需求的情况下由于供给方面成本的提高所引起的一般价格水平持续和显著的上涨。（1）工资推动通货膨胀理论；（2）利润推动通货膨胀理论

四、结构性通货膨胀  
　　结构性通货膨胀：由于经济结构因素的变动,出现一般价格水平的持续上涨。

五、通货膨胀的持续  
　　通货膨胀不是价格水平的一次性改变，而是价格水平的持续上升。事实上，无论通货膨胀的原因如何，只要通货膨胀开始，通货膨胀也可以自行持续下去。

第六节 通货膨胀的成本  
一、预期到的通货膨胀成本  
 1、菜单成本2、鞋底成本3、税收扭曲4、相对价格变动导致的资源配置不当5、混乱与不方便

二、未预期到的通货膨胀成本  
 未预期到的通货膨胀的影响比稳定的、可预期的通货膨胀的任何一种成本都更有害。

第七节 失业与通货膨胀的关系——菲利普斯曲线  
一、菲利普斯曲线的提出  
　　1958年，经济学家菲利普斯提出了一条用以表示失业率和货币工资增长率之间替换关系的

曲线。

萨缪尔森等经济学家用通货膨胀率代替货币工资增长率，以表示通货膨胀率与失业率之间也有对应关系。简单形式的菲利普斯曲线表示为：

二、菲利普斯曲线的推导  
 菲利普斯曲线可以从总需求—总供给模型中推导出来。

三、菲利普斯曲线的政策含义  
 在一定的时点上，政府可设置一个经济能够最大限度承受的通货膨胀与失业的界限，通过总需求管理政策把通货膨胀和失业都控制在此界限之内。

四、牺牲率和痛苦指数  
 牺牲率是指为了使通货膨胀率降低一个百分点而必须放弃的一年实际GDP的百分点数。痛苦指数=失业率+通货膨胀率

五、附加预期的菲利普斯曲线

六、长期菲利普斯曲线  
　　从长期来看，预期的通货膨胀率与实际通货膨胀率迟早会一致，经济社会的失业率将处在自然失业率水平，失业率与通货膨胀率之间不存在替换关系。长期菲利普斯曲线垂直于自然失业率水平。

**考核要求：**

1、 掌握失业的含义及其相关概念

2、 了解失业的类型、失业的影响

3、 理解失业原因的经济学解释

4、 掌握奥肯定律的含义

5、 应用价格指数衡量通货膨胀及了解通货膨胀的分类

6、 理解通货膨胀的成因

7、 灵活应用不同类型的菲利普斯曲线解释失业和通货膨胀的关系

**第七章 宏观经济政策**

**教学要点：**

1、财政政策及其分析

2、货币政策及其分析

**教学时数**：

6学时

**教学内容：**

第一节 宏观经济政策目标以及经济政策影响  
一、宏观经济政策目标

宏观经济政策的目标有四种：（1）充分就业；（2）价格稳定；（3）经济持续均衡增长；（4）平衡国际收支。

二、宏观经济政策的作用和影响  
1、财政政策  
 财政政策是政府变动税收和支出以便影响总需求进而影响就业和国民收入的政策。变动税

收是指改变税率和税率结构。变动政府支出指改变政府对商品与劳务的购买支出以及转移支付。  
2、货币政策  
 货币政策是货币当局即中央银行通过银行体系变动货币供给量来调节总需求的政策。

第二节 财政政策及其效果  
一、财政的构成与财政政策工具   
 国家财政由政府收入和支出两个方面构成，其中政府支出包括政府购买和转移支付，而政

府收入则包含税收和公债两个部分。

二、自动调节与斟酌使用  
　　1、自动稳定器2、斟酌使用的财政政策3、财政政策的局限性

三、财政思想的演变  
四、赤字与公债  
　　强调财政政策要以充分就业为目标的职能财政思想，必然导致赤字财政政策。当出现财政

赤字后,各国一般采用发行公债的手段来弥补赤字。

五、财政政策效果的*IS*-*LM*图形分析  
 财政政策效果的大小是指政府收支变化（包括变动税收、政府购买和转移支付等）使*IS*曲线变动对国民收入变动产生的影响。这种影响的大小随*IS*曲线和*LM*曲线的斜率不同而有所区别。

1、财政政策效果因*IS*曲线的斜率而异

2、挤出效应

3、财政政策效果因*LM*曲线的斜率而异

第三节 货币政策及其效果  
一、存款创造和货币供给  
　　这种经常保留的供支付存款提取用的一定金额，称为存款准备金。在现代银行制度中，这种准备金在存款中起码应当占的比率是由中央银行规定的。这一比率称为法定准备率。按法定准备率提留的准备金是法定准备金。

二、债券价格与市场利息率的关系  
 债券价格与市场利息率具有反方向变化的关系，即：债券的价格越高，意味着利息率越低；反之，债券的价格越低，意味着利息率越高。

三、货币政策及其工具  
　　1、再贴现率政策2、公开市场业务3、法定准备金率

四、货币政策操作方式和泰勒规则  
五、货币政策效果的图形分析

货币政策的效果指变动货币供给量的政策对总需求的影响。假定增加货币供给能使国民收入有较大增加，则货币政策效果就大；反之，则货币政策效果就小。

六、货币政策的局限性

第四节 两种政策的混合使用  
一、财政政策和货币政策的混合使用

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 政策混合 | 产出 | 利率 |
| 1 | 扩张性财政政策和紧缩性货币政策 | 不确定 | 上升 |
| 2 | 紧缩性财政政策和紧缩性货币政策 | 减少 | 不确定 |
| 3 | 紧缩性财政政策和扩张性货币政策 | 不确定 | 下降 |
| 4 | 扩张性财政政策和扩张性货币政策 | 增加 | 不确定 |

第五节 博弈论在宏观经济政策中的应用  
 宏观经济政策的一个重要特点是时间不一致性。  
 时间不一致性也称为动态不一致性，指决策者提前宣布政策以影响私人决策者的预期，然后在这些预期形成并发生作用后又采用不同政策的倾向。决策者违背自己以前做出的宣言，主要是由于决策者有改变政策，不履行诺言的激励。

第六节 关于总需求管理政策的争论  
一、要不要干预

凯恩斯主义经济学家主张采用政策来稳定经济。但是，一些经济学家认为，经济波动的根源

是外生因素的干扰，社会经济本身会适应这些干扰，市场会对经济环境的变化提供良好的解决办法。他们认为，政府干预政策不但在很大程度上无效，反而还能带来一些坏处。理由主要有：（1）政府预测能力有限。（2）政策的时滞。（3）公众对政策的反应。

但是，凯恩斯主义者则坚持稳定经济的政策是必要的、有效的。他们认为，经济在遭受来自需求或供给方的冲击后会衰退，工资和价格并不能迅速调整到市场出清状态，经济处于非均衡状态。此时，政府采取稳定的政策，即刺激需求的财政政策或货币政策，就会较快恢复经济。

二、政策有效性的争论  
 凯恩斯主义者认为，国家实行赤字财政政策时，用发公债比增加税收来弥补赤字要好，增加税收会影响消费需求，从而降低赤字财政政策的效果。

巴罗—李嘉图等价定理

三、按什么规则对经济进行干预

第七节 供给管理的政策  
一、短期供给管理政策的含义  
 短期供给管理政策是指在短期内如何从供给方面采取一些政策措施来消除较大经济波动带

来的失业和通胀。

二、收入政策和人力政策

三、供给学派的政策主张  
 供给学派提出的供给管理政策思想的核心是减税，特别是要降低高边际税率。  
**考核要求：**

1、理解宏观经济政策的四大目标、财政政策和货币政策的含义

2、学会应用财政政策的主要工具

3、理解自动稳定器及其运行机制

4、掌握财政政策的斟酌使用和财政思想演变

5、理解货币创造基本原理及掌握货币创造乘数的概念

6、学会应用货币政策三大工具

7、学会应用混合使用财政政策和货币政策来调节经济

**第八章 开放经济下的短期经济模型**

**教学要点：**

1、汇率和对外贸易

2、蒙代尔—弗莱明模型

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 汇率和对外贸易

一、 汇率标价和汇率制度

二、 汇率决定和实际汇率

1、货币是一种特殊商品，汇率是买卖双方对货币进行交易的市场价格，使货币市场的货币需求和供给达到均衡。

2、购买商品、投资和投机等多种因素影响进出口的供求、国际间借贷和 投机，进而导致了外汇供求曲线发生移动。

3、实际汇率是两国产品的相对价格，按怎样的比率用一国的产品交换另一国的产品，可以根据两个国家的名义汇率和物价水平来计算。

三、 净出口函数

nx = a – γy – n

四、 国际收支平衡

第二节 蒙代尔—弗莱明模型  
一、模型的关键假设  
二、 开放经济的IS\*曲线

三、 货币市场和LM\*曲线

第三节 蒙代尔—弗莱明模型应用

一、浮动汇率的财政、货币政策

二、固定汇率的财政、货币政策

三、 小型开放经济总需求曲线

**考核要求：**  
1、掌握名义汇率与实际汇率的含义及其决定，了解汇率制度

2、了解净出口函数

3、掌握蒙代尔—弗莱明模型并学会灵活运用。

**第九章 经济增长**

**教学要点：**

1、国民收入长期趋势和波动

2、经济增长模型

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 国民收入长期趋势和波动

第二节 经济增长的描述和事实  
一、经济增长  
经济增长：通常定义为产量的增加，产量既可以指经济的总量，也可以指人均产量。  
增长率：表示经济增长的程度。

二、经济发展  
　　经济发展不仅包括经济增长，而且还包括国民的生活质量，以及整个社会各个不同方面的总体进步。因此，经济发展是反映一个经济社会总体发展水平的综合性概念。

三、经济增长的基本问题

第三节 增长核算  
一、经济增长的决定因素  
 西方学者将导致经济增长的原因区分为经济增长的直接原因和基本原因。生产方程为：

二、增长核算方程  
三、增长的经验估算

四、经济增长因素分析

第四节 构建和分析新古典增长模型  
一、基本假定和思路  
二、没有技术进步的新古典增长模型

三、具有技术进步的新古典增长理论  
四、稳态及其条件  
第五节 应用新古典增长模型  
一、储蓄率增加对产量增长的影响

稳态中的产量增长率是独立于储蓄率的，从长期看，随着资本积累，增长率逐渐降低，最终又回落到人口增长的水平。即储蓄率的增加不能影响到稳态增长率，但确实能提高收入的稳态水平。即储蓄率的增加只有水平效应，绝没有增长效应。

二、人口增长对产量增长的影响

三、对增长率差异的解释  
四、资本的黄金律水平  
　　资本的黄金律水平是指稳定状态人均消费最大化所对应的人均资本水平。菲尔普斯认为如

果一个经济的发展目标是使稳定人均消费最大化。使消费最大化的稳定状态值*k*被称为资本的黄金律水平，并用kgold来表示。

第六节 内生增长理论  
一、基本模型

二、两部门模型

第七节 促进经济增长的政策  
　　由增长核算方程知，政府可以影响决定经济增长的四个因素：  
 （1）鼓励技术进步；（2）鼓励资本形成；（3）增加劳动供给；（4）建立适当的制度。

**考核要求：**  
1、理解经济增长和经济发展含义的区别

2、运用增长核算法分析经济增长的源泉

3、了解经济周期的含义、特征及其理论演变

4、了解新古典增长理论、内生增长理论、实际经济周期理论

**三、参考书目**

1、高鸿业著，《宏观经济学》，中国人民大学出版社，2014年，第六版。

2、曼昆著，梁小民译，《经济学原理（宏观经济分册）》，北京大学出版社，2015年。

3、克鲁格曼著，《宏观经济学》，中国人民大学出版社，2013年，第二版。

4、保罗·萨谬尔森、威廉•诺德豪斯著，萧琛译，《宏观经济学》，人民邮电出版社，2012年，第十九版。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。建议大部分内容的课程在多媒体教室上，用课件进行讲授，增加直观性和生动性。同时采用案例式教学、小组讨论式教学等方法。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游创意与策划案例分析

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程是学院专业平台必修课，是一门以策划学、营销学等学科为基础的课程，作为管理学领域中新崛起的细分学科，具有鲜明的创新特点和可操作性。旅游创意与策划活动是一种具有创意性的专业实践，创意策划旅游在本质上是一种经营思考的方法与程序，因而，该课程也是旅游管理专业的重要理论、实践课程之一，是培养应用型文化旅游项目创意策划人才的重要工具性课程。

**（二）教学目的**

本课程的教学目的是使学生掌握旅游创意策划程序，了解旅游创意策划的思维方法，学会分析市场营销环境并在此基础上创造新的旅游生活方式和旅游消费观念，正确地运用所学的专业知识，来进行旅游产品、旅游项目、销售渠道、促销组合等方面的创意策划，并能够独立地撰写旅游创意策划书。侧重理论指导下的策划实务与运作，力求较全面多层次提供旅游创意策划的专业与技术知识。

**（三）教学内容**

本课程充分吸收与借鉴国内旅游学者在旅游创意策划领域的相关研究成果，理论与实践紧密结合，根据本科教学实际，阐述了旅游创意策划的基础知识、基本理论和具体方法。教材內容包括旅游策划概述、旅游战略策划、旅游形象策划、旅游产品策划、旅游景观策划、旅游商品策划、旅游线路策划、旅游营销策划、文化与旅游策划等章节；每章节辅之以最新案例分析，通过课堂研讨，理论联系实际，加深学生的理解和认知。

**（四）教学时数**

1、时数：2/周，总计：36课时

2、进度：

《旅游创意与策划案例分析》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章 次 | 内 容 | 总学时 | 课堂教学 | 案例分析（实践） |
| 一 | 旅游策划概述 | 2 | 2（多媒体教学） |  |
| 二 | 旅游战略策划 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 三 | 旅游形象策划 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 四 | 旅游产品策划 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 五 | 旅游景观策划 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 六 | 旅游商品策划 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 七 | 旅游线路策划 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 八 | 旅游营销策划 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 九 | 文化与旅游策划 | 4 | 2（多媒体教学） | 2 |
| 十 | 期末复习 | 2 |  | 2 |
| 合计 | 九章 | 36 | 18 | 18 |

**（五）教学方式**

主要以“讨论型学习”课程教学法为主，采用研究、讨论、案例研讨等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上经常交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

1、多媒体课件教学。全程使用多媒体课件。

2、案例教学。通过对案例的分析和讨论，培养学生的分析策划和思维创新能力。

3、研讨、互动式教学。对旅游项目创意策划的经典案例进行分析，以学生研讨为主。

4、实践教学。为便于学生对部分知识的理解，增强学生的实践能力，结合学院的教学实践活动，适时安排学生到产业园区、文化旅游景区（点）实地考察调研，收集一手资料，为创意策划思维和实操能力的培养提供平台。

**（六）考核方式**

期末考查（含策划文案、规划书等撰写，60%）与平时成绩（含讨论、作业等成绩，40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析解决实际问题并具备较强的动手操作能力。是最高层次的要求。

本课程以考查的形式进行，主要考查学生平时的课堂讨论、作业提交情况，尤其是文化旅游创意策划文案或文化旅游相关规划的撰写能力和水平。

**二、本文**

**第一章 旅游策划概述**

**教学要点：**

1、《旅游创意与策划案例分析》课程介绍。

2、旅游策划的步骤或程序。

3、旅游策划的方法论与主要方略。

4、旅游策划人员的素质要求。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 策划与旅游策划的概念（0.5学时）

一、策划的概念

二、旅游策划的概念

第二节 旅游策划的原则、原理与理念（0.5学时）

一、旅游策划的原则

可行性原则、创新性原则、信息性原则、特色原则、可持续发展原则、弹性原则、大旅游产品原则等。

二、旅游策划的原理

体验原理、主题原理、“两抓”原理、两态原理、创意原理、品牌原理等。

三、旅游策划的理念

以人为本、文化为魂、合理定位、善假于物、善于创新。

第三节 旅游策划的步骤或程序（0.25学时）

第四节 旅游策划的方法论与主要方略（0.25学时）

头脑风暴法、策划树法、逆向策划法、纲举目张法、衍生法……

结合案例说明。

第五节 旅游策划人员的素质（0.5学时）

一、超常的思维能力

二、高度的概括能力或提炼能力

三、较高的文化修养和策划技能

四、良好的心理素质和健康的体魄

五、具有战略眼光和大局观念

六、扎实的专业基础

七、渊博的知识

八、锐于创新

九、善于团结合作

十、富有社会责任感和人文精神

十一、目光敏锐

十二、善于沟通

**考核要求：**

1、识记策划、旅游策划、理念、方法论、素质等名词概念。

2、了解旅游策划人员的素质要求；理解“思路决定出路”这句话的含义。

3、掌握旅游策划与旅游规划的关系。

4、熟练掌握旅游策划的基本原则与理念、步骤或程序、方法论与主要方略。

**第二章 旅游战略策划**

**教学要点：**

1、旅游区域发展战略条件。

2、旅游发展战略策划应重点解决的问题。

3、旅游发展战略策划的方法。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 战略和战略策划解读（0.25学时）

第二节 旅游发展战略策划的概念（0.25学时）

第三节 旅游区域发展战略条件分析（0.5学时）

一、旅游业发展的区位条件评价

客源区位看位置、交通区位看线路、资源区位看结构。

二、旅游资源条件

三、旅游市场条件

四、历史背景(文脉)评价

第四节 旅游发展战略策划应重点解决的问题（0.5学时）

旅游的六要素：食住行游购娱；新六要素：商养学闲情奇。

第五节 旅游发展战略策划的方法（0.5学时）

把握大势、理念创新、策略设计、要素“资源”整合等。

案例分析（2学时）

某省旅游发展战略策划纲要评析。

**考核要求：**

1、识记战略、旅游发展战略策划的概念。

2、了解旅游发展战略策划应重点解决的问题；理解“运筹帷幄”这句话在旅游战略策划中的含义。

3、掌握分析旅游区域发展战略条件的技巧。

4、熟练掌握旅游发展战略策划的方法，并举例说明。

**第三章 旅游形象策划**

**教学要点：**

1、旅游形象策划的组成。

2、文脉与旅游形象策划的关系。

3、旅游形象的行销传播。

4、旅游地形象策划与旅游企业形象策划实务工作。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 旅游形象和旅游形象策划的概念（0.25学时）

旅游形象、旅游形象策划的概念。

第二节 旅游形象策划的内容构架（0.5学时）

理念基础（MI）、行为准则（BI）、视觉形象（VI）。

第三节 文脉与旅游形象策划的关系及延伸应用（0.5学时）

第四节 旅游地形象策划实务工作（0.5学时）

一、实态调查(形象诊断)

形象要素分析、员工调查、受众分析、形象综合诊断。

二、旅游地形象策划

CI策划与设计的原则、CI策划与设计的依据、旅游形象定位方法与策略

三、旅游地形象推广

形象推广战略、形象推广策略。

结合案例说明。

第五节 旅游企业形象策划（0.25学时）

一、旅游企业导入CIS的目的

提升旅游企业形象，塑造旅游品牌；确立并明确旅游企业的理念；有效传递旅游企业信息。

二、旅游企业导入CIS的一般原则

系统性、统一性、差异性、长期性、操作性。

三、旅游企业导入CIS的基本程序

准备阶段、调查分析、企划阶段、设计阶段、实施阶段。

四、旅游企业形象策划的主要内容

旅游企业MIS策划，旅游企业BIS策划，旅游企业VIS策划。

案例分析（2学时）

某省区旅游形象策划实例评析；某城市旅游形象策划实例评析；某旅游度假地形象策划实例评析；某森林公园旅游形象策划实例评析。

**考核要求：**

1、识记旅游形象、旅游形象策划、CIS等概念。

2、了解文脉与旅游形象策划的关系，旅游形象的行销传播；理解旅游形象策划为什么是为旅游企业“精心制作名片”？

3、掌握旅游形象策划的组成，其中包括MIS、VIS和BIS三个子系统，即理念识别系统、视觉识别系统、行为识别系统。

4、熟练掌握旅游地形象策划与旅游企业形象策划实务工作，并举例说明。

5、达到应用：试对某旅游地或旅游景区（点）进行形象策划，并写出简明的策划方案；联系实际撰写一份旅游企业CI策划书。

**第四章 旅游产品策划**

**教学要点：**

1、旅游产品策划与开发的主要依据和原则。

2、旅游产品策划的基本方法和要领。

3、观光类旅游产品、休闲度假类旅游产品、娱乐类旅游产品、生态类旅游产品、文化类旅游产品、科普教育类旅游产品、康体类旅游产品、养生类旅游产品、奇异类旅游产品、节庆类旅游产品等主要类别旅游产品策划的具体方略。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 旅游产品与旅游产品策划概念（0.1学时）

一、旅游产品的概念

按包容性分，按产品属性分，按旅游活动的功能分，按空间形态分。

二、旅游产品策划的概念

第二节 旅游产品策划与开发的主要依据和原则（0.1学时）

一、旅游产品策划的主要依据

资源条件、市场条件、区位条件。

二、旅游产品策划的原则

创新原则、以人为本原则、价值原则、可行性原则、独特性原则、文化性原则、产品的互补性原则、组合性原则等。

第三节 旅游产品策划的基本方法（0.2学时）

一、文化包装法

名人包装法、故事包装法等。

二、情景实化法

结合案例说明。

三、突出差异法

四、整合提升法

五、愿望填充法

结合案例说明。

六、避实击虚法(另辟蹊径法)

结合案例说明。

七、突出主题法

八、衍生拓展法

第四节 旅游产品的策划要领（0.1学时）

一、从旅游的本质——愉悅体验出发

二、全方位开发

第五节 主要类别旅游产品策划（1、5学时）

一、观光类旅游产品策划

产品细分；产品特征；策划要点。

二、休闲度假类旅游产品策划

产品细分；产品特征；策划要点。

三、娱乐类旅游产品策划

产品细分；产品特征；策划要点。

四、生态类旅游产品策划

产品细分；产品特征；策划要点。

五、文化类旅游产品策划

产品细分；产品特征；策划要点。

六、科普教育类旅游产品策划

产品细分；产品特征；策划要点。

七、康体类旅游产品策划

产品细分；产品特征；策划要点。

八、奇异类旅游产品策划

产品细分；产品特征；策划要点。

九、节庆类旅游产品策划

产品细分；产品特征；策划要点。

十、现代人造景观类旅游产品策划

产品细分；产品特征；策划要点。

案例分析（2学时）

某森林公园旅游产品开发策划实例评析；某市旅游产品开发策划实例评析。

**考核要求：**

1、识记旅游产品、旅游产品策划的概念。

2、了解旅游产品策划与开发的主要依据和原则；理解“创意决定成败”这句话在旅游产品策划中的含义。

3、掌握旅游产品策划的基本方法和要领。

4、熟练掌握并达到应用主要类别旅游产品策划的具体方法与策略，并举例说明。

5、达到应用：试对某旅游地或旅游景区（点）进行休闲度假类旅游产品的策划，并写出简明的策划方案。

**第五章 旅游景观策划**

**教学要点：**

1、旅游景观策划的主要原则、主要任务与重点。

2、现代景观策划的先进理念。

3、景观建设项目的策划方法。

4、旅游景观策划手法与技巧。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 旅游景观策划的主要原则与思想方法（0.1学时）

一、旅游景观策划的主要原则

创意要新、人工与自然的和谐统一、维护和创造生态平衡。

二、旅游景观策划的思想方法

有机方法、地方性方法、主动方法。

第二节 旅游景观策划的主要任务与重点（0.1学时）

一、旅游景观策划的主要任务

选景-组景-强化风景。

二、旅游景观策划的重点

游憩空间、边界和交界部、风景建筑、游览线路。

第三节 现代景观策划理念（0.3学时）

一、继承、融合、发展古典园林设计思想

二、运用现代景观建设项目策划的新理念

原生性、人本化、高科技手段。

第四节 景观建设项目的策划方法（0.3学时）

一、现代景观建设项目策划的常用手法

情景模拟、文化展示、知识展示、景观重构。

结合案例说明。

二、景观建设项目的构景方法

第五节 旅游景观策划的手法与技巧（0.1学时）

提炼主题，进行剪裁；点景引人；充实丰富自然景色；协调环境，烘托景物；夸张、强化自然美；创造性运用各种方法进行构景；巧妙利用错觉原理组景；等。

第六节 旅游景观建筑选址（0.3学时）

第七节 引景空间和景观廊道的策划（0.3学时）

一、引景空间的策划

结合案例说明。

二、景观廊道的策划

结合案例说明。

第八节 旅游景观策划与设计中的花木配置（0.1学时）

一、花木在景点建设中的作用

二、花木种类

三、花木配植方式

四、花木配植技巧

五、花木选择与观赏应注意的问题

第九节 景观游览线策划与设计（0.3学时）

一、景观游览线策划与设计原理——组景

二、景观游览线策划与设计要求

三、不同类型景观游览线的策划与设计要求

四、景观游览线策划与设计手法和游览方式的组织

第十节 旅游景观策划与设计应注意的问题（0.1学时）

案例分析（2学时）

某旅游风景区旅游景观策划实例评析。

**考核要求：**

1、识记旅游景观、旅游景观策划、景观重构、构景方法、引景空间和景观廊道的概念。

2、了解旅游景观策划的主要原则、主要任务与重点和现代景观策划的先进理念；理解“天人合一是真谛”这句话在旅游景观策划与设计中的含义。

3、熟练掌握景观建设项目的策划方法、旅游景观策划手法与技巧以及旅游景观建筑选址、引景空间与景观廊道、花木配置、景观游览线等策划与设计方法，并举例说明。

4、达到应用：试对某旅游地或旅游景区（点）的旅游景观进行策划，并写出简明的策划方案。

**第六章 旅游商品策划**

**教学要点：**

1、影响旅游商品需求的主要因素。

2、我国旅游商品开发中存在的主要问题。

3、旅游商品开发策划的原则、方法与计策。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 旅游商品概述（0.5学时）

一、旅游商品的含义

二、旅游商品的分类

三、旅游商品的特点

艺术性、可存储性、纪念性、民族性、地方性等。

四、影响旅游商品需求的主要因素

第二节 我国旅游商品开发中存在的主要问题（0.5学时）

第三节 旅游商品开发策划（1学时）

一、旅游商品开发策划的原则

美学原则、特色原则、市场导向原则、乡土原则等。

二、旅游商品开发策划应注意的问题

三、旅游商品开发策划的计策

心理需求计、文化包装计、推陈出新计、聚优组合计、细分专攻计、借鉴计、联姻计、亮点计等。

案例分析（2学时）

某地特色旅游商品开发策划实例评析。

**考核要求：**

1、识记旅游商品、旅游商品策划、消费需求等概念。

2、了解我国旅游商品开发中存在的主要问题；理解“货卖一张皮”这句话在旅游商品策划中的含义。

3、掌握影响旅游商品需求的主要因素。

4、熟练掌握旅游商品开发策划的原则、方法与计策，并举例说明。

5、达到应用：试对某旅游地或旅游景区（点）的特色旅游纪念品进行策划设计，并写出简明的策划设计方案。

**第七章 旅游线路策划**

**教学要点：**

1、旅游线路策划与设计的组合方式、组合类型、组合模式。

2、旅游线路策划与设计的影响因素。

3、旅游线路的策划与设计程序、步骤。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 旅游线路策划的指导思想与总体思路（0.1学时）

第二节 旅游线路策划与设计的原则（0.1学时）

市场性原则、特色性原则、效益性原则、季节性原则、安全性原则、网络化原则、多样性原则、协调性原则、节奏性原则、弹性原则等。

第三节 旅游线路策划与设计应考虑的因素（0.5学时）

一、目的地的选择

二、空间的合理组织

行程最短；顺序科学；点间距离适中；在有限的时间内多选择景点；注重差异性；等。

第四节 旅游线路策划与设计的组合方式、组合类型、组织模式（0.3学时）

一、组合方式

二、组合类型

三、组织模式

第五节 旅游线路的策划与设计程序、技术方法（1学时）

一、旅游线路的策划与设计程序

二、旅游线路策划与设计的技术方法

案例分析（2学时）

某地旅游线路策划与设计实例评析。

**考核要求：**

1、识记旅游线路、旅游线路策划、组合方式、组合类型、组合模式等概念。

2、了解旅游线路策划的指导思想与总体思路，旅游线路策划与设计的原则。

3、掌握旅游线路策划与设计的组合方式、组合类型、组合模式。

4、熟练掌握旅游线路的策划与设计程序、步骤，并举例说明。

5、达到应用：试对某区域、旅游地或旅游景区（点）的旅游线路进行策划，并写出简明的策划方案。

**第八章 旅游营销策划**

**教学要点：**

1、旅游市场需求和环境分析。

2、旅游目的地促销原则、策略。

3、旅游目的地的促销方式。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 旅游市场营销的要义与基本理念（0.25学时）

导入案例说明。

第二节 旅游市场分析与项目市场细分（0.25学时）

一、旅游市场现状分析

二、旅游市场需求发展趋势

三、旅游市场环境分析

PEST分析方法、钻石模型、SWOT分析方法、旅游产品竞争的组合分析法等。

四、项目市场细分

第三节 旅游目的地促销原则与策略（0.25学时）

一、促销原则

二、促销策略

联合促销策略、产品及营销策略、价格策略、细分营销策略、绿色营销策略、重点突破策略等。

第四节 旅游目的地的促销方式（0.25学时）

人员促销、公共关系促销、政府营销、节事促销、网络直销、概念营销、广告促销、销售激励、旅游展览等方式。

第五节 旅游广告策划（0.5学时）

一、旅游广告的内涵

二、旅游广告的发展阶段

三、广告决策

四、旅游广告策划原则

真实性原则、针对性原则、形象性原则、创新性原则、及时性原则、人性化原则等。

结合案例说明。

第六节 旅游公共关系策划（0.5学时）

一、旅游公共关系的界定

二、旅游公共关系的主要活动

三、旅游公共关系活动过程

案例分析（2学时）

某地旅游营销策划实例评析。

**考核要求：**

1、识记旅游市场营销、概念性营销、节事营销等概念。

2、了解旅游市场营销的要义与基本理念；理解“酒香也怕巷子深”这句话在旅游营销中的含义。

3、掌握旅游市场需求和环境分析的技巧。

4、熟练掌握旅游目的地促销原则与策略、旅游目的地的促销方式，并举例说明。

5、达到应用：试对某旅游地或旅游景区（点）进行旅游营销策划，并写出简明的营销方案。

**第九章 文化与旅游策划**

**教学要点：**

1、文化与旅游策划的关系。

2、文化在旅游策划中的应用领域。

3、不同类型旅游地的文化策划和区域旅游的文化策划方略。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 文化与旅游策划概述（0.25学时）

第二节 文化在旅游策划中应用的基本问题（0.25学时）

第三节 文化在旅游策划中的应用领域（0.5学时）

一、旅游资源开发

二、旅游地形象设计与塑造

三、旅游景观设计

第四节 不同类型旅游地的文化策划（0.5学时）

一、自然风光旅游地的文化策划

二、人文景观旅游地的文化开发

民族性、艺术性、神秘性、特殊性、传统性等。

第五节 区域旅游的文化策划（0.5学时）

一、特色发掘与主题定位

二、文化资源转化的可行性识别

三、文化旅游产品的开发策划

四、旅游区域整体形象的塑造

五、旅游区域文化品牌的打造

案例分析（2学时）

某民俗风景区的旅游文化策划与开发实例评析。

**考核要求：**

1、识记文化导向、主题定位、附会文化、文化融入等概念。

2、了解文化与旅游策划的关系；理解“文化是旅游的灵魂”这句话在文化旅游策划中的含义。

3、掌握文化在旅游策划中的应用领域。

4、熟练掌握不同类型旅游地的文化策划方法和区域旅游的文化策划方略，并举例说明。

5、达到应用：试对某旅游地或旅游景区（点）进行品牌文化策划，并写出简明的策划方案。

**三、参考书目**

使用教材：王衍用主编：《旅游策划理论与实务》，北京大学出版社，2008年第1版。

1、李庆雷著，《旅游策划论》，南开大学出版社，2009年第1版。

2、吴宝昌著，《旅游项目策划研究》，广西大学，2004年第1版。

3、肖星著，《旅游策划教程》，华南理工大学出版社，2005年第1版。

4、申葆嘉著，《旅游学原理：旅游运行规律之系统陈述》，中国旅游出版社，2010年第1版。

5、王庆生主编，《旅游项目策划教程》，清华大学出版社，2013年第1版。

6、杨振之著，《旅游项目策划》，清华大学出版社，2007年第1版。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。建议在多媒体教室上课，用课件进行讲授，同时结合案例式教学、情景式教学（如文化旅游景区实地教学、文化旅游企业实地调研等）、项目导向式教学（让学生直接参与老师的规划策划项目，增强实践能力）、小组讨论式教学等方法。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

现代礼仪

**一、说明**

**（一）课程性质:**

礼仪是整个社会文明发展程度的反映和标识，对社会精神文明能产生广泛、持久和深刻的影响。同时，礼仪也是一个人道德品质和文化素养的直接体现。本课程为旅游管理专业必修课之一，是在旅游管理专业人才培养目标确定的基础上，根据旅游行业各岗位人才应具备的素质及能力构成而设置的，主要培养学生对现代礼仪的基本原理和基本规范的掌握及其将理论运用于旅游业中的能力，是一门集理论与实践于一体的学科。一方面，它从历史和理论的高度探讨了礼仪的本质、发展、个人形象的设计等一系列基础知识；另一方面，从原则和规范的角度具体介绍了公共、职业场合和个人社交包括旅游社交的基本礼仪运用。本课程既强调了中国传统礼仪的优秀美德，又突出了旅游业中应遵从的国际礼仪规范；既有理论的系统性和综合性，又有操作规范的可行性和实用性，具有从我国实际出发，突出在旅游实践中应用基本原理，规范行为，提高从业人员素质的特点。

**（二）教学目的**

设置本课程的具体目的是，全面提升学生礼仪素质，使学生了解并熟练掌握日常交际的礼仪规范，在社交活动中做到礼貌周到、热情谦和，并且通过学习世界主要国家的礼仪习俗及礼仪在旅游业中应用，从专业性的角度训练旅游行业从业人员的职业素养，注重审美情趣的培养和个人行为习惯及性格的养成，深入生活自我完善，以便能更好地适应旅游管理、服务和社交工作的需要。结合授课特性，从原有的理性教育出发，大胆尝试感性教育，培养学生独立思考的能力，内化于心，而不是止于对规范和行为准则的机械模仿。并加强学生的职业生涯设计，引导学生从个人及生活美学的角度重新认识专业领域，真正实现从热爱生活到热爱自己所从事专业的转变，提高学科认同及专业忠诚度。

**（三）教学内容**

现代礼仪课程内容涉及较广，从个人形象及礼仪方面讲是个人美学基础和审美情趣的体现；从待人接物的行为准则和礼节讲是民俗与文化艺术的体现；从个人交际及人际沟通的角度讲是道德规范及修养的体现，属于精神文明的基本素养。教学内容包括五个模块：礼仪概述；个人礼仪；公共礼仪；职业礼仪；涉外礼仪。讲授内容包括礼仪的变迁与内涵、日常交际礼仪、通联礼仪、公共场所礼仪、餐宴礼仪、职业礼仪和主要国家和地区礼仪习俗，由于课程实践性较强，教学内容由教师示范讲解和学生实践练习构成，其中个人仪容仪表、举止仪态、服饰礼仪、言谈礼仪和部分日常交际及公共场所礼仪等内容需要教师带领学生进行实践练习。中西方礼仪差异的文化根源和旅游服务礼仪为选讲内容。

**（四）教学时数**

1、时数：2学时/周，总计：36学时，其中课堂教学18学时，实践练习18学时

2、进度：

《现代礼仪》进度安排表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 课堂教学 | 实践练习 | 备注 |
| 一 | 礼仪的变迁与内涵 | 2 | 2 |  |  |
| 二 | 个人礼仪-仪表仪容 | 2 |  | 2 |  |
| 三 | 个人礼仪-举止仪态 | 4 |  | 4 |  |
| 四 | 个人礼仪-服饰礼仪 | 2 |  | 2 |  |
| 五 | 个人礼仪-言谈礼仪 | 4 | 2 | 2 |  |
| 六 | 日常交际礼仪 | 3 | 1 | 2 |  |
| 七 | 通联礼仪 | 3 | 3 |  |  |
| 八 | 公共场所礼仪 | 4 | 2 | 2 |  |
| 九 | 餐宴礼仪 | 4 | 2 | 2 |  |
| 十 | 职业礼仪 | 4 | 4 |  |  |
| 十一 | 主要国家和地区礼仪习俗 | 4 | 2 | 2 |  |
| 合计 | 十一章 | 36 | 18 | 18 |  |

**（五）教学方式**

进行“参与式研讨课”教学改革，并采取多媒体演示、示范教学、参与式研讨、讲座等互动式教学法。每个教学模块设置专题研讨内容，要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、观看相关视频资料，在课堂上交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

期末面试（60%）与平时成绩（含参与式研讨、口试问答、论文写作以及团队活动，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照了解、区分、理解、掌握、熟练掌握、应用六个层次，规定其应达到的能力层次要求，各能力层次是递进等级关系，安排理论知识测验考核学生不同能力层次的完成情况。

期末考核突破传统的教室内笔试，模拟面试场景，根据理论题目进行口语表达，并结合个人形象仪容仪表、举止仪态进行考核分数采集。面试考核分答题环节和非答题环节。

答题环节占40%，由考生从三十道备选题目中抽取两道题来作答，评委按答案标准给分。

非答题环节占60%，共分四个部分：仪容仪表着装占15%；行为举止仪态占15%；语言占20%；表情占10%。

**二、本文**

**第一篇 礼仪概述**

**第一章 现代礼仪的变迁与内涵**

**教学要点：**

1、礼仪的含义以及相关概念

2、礼仪的起源和发展

3、现代礼仪的原则、特点与功能

**教学时数：**

2学时，实践课时

**教学内容：**

第一节礼仪的含义及相关概念(0.5学时)

一、礼仪的含义

1、我国和西方礼仪的基本含义

2、现代礼仪的概念

二、礼仪的相关概念

1、礼貌、礼节的定义

2、礼仪与礼貌、礼节的相互关系

3、礼仪修养须与实践相结合

第二节礼仪的起源和发展（1学时）

一、礼仪的起源

1、起源说

2、结论

三、礼仪的发展

1、中国传统礼仪的发展

2、西方礼仪的发展

第三节现代礼仪的原则、特点与功能（0.5学时）

一、现代礼仪的原则

1、尊重原则

2、和谐原则

3、善良原则

4、审美原则

5、适度原则

二、现代礼仪的特点

1、简易性

2、国际性

3、规范性

4、实用性

5、灵活性

三、现代礼仪的功能

1、交际功能

2、道德功能

3、管理功能

课堂讨论：你是否有“陌生人交际恐惧症”？如何与陌生人交谈？

本章作业：观看纪录片《该礼貌还是该直率》并进行思考，提问讨论

**考核要求：**

1、理解礼仪的含义，区分相关概念

2、了解礼仪的起源和发展

3、理解现代礼仪的原则、特点与功能

**第二篇 个人礼仪**

**个人礼仪之仪容仪表**

**教学要点：**

1、仪表仪容的含义

2、如何保持身体的清洁

3、修饰的技巧

4、化妆礼仪和基本化妆技巧

**教学时数：**

2学时，实践学时

**教学内容：**

第一节仪容的修饰（0.5学时）

一、仪容仪表的含义

1、仪表的含义

2、仪容的含义

3、仪表美与健康

二、保持身体的清洁

1、口腔的保洁

2、手部的保洁

3、下肢的保洁

4、全身的保洁

5、香水的使用

第二节掌握修饰的技巧（0.5学时）

一、头发的修饰

1、勤于护理

2、长短适中

3、适度协调

二、面部修饰

1、基本原则

2、面部及颈部护理

3、男士仪容的注意事项

三、旅游工作者仪容仪表修饰的注意事项

1、化妆上岗，淡妆上岗

2、合体；合意；合时；合礼；合规

第三节化妆礼仪（1学时）

一、化妆的作用和原则

二、基本淡妆示范

如何化一个淡妆或职业妆

三、遵循通行的礼规

1、浓淡适宜

2、勿当众化妆

3、勿以残状示人

4、勿借他人化妆品

5、勿评论他人妆容

6、勿过量使用芳香型化妆品

本章作业：通过本章的学习，要求学生在以后的生活和工作中注意个人仪容仪表，女生尽量化淡妆，作为平时课堂成绩参考

**考核要求：**

1、了解仪表仪容的含义

2、掌握如何保持身体的清洁

3、掌握修饰的技巧

4、掌握化妆礼仪和基本化妆技巧

**第三章 个人礼仪之举止仪态**

**教学要点：**

1、体态语言包括手势语、表情神态与界域距离

2、优雅的仪态包括站姿、坐姿、蹲姿和行姿

**教学时数：**

4学时，实践学时

**教学内容：**

第一节体态语言（2学时）

一、仪态的美化

1、仪态的概念

2、艾伯特-梅拉比安公式

二、动态体语

1、首语

2、手势语：“ok”的手势；竖大拇指；“v”型手势；“请”的手势规范；桌上手式；递物手式；手持物品的手式；展示手式

3、手势禁忌

三、表情神态规范

1、脸色

2、肌肉的收展

3、眉语

4、眼神

5、嘴巴：微笑的内涵；微笑练习

四、界域距离

1、亲密距离

2、个人距离

3、社交距离

4、个人距离

第二节优雅的仪态（2学时）

一、站姿

1、基本站姿的规范要求

2、常用站姿：垂臂式站姿；腹前握指式；后背握指式；单臂后背式；单臂前曲式

3、站姿十忌

4、站姿的训练

二、坐姿

1、入座的礼节

2、起座的礼节

3、基本坐姿的规范要求

4、常见坐姿：正襟危坐式；垂腿开膝式；双腿斜放式；双腿叠放式；双腿交叉式；曲伸式

5、扶手椅

三、蹲姿和行姿

1、常用的蹲姿：高低式蹲姿；双腿交叉式蹲姿

2、基本行姿的规范要求

在形体训练室进行仪态的训练：内容包括站姿、坐姿、蹲姿、行姿以及基本的手势练习，并且指导学生练习微笑

阅读文献：《如何成为男人？高星级酒店男性职员的性别气质构建》

观看纪录片：《身体语言的秘密》

**考核要求：**

1、掌握并熟练应用体态语言

2、了解四种界域距离

3、掌握优雅的仪态并能熟练应用与生活之中

**第四章 个人礼仪之服饰礼仪**

**教学要点：**

1、服饰的作用与原则

2、女士服饰礼仪及着装禁忌

3、男士服饰礼仪及着装禁忌

饰品的搭配技巧

**教学时数：**

2学时，实践学时

**教学内容：**

第一节服饰的作用与原则（0.5学时）

一、服饰的作用

1、实用性作用

2、装饰性作用

3、社会性作用

二、服饰的基本原则

1、整洁原则

2、个性原则

3、文雅原则

4、适体性原则

5、T、P、O、原则

三、不同场合与服装的款式

1、公务场合

2、社交场合

3、休闲场合

第二节女士服饰礼仪（0.5学时）

一、女士着装规范

1、服装的配色与款式

2、裙装的选择与搭配

二、职业女性的着装

1、商务政务正式场合

2、商务政务普通场合

三、职业女性的着装禁忌

1、职业女性着装的注意事项

2、职业女性着装“五不准”

第三节男士服饰礼仪（0.5学时）

一、西装的构成

1、面料

2、色彩

3、图案

4、版型

二、西装的着装规范

1、上衣

2、西裤

3、马甲

三、西装的搭配

1、衬衣的选择

2、配好领带

3、西装与鞋袜的搭配

4、男士饰品

四、西装着装禁忌

选讲：社交场合时宴会服饰的穿着礼仪

第四节饰品的搭配（0.5学时）

一、饰品佩戴原则

1、符合身份

2、以少为佳

3、区分品种

4、佩戴有方

5、习俗规则

6、同质同色规则

7、季节规则

二、饰品佩戴方法

1、首饰：戒指；项链；耳饰；手镯和手链

2、衣饰：胸饰；围巾

3、手表

本章作业：查阅资料，了解中山装、旗袍的历史沿革

**考核要求：**

1、理解服饰的作用与原则

2、掌握女士服饰礼仪及着装禁忌

3、掌握男士服饰礼仪及着装禁忌

4、掌握饰品的搭配技巧

**第五章 个人礼仪之言谈礼仪**

**教学要点：**

1、言谈的作用与原则

2、言谈的语言要求

3、言谈的艺术及谈话的技巧

4、如何做一个好的倾听者

**教学时数：**

4学时；其中课堂讲授2学时，实践2学时

**教学内容：**

第一节言谈的作用与原则（0.5学时）

一、言谈的作用

1、言谈是交流信息和表达思想情感的重要工具

2、言谈是建立良好人际关系的重要途径

3、言谈是学习知识和增长才干的重要方式

二、言谈的原则

1、相互尊重的原则

2、真诚坦诚的原则

三、旅游服务用语的特点

1、情感性

2、语境化

3、繁简适当

四、旅游服务用语的原则和要求

1、态度诚恳亲切

2、措辞谦逊文雅

3、谈话要互相尊重

4、心中铭记为顾客服务

第二节言谈的语言要求（0.5学时）

一、语言要文明

杜绝采用荤话、气话、怪话、黑话、脏话、粗话。

二、语言要礼貌

1、敬语和谦语

2、常用礼貌用语

三、语言要准确

1、发音准确

2、语速适度

3、口气谦和

4、内容简明

5、少用土语

6、慎用外语

第三节言谈的艺术（0.5学时）

一、宜谈的话题

1、既定主题

2、格调高雅

3、轻松愉快

4、时尚流行

5、对方擅长

二、忌谈的话题

1、不非议党和政府

2、不涉及国家秘密与行业秘密

3、不背后议论他人

4、不涉及格调不高之事

5、不捉弄对方

6、不涉及个人隐私

三、言谈中应掌握的技巧

1、称呼—开启交流

2、建立思维路标—条理清晰

3、压低声音

4、赞美与幽默

5、善用提问—找到话题，转移矛盾

6、适当沉默－含蓄、智慧之光

四、培养良好礼貌用语习惯的途径和禁忌

1、培养良好礼貌用语习惯的途径：培养途径；良好的表达技巧

2、交际中令人讨厌的行为

第四节做一个好的倾听者（0.5学时）

一、沟通行为比例图

二、倾听障碍

三、有效倾听的技巧

1、要有良好的精神状态

2、及时用动作和表情给予呼应

3、使用开放性动作

4、必要的沉默

5、适时适度的提问

第五节课堂实践练习（2学时）

1、练习普通话，朗读广播稿

2、布置作业，每位同学准备一篇演讲或导游词，在课堂上完成作业的展示并进行提问和讨论

测验：完成第一篇个人礼仪和形象管理的学习，每位同学准备一篇导游词或演讲，在课堂完成展示由老师点评同学提问，作为一次测验成绩。

观看视频：《如何成为一个更好的交谈者》、《5种倾听的方法》

**考核要求：**

1、了解言谈的作用与原则

2、理解言谈的语言要求

3、理解并掌握言谈的艺术及谈话的技巧

4、掌握如何做一个好的倾听者

**第三篇 公共礼仪**

**日常交际礼仪**

**教学要点：**

1、拜访和迎送时的礼仪

2、会面时常用的礼仪，包括如何称呼、介绍与问候，如何握手与递送名片

**教学时数：**

3学时，其中课堂讲授1学时，实践2学时

**教学内容：**

第一节访送礼仪（1学时）

一、拜访礼仪

1、拜访前的准备

2、提前预约，守时践行

3、登门有礼：会面礼；入室脱帽；赞扬装修与陈设；不随意乱翻、乱闯

4、适时告辞

二、迎送礼仪

1、起身相迎，不冷落

2、热情周到，宾至如归

3、真诚挽留，热情相送

第二节会面礼仪（2学时）

一、称呼礼仪

1、不同社交场合的称呼

2、称呼禁忌

二、介绍礼仪

1、自我介绍

2、他人介绍

3、集体介绍

三、问候礼仪

1、问候的内容

2、问候的次序

3、问候的禁忌

四、握手礼仪

1、握手的起源

2、握手的时机

3、握手的方式

4、握手的顺序

5、握手的禁忌

6、常见的其他致意礼节

五、名片礼仪

1、名片的起源

2、名片的制作

3、名片的交换

4、递名片的次序

5、注意事项

本章作业：练习握手的礼仪以及名片的递送

**考核要求：**

1、理解并区分拜访和迎送时的礼仪

2、理解并掌握会面时常用的礼仪，包括如何称呼、介绍与问候，如何握手与递送名片

**通联礼仪**

**教学要点：**

1、书信礼仪

2、电话礼仪

3、网络礼仪

4、馈赠礼仪

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节书信礼仪（0.5学时）

一、书信程式与封文

1、笺文

2、封文

3、邮寄书信

二、通信技巧

1、写信：礼貌；完整；清楚；正确；简洁

2、发信：折叠；信件中的附件；邮资；封闭

3、收信：收信守法；拆信完好；保存得当；回复及时

第二节电话礼仪（0.5学时）

一、办公电话

1、办公电话接听礼仪

2、办公电话拨打礼仪

3、注意事项

二、移动电话

1、使用手机的注意事项

2、手机短信礼仪

第三节网络礼仪（1、5学时）

一、电子邮件礼仪

电子邮件交往的注意事项

二、网络交往原则

1、人本主义原则

2、网上网下行为一直原则

3、尊重他人原则

4、不随意公开个人信息，尊重他人隐私原则

5、必要的情感表达原则

6、学习有关法规

三、网络聊天礼仪

1、聊天礼仪四要素

2、聊天的十种礼貌方式

参与式研讨：新社交媒体的礼仪禁忌

第四节馈赠礼仪（0.5学时）

一、馈赠的目的

1、以交际为目的的馈赠

2、以巩固和维系人际关系为目的的馈赠

3、以酬谢或祝贺为目的的馈赠

二、馈赠的原则

1、礼物轻重要适当

2、送礼时机要选好

3、了解受礼者喜好

4、礼品要有意义

5、礼品要注重包装

6、馈赠说明不可少

三、馈赠的礼品

1、常规礼品

2、涉外交往六不送

四、礼品的接受

1、欣然接受

2、双手接过

3、拒绝有方

4、事后再谢

**考核要求：**

1、掌握并能熟练应用书信礼仪

2、掌握并能熟练应用电话礼仪

3、掌握并能熟练应用网络礼仪

4、掌握并能熟练应用馈赠礼仪

**公共场所礼仪**

**教学要点：**

1、行路、乘车、乘飞机及在外旅行时的礼仪

2、公共卫生间和电梯的使用的礼仪

3、其他特殊公共场所时需要注意的礼仪，包括图书馆和阅览室、体育比赛场馆、音乐厅和影剧院

**教学时数：**

4学时，其中课堂讲授2学时，实践2学时

**教学内容：**

第一节出行礼仪（2学时）

一、行路礼仪

1、街道行走礼仪：行走路线要固定；遵守行走规则；行走也要有风度；约束不良行为

2、上下台阶礼仪：行走讲究次序；上下注意安全

二、乘车礼仪

1、乘坐公交车、地铁、火车的礼仪

2、乘坐轿车礼仪

3、驾车礼仪

三、乘坐飞机的礼仪

1、候机礼仪

2、安全管制

3、服从乘务人员原理

4、机上用餐礼仪

5、卫生间使用礼仪

四、旅行礼仪

1、制定旅行计划

2、准备行装，轻松上路

3、宾馆住宿礼仪：准确了解情况，提前预订；礼貌登记入住；客房的礼仪；离店的礼仪

参与式研讨：“文明旅游”——旅游活动中频发不文明现象的原因；国家相关法律法规如何约束旅游活动中的行为

第二节使用公共设施的礼仪（1学时）

一、公共卫生间的使用

1、小隔间敲门要应答

2、“来匆匆，去冲冲”，留下一个干净的卫生空间

3、不要踩在坐便器上

4、冲水时卫生纸、护垫等杂物不要丢进马桶

二、电梯的使用

1、自动扶梯：单行右站

2、箱式电梯：有人驾驶：尊者先进先出；无人驾驶：尊者后进先出

3、先出后进，等电梯时在门两侧分立，忌一直点按按钮

4、主动往里走，面朝门的方向站立

5、等待即将快步到达者；满员时等待下一趟

6、注意言行举止，绝不吸烟，避免过度使用香水 ，大声喧哗

第三节特殊公共场所的礼仪（1学时）

一、图书馆和阅览室的使用

1、动作轻，脚步轻

2、衣着整洁

3、不要预占座位

4、不带食物进入，在休息室用餐

5、使用挡书板和目录查询

6、文明阅览爱护书籍；按时归还

7、微笑点头示意不要交谈

二、在体育比赛场馆观赛

1、开幕式； 闭幕式

2、尊重赛场裁判；理解选手失误

3、不能使用闪光灯

4、鼓掌加油致意；赛点安静

三、在影剧院和音乐厅观看演出

1、着装得体

2、提前入场；谢幕后退场

3、遵守“观影须知”，不拍照不录音

4、保持安静：手机；交谈；小孩儿

5、不要吃有壳的食物或咀嚼声音过大的食物

6、适时鼓掌

**考核要求：**

1、理解并熟练掌握行路、乘车、乘飞机及在外旅行时的礼仪

2、理解并熟练掌握公共卫生间和电梯的使用的礼仪

3、理解并熟练掌握在其他特殊公共场所时需要注意的礼仪，包括图书馆和阅览室、体育比赛场馆、音乐厅和影剧院

**餐宴礼仪**

**教学要点：**

1、宴请的基本礼仪

2、中餐用餐礼仪

3、西餐用餐礼仪

4、酒水饮用礼仪

**教学时数：**

4学时，其中课堂讲授2学时，实践2学时

**教学内容：**

第一节宴请的基本礼仪（1学时）

一、常见的宴请形式

1、宴会

2、招待会

3、茶会

4、工作餐

二、宴会筹备礼仪

1、确定宴请的目的、名义、范围和形式

2、确定宴会的时间和地点

3、发出邀请

4、拟定宴会菜单

5、宴会现场的布置

三、赴宴礼仪

1、赴宴前的准备

2、赴宴过程的礼仪

第二节中餐礼仪（1学时）

一、席位排列

1、宴请的席位排列：桌次排列；位次排列

2、便餐的席位排列：右高左低；中座为尊；面门为上；观景为佳；临墙为好

二、设宴礼仪

1、点菜礼规：量入为出；相互体谅；上菜次序

2、菜单准备：宜选的菜肴；忌选的菜肴

3、斟酒：斟酒的顺序；一视同仁；斟酒适量

4、敬酒

5、干杯

三、餐具的使用

1、主餐具：筷；匙；碗、盘

2、辅餐具：水杯；湿巾；水盂；牙签

第三节西餐礼仪（1学时）

一、西餐宴会的席位排列

1、座次排列的原则：恭敬主宾；女士优先；以右为尊；面门为上；距离定位；交叉排列

2、座次排列的具体要求：长桌；方桌

3、西餐入座礼仪：等人引座；照顾女士；左侧入座；坐姿端正；背不触椅；肘不上桌；坐对位置

二、西餐上菜顺序

1、正餐的菜序：开胃菜；面包；汤；主菜；点心；甜品；果品；热饮

2、便餐的菜序：开胃菜；汤；主菜；甜品；咖啡

三、西餐餐具的使用

1、刀叉的使用、区别、暗示

2、餐匙的用法

3、餐巾的用法

四、西餐食品的吃法

1、汤

2、面包

3、鱼、虾、海鲜

4、牛排

5、水果

6、煮鸡蛋

7、布丁

五、西餐的要求

1、举止高雅

2、衣着考究

3、尊重女士

4、积极交际

第四节酒水饮用礼仪（1学时）

一、葡萄酒的饮用

1、葡萄酒的饮用价值

2、葡萄酒的品种和侍酒温度

3、葡萄酒杯的选择

4、葡萄酒配餐规则

5、葡萄酒的品鉴

6、葡萄酒饮用礼仪

二、饮茶的礼仪

1、茶叶的品种和饮用特点

2、茶具的选择

3、敬茶的程序

三、饮咖啡的礼仪

1、咖啡的种类

2、饮用数量及配料的添加

3、饮用方法：握杯礼仪；匙的礼仪；取食甜点；正确交谈

选讲：中西方礼仪的文化差异

本章作业：

1、观看纪录片《唐顿庄园中的礼仪》

2、以“中西方礼仪的差异表现以及文化根源”为题撰写论文，参考文献《中西方礼仪文化差异》、《中西方宗教社会服务理念的相似性和差异性》、《中西礼仪文化的差异与融合》、《中西礼仪文化在日常交际方面的差异及启示》、《中西礼仪之争对当今社会跨文化交流的启示》或进行相关主题参与式研讨。

**考核要求：**

1、了解宴请的基本礼仪

2、理解并熟练掌握中餐用餐礼仪

3、理解并熟练掌握西餐用餐礼仪

4、理解并掌握酒水饮用礼仪

**第四篇 职业礼仪**

**职业礼仪**

**教学要点：**

1、求职面试的基本礼仪

2、会议礼仪与公文礼仪

3、办公室工作礼仪和职业交往礼仪

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节求职面试礼仪（2学时）

一、求职准备

1、心理准备

2、材料准备：求职信；个人简历；自荐书

3、其他求职方式：面试求职；电话求职；网络视频求职

二、面试礼仪

1、面试前准备

2、见面礼仪

3、常见问题

4、面试后的礼仪

第二节工作礼仪（2学时）

一、职级礼规

1、工商企业界职级礼规

2、政府机关职级礼规

二、会议礼仪

1、会议的台型与座席安排

2、会议的准备

3、参会礼仪

三、公文礼仪

1、公文种类

2、公文行文礼仪

3、公文办理礼仪

四、办公室礼仪

1、如何与上司沟通

2、如何与同事友好相处

3、办公室禁忌

选讲：旅游服务礼仪

本章作业：整理总结面试常见问题

**考核要求：**

1、理解并掌握求职面试的基本礼仪

2、理解并掌握会议礼仪和公文礼仪

3、理解并掌握办公室工作礼仪和职业交往礼仪

**主要国家和地区礼仪习俗**

**教学要点：**

1、亚洲主要国家和地区的概况、衣食住行、待人接物、日常禁忌等方面的礼仪习俗

2、欧洲主要国家和地区的概况、衣食住行、待人接物、日常禁忌等方面的礼仪习俗

3、美洲及其他地区主要国家的概况、衣食住行、待人接物、日常禁忌等方面的礼仪习俗

**教学时数：**

4学时，其中课堂讲授2学时，实践2学时

**教学内容：**

第一节亚洲主要国家和地区礼仪习俗（2学时）

一、日本

1、日本概况

2、日本的衣食习俗

3、日本待人接物的礼节

4、日本人的习俗禁忌

二、泰国

1、泰国概况

2、泰国的衣食习俗

3、泰国待人接物的礼节

4、泰国人的习俗禁忌

第二节欧洲主要国家和地区礼仪习俗（1学时）

一、英国

1、英国概况

2、英国的衣食习俗

3、英国待人接物的礼节

4、英国人的习俗禁忌

二、法国

1、法国概况

2、法国的衣食习俗

3、法国待人接物的礼节

4、法国人的习俗禁忌

第三节美洲及其他地区主要国家和地区礼仪习俗（1学时）

一、美国

1、美国概况

2、美国的衣食习俗

3、美国待人接物的礼节

4、美国人的习俗禁忌

三、埃及

1、埃及概况

2、埃及的衣食习俗

3、埃及待人接物的礼节

4、埃及人的习俗禁忌

本章作业：选择自己感兴趣的国家，查阅资料整理其礼仪习俗进行讨论

**考核要求：**

1、理解并掌握亚洲主要国家和地区的概况、衣食住行、待人接物、日常禁忌等方面的礼仪习俗

2、理解并掌握欧洲主要国家和地区的概况、衣食住行、待人接物、日常禁忌等方面的礼仪习俗

3、理解并掌握美洲及其他地区主要国家的概况、衣食住行、待人接物、日常禁忌等方面的礼仪习俗

**三、参考书目**

1、蒋璟萍，《现代礼仪》，清华大学出版社，2009 年第一版。

2、纪新青，《现代礼仪教程》，中国农业大学出版社，2011年8月第一版。

3、曹培培，《旅游服务礼仪》，清华大学出版社，2015年5月第一版。

4、邢小丽，《现代社交礼仪教程》，浙江大学出版社，2017年6月第一版。

5、刘筏筏，李兵，《旅游服务礼仪》，大连理工大学出版社，2013年7月第一版。

6、袁涤非，《现代礼仪》，高等教育出版社，2014年12月第一版。

7、李荣建，《礼仪文化教程》，湖南大学出版社，2013年3月第一版。

8、徐兆寿，《旅游服务礼仪》，北京大学出版社，2013年7月第一版。

9、李贻玲，王明亮，《新编现代礼仪规范-模块化教程》，机械工业出版社，2015年9月第一版。

10、[美]鲍德瑞奇，《礼仪书：得体的行为与正确的行事》，中国人民大学出版社，2012年8月。

11、周思敏，《你的礼仪价值百万》，中国纺织出版社，2017年6月第一版。

12、李嘉珊，刘俊伟，《国际礼仪范式》，高等教育出版社，2012年8月第一版。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

1、主要教具是多媒体课件。用课件进行讲授，增加直观性和生动性。

2、参阅学院资料室专业图书资料。

3、教师示范用多媒体、U盘、光碟等工具。

4、由于本课程强调实践性，故安排一定课时的教师示范，学生实践练习以及进行参与式研讨课教学改革。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游管理信息系统

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程为专业平台必修课，是旅游管理专业的重要应用课程之一，是研究旅游管理专业的重要工具性课程，本课程主要为学生讲述旅游管理信息系统应用与开发的基础知识与理论。

**（二）教学目的**

通过本课程的教学使学生掌握旅游管理信息系统的基本要求，分析旅游管理专业的相关信息系统，学会运用旅游管理信息系统的原理与管理实务，掌握旅游管理信息系统的简单应用与开发原理，更好地为发展旅游业服务。

**（三）教学内容**

本课程主要介绍旅游管理信息系统的基本理论和实务。教学内容共分七章，主要包括旅游管理信息系统概述、旅游管理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、UML统一建模语言、酒店管理信息系统开发与设计、电子商务在旅游业中的应用和旅游管理信息系统的安全管理。

**（四）教学时数**

1、2课时/周，总计：36课时

2、进度：

《旅游管理信息系统》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 主要内容 | 总学时 | 课堂教学 | 备注 |
| 一 | 旅游管理信息系统概述 | 4 | 4（多媒体教学） |  |
| 二 | 旅游管理信息系统开发与应用基础 | 4 | 2（多媒体教学） | 2讨论 |
| 三 | 旅游管理信息系统的战略规划与开发方法 | 4 | 4（多媒体教学） |  |
| 四 | 基于UML的旅游管理信息系统分析与设计 | 6 | 6（多媒体教学） |  |
| 五 | 酒店管理信息系统分析与设计案例 | 10 | 10实验室与多媒体 |  |
| 六 | 电子商务在旅游业中的应用 | 4 | 2多媒体 | 2讨论 |
| 七 | 旅游管理信息系统维护与管理技术 | 4 | 2多媒体 | 2讨论 |
| 合计 |  | 36 |  |  |

**（五）教学方式**

采用讲授、讨论、讲座及案例与实验等教学法。该课程理论课主要在多媒体教室采用讲授与讨论、讲座、案例方法进行，实验部分主要在实验室开展实操教学。

**（六）考核方式**

闭卷笔试。

**二、本文**

**第一章 旅游管理信息系统概述**

**教学要点：**

管理和信息的概念及管理科学的发展

旅游管理信息系统的特点和基本功能

旅游管理信息系统的概念结构、层次结构、功能结构、软件结构和物理结构

旅游管理信息系统开发的基本要求，以及旅游管理信息系统开发的基本环境

旅游信息化的发展和当前存在问题

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 管理和信息（0.5学时）

一、管理

1、管理的概念

管理是人们有目的、有意识的实践活动，是管理者在一定的社会条件下，为了实现预定目标，对各种资源和实践环节进行规划安排，优化控制活动的总称。

　　2、管理科学的发展阶段

管理学形成之前可分成两个阶段：早期管理实践与管理思想阶段（从有了人类集体劳动开始到18世纪）和管理理论产生的萌芽阶段（从18世纪到19世纪末）。管理学形成后又可分为三个阶段：古典管理理论阶段（20世纪初到20世纪30年代行为科学学派出现前）、现代管理理论阶段（20世纪30年代到20世纪80年代，主要指行为科学学派及管理理论丛林阶段）和当代管理理论阶段（20世纪80年代至今）。

第二节 旅游管理信息系统的特点与功能（1学时）

一、旅游管理信息系统的特点

1、系统的一般特征

（1）集合性

（2）关联性

（3）目的性

（4）边界性

（5）整体性

（6）层次性

（7）动态性

2、旅游管理信息系统的特定特征

旅游管理信息系统是在数据处理系统上发展起来的，是面向管理的一个集成系统，它是管理信息系统的特例，它对管理信息进行收集、传递、存储与处理，是多用户共享的系统。旅游管理信息系统的最大特点是：

（1）高度集中统一，将企业各部门数据和信息集中起来，进行快速处理，统一使用。

（2）有预测和控制能力，管理信息系统使用数学模型，如运筹学模型和数理统计模型，来分析数据和信息，以便预测未来，提供决策支持。

（3）有特有的开发软件、一个中心数据库及网络系统，这是旅游管理信息系统的重要标志。

二、旅游管理信息系统的功能

(1) 数据处理功能

(2) 预测功能

(3) 计划功能

(4) 控制功能

(5) 辅助决策功能

第三节 旅游管理信息系统的结构（1、5学时）

旅游管理信息系统的结构是指旅游管理信息系统各个组成部分所构成的框架结构。由于存在对各个组成部分的不同理解，于是就形成了不同的结构方式，其中最主要的有概念结构、层次结构、功能结构、软件结构和物理结构。

1、旅游管理信息系统的概念结构

信息源、信息处理器、信息用户和信息管理者。

2、旅游管理信息系统的层次结构

旅游管理信息系统是为管理决策服务的。

3、旅游管理信息系统的功能结构

4、旅游管理信息系统的软件结构

5、管理信息系统的物理结构

旅游管理信息系统的物理结构是指系统的硬件、软件、数据等资源在空间的分布情况，旅游管理信息系统的物理结构一般有三种类型：单机批处理、集中式和分布式。

第四节 旅游管理信息系统的开发在用户中的作用（0.5学时）

一、用户对旅游管理信息系统开发的基本要求

1、满足用户需要

2、系统功能完整

（1）数据处理功能

（2）控制功能

（3）预测功能

（4）决策功能

（5）公用信息服务功能

3、技术先进

4、实现辅助决策

二、旅游管理信息系统开发的基本环境

1、管理信息系统的结构和功能受制于特定的管理模式、组织形式和运行机制。

2、科学合理的管理基础工作是管理信息系统开发的前提。

3、管理信息系统的开发动力源自需求。

4、因地制宜地制定切实可行的开发策略。

5、需要有较强的物质基础。

第五节 旅游信息化发展对旅游业的影响（0.5学时）

一、旅游信息化的发展

二、旅游信息化建设中存在的问题

1、虽然信息技术已被人们所接受，并得到了广泛应用。

2、旅游业应用信息技术，在某种程度上说，还是被动的、零散的、不成体系的。

三、信息技术在旅游业中的影响

1、旅游产品对信息和信息技术的特殊依赖。

2、有助于饭店业营销。

3、推销旅游企业形象。

4、多学科交叉的信息技术进一步推动旅游业的发展。

5、加快管理现代化和科学化。

**考核要求：**

了解管理和信息的概念及管理科学的发展

理解与掌握旅游管理信息系统的特点和基本功能

了解旅游管理信息系统的概念结构、层次结构、功能结构、软件结构和物理结构

理解与识记旅游管理信息系统开发的基本要求，以及旅游管理信息系统开发的基本环境

了解旅游信息化的发展和当前存在问题

**第二章 旅游管理信息系统开发与应用基础**

**教学要点：**

旅游管理信息系统的软硬件知识

数据模型的组成、数据库的结构

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 支持旅游管理信息系统开发的软、硬件平台（2学时）

一、支持旅游管理信息系统开发的硬件平台

（一）支持软件开发组织的硬件环境

1、主计算机

2、终端

3、通信处理机

4、通信设备

（二）输入设备与技术

输入设备可分为一般输入设备和专用输入设备两大类。

1、一般输入设备

（1）键盘与鼠标器

（2）图形数字化设备

（3）语音输入设备

2、专用输入设备和技术

（1）自动数据源。自动数据源就是从生成数据的地方自动地采集数据的设备。

（2）光符识别。光符识别是指采用光学手段对特殊字符式代码进行识别的技术。

（三）数据处理中心计算机系统

1、系统单元

（1）中央处理器

（2）内存

2、TMIS中采用的典型的计算机系统

（1）微型计算机。

（2）服务器。

　 3、辅助存储设备

内存主要是对即将用到的数据进行暂时存储。辅助存储器则是对重复使用的数据进行存储。在微机上常用的存储介质有：软盘、硬盘、盒式磁盘、光盘和磁带等。

4、输出设备

常见的输出设备有显示设备、打印机及专用输出设备，如绘图仪等。

二、TMIS应用软件开发的软件基础

系统软件和部分应用软件构成了TMIS应用软件开发的软件基础。

（一）系统管理软件与技术

1、操作系统

操作系统是用以控制和管理计算机硬件资源和软件资源的程序集合。

2、数据库管理系统

数据库管理系统(DBMS)是为数据库的建立、使用和维护而配置的软件。

（二）程序设计语言

程序设计语言是编写程序的工具，是人与计算机进行信息交流的工具。程序设计是要在一定的语言环境下进行的。程序设计语言可分为两类：第一类叫低级语言，包括机器语言、汇编语言及其他面向机器的程序设计语言。

三、计算机网络技术

1、计算机网络的基本概念

一般认为，将不同地理位置并具有独立功能的多个计算机系统，通过通信设备和通信线路联接起来，以功能完善的网络软件(包括网络通信协议、数据交换方式及网络操作系统等)实现网络资源共享的系统，可称为计算机网络系统。

2、网络的分类

　 （1）网络的拓扑结构

　 ①点—点信道网络。

②共享网络结构。

　 （2）局域网（LAN，Local Area Network）

　 局域网是在小范围内将许多数据通信设备以高速线路互联，进行数据通信的计算机网络。局域网络一般由传输介质、网络适配器、网络服务器、用户工作站和网络软件等组成。

　 局域网使用的传输介质主要是双绞线、同轴电缆和光纤。

　 网络适配器是网络系统中的通信控制器，通过网络适配器将用户工作站联接到网络上。

　 网络服务器是网络的运行和资源管理中心，通过网络操作系统对网络进行统一管理，支持用户对大容量硬盘、共享打印机、系统软件、应用软件和数据信息等共享资源的存取和访问，网络的功能都是通过网络服务器来实现的。

　 用户工作站是网络的应用前端，用户通过网络工作站进行网络通信、共享网络资源和接受各种网络服务。

　 网络软件包括网络协议软件、通信软件和网络操作系统。

　 （3）城域网（MAN, Metropolitan Area Network）

　 （4）广域网（WAN，Wide Area Network）

第二节 数据资源管理技术（2学时）

一、数据处理的内容

（一）数据的采集

数据的采集就是按照用户的需要和系统的要求收集必要的原始数据。

　　（二）数据的加工处理

数据的加工处理包括有：数据转换、录入、排序、计算等。

　　1、数据的转换及录入

　　2、数据的分类和合并

　　3、数据的运算

　　（三）数据的传输

　　数据的传输有两层含义：一是指实现数据资源的共享与交换；二是数据处理结果的输出。

　　（四）数据的存储

数据的存储就是对原始待加工的数据及已加工的各种信息的储存。

　　（五）数据的管理

　　数据的更新、维护是指对原文件中的记录或数据项进行修改、插入(增加)、删除及数据存储的调整，数据正确性的检验和安全性的保证等。

　　（六）数据的检索

数据的检索即为从计算机存储数据中查找和选取所需要的数据。

二、数据库系统

　　（一）数据组织的层次

　　数据的组织一般分为数据项、记录、文件和数据库等4个层次。

　　1、数据项

数据项是具有确定逻辑意义(即可描述信息内容)的数据的最小单位。它是不可再分的数据单位。

　 2、记录

记录是具有一定关系的数据项的一个有序集合。

　　3、文件

文件是同类记录的有序集合。

　　4、数据库

　　数据库是存储起来的相关数据的集合。

（二）数据库

1、信息模型

（1）信息模型的要素

（2）两个实体集之间相互联系的方式

（3）E-R模型

　　2、数据模型

　　3、关系模型

4、数据库的结构

　（三）数据库设计

　　1、数据库设计的方法

　　2、数据库设计的步骤

　　按照规范设计的方法，考虑数据库及其应用系统开发全过程，将数据库设计分为需求分析、概念结构设计、逻辑结构设计、物理结构设计、数据库实施和数据库运行和维护六个阶段。

　　（1）需求分析阶段

　　（2）概念结构设计阶段

　　（3）逻辑结构设计阶段

　　（4）数据库物理设计阶段

　　（5）数据库实施阶段

　　（6）数据库运行和维护阶段

**考核要求：**

掌握与识记旅游管理信息系统的软硬件知识

掌握与理解数据模型的组成、数据库的结构、数据库的设计

**第三章 旅游管理信息系统的战略规划与开发方法**

**教学要点：**

战略规划的内容和步骤

信息系统规划流程

3、生命周期法和结构化系统开发方法及面向对象技术

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 旅游管理信息系统战略规划概述（1学时）

一、战略规划

1、方向和目标

　 2、约束和政策

　　3、计划与指标

二、旅游管理信息系统的战略规划

　　1、规划基本问题的确定

2、收集初始信息

3、现存状态的评价和识别计划约束

4、设置目标

　　5、准备规划矩阵

6、识别上面所列出的各种活动，是一次性的工程项目性质的活动，还是一种重复性的经常进行的活动

　　7、给定项目的优先权和估计项目的成本费用

8、编制项目的实施进度计划

9、把战略长期规划书写成文

10、写出的规划要经总经理批准才能生效，并宣告战略规划任务的完成

第二节 信息系统规划（1学时）

一、旅游管理信息系统战略规划过程

（一）项目的提出

　　1、项目申请者

　　2、项目申请书的内容

　　（二）系统初步调查

1、系统调查的原则

（1）自顶向下全面展开

（2）先弄清它存在的客观性，再分析有无改进的可能性

（3）工程化的工作方式

（4）全面铺开与重点调查相结合

（5）主动沟通、亲和友善的工作方式

2、初步调查

　　（1）用户需求分析。

（2）现有企业的运行状况

　　（3）新系统的开发条件

（4）可行性分析

可行性可以从以下几个方面去分析：

技术可行性。

②经济可行性。

　　③社会适应可行性。

　　二、新方案设想

　　1、方案的设计

　　新系统方案初步设想包括如下几个方面：新系统的定位、新系统的规模、新系统拟覆盖的范围、新系统应解决的主要问题、新系统预计的投入和产出比。

　　2、方案的选择

三、可行性分析报告

一般可行性分析报告应包括以下内容：

1、引言

　　2、系统开发的背景、必要性和意义

　　3、新系统的几种方案介绍

　　4、可行性研究

　　5、几种方案的比较分析

　　6、结论

第三节 管理信息系统的开发方法（2学时）

　　一、生命周期法

　　（一）生命周期法的概念与特点

生命周期法(Life Circle Approach ,LCA)是国内外信息系统开发中最常用的方法。

　　（二）生命周期法的阶段和任务

　　生命周期法的一般划分方法是将信息系统的生命周期划分为系统规划、系统分析、系统设计、系统实施、系统运行与维护5个阶段。各个阶段完成的主要任务如下：

　　1、系统规划阶段

　　2、系统分析阶段

　　3、系统设计阶段

　　4、系统实施阶段

　　5、系统运行与维护阶段

　　（三）生命周期法存在的问题

　　1、用户进入系统开发的深度不够，系统需求难以准确确定。

2、生命周期法开发周期长，文档过多。

　　3、各阶段文档的审批工作困难。

二、面向对象技术

（一）面向对象技术及其基本性质

1、面向对象技术

面向对象技术把数据和对它们的处理组合为对象，这样人们在思考问题时就可以脱离处理细节，脱离计算机，成为真正的抽象思维。

　　2、对象的性质

　　（1）标识唯一性

　　（2）分类性

　　（3）多态性

　　（4）继承性

　　3、面向对象的概念

面向对象指的是把软件系统看成一系列离散对象的集合。这些对象中既包含数据结构也包含操作（行为）。面向对象的软件开发主要就是建立对象序列的集合。

（二）面向对象方法学

　　1、面向对象方法学的步骤

　　面向对象的软件开发方法也称为对象建模技术（0bject Modeling Technique，OMT)，它包括以下几个步骤：

（1）分析

　　（2）系统设计

（3）对象设计

　　（4）实现

　　2、三种模型

（1）对象模型

　　（2）动态模型

（3）功能模型

三、结构化系统开发方法

结构化系统开发方法(Structured System Development Method)，是自顶向下结构化方法、工程化的系统开发方法和生命周期方法的结合。

　　（一）结构化系统开发方法的基本思想

　　　结构化系统设计的基本思想是：

1、将一个复杂的系统分解成一个多层次的模块化结构。结构化设计认为，任何一个系统都具有两个特征：过程特征和层次特征。

　　2、每一个模块尽可能独立。即尽量使每个模块成为一个独立的组成单元，使模块之间的联系降到最低程度。

　　3、可用直观的工具来表达系统的结构。结构化设计方法为系统设计人员提供了一套简明的图形表达工具，称之为系统结构图。系统结构图可以直观、准确地描述系统应用软件的结构，它可以帮助系统设计人员根据逻辑模型的要求来设计应用软件的结构并进行优化，可以使用户在系统实现之前就已了解系统的总体情况。

　　（二）结构化系统开发方法的优点和缺点

　　1、结构化系统设计的优点

　　（1）易于实现

（2）有利于应用软件总体结构的优化

　　（3）实现的系统具有较好的可维护性

2、结构化系统设计的缺点

**考核要求：**

理解与掌握战略规划的内容和步骤

熟悉信息系统规划流程

3、掌握一识记生命周期法和结构化系统开发方法

**第四章 基于UML的旅游管理信息系统分析与设计**

**教学要点：**

1、UML统一建模语言概述

2、旅游信息系统分析方法

3、旅游信息系统设计方法

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 统一建模语言UML简介（2学时）

　　一、概述

1、概述

Unified Modeling Language (UML)又称统一建模语言或[标准建模语言](https://baike.baidu.com/item/%E6%A0%87%E5%87%86%E5%BB%BA%E6%A8%A1%E8%AF%AD%E8%A8%80" \t "_blank)，是始于1997年一个[OMG](https://baike.baidu.com/item/OMG/3041465" \t "_blank)标准，它是一个支持模型化和软件系统开发的图形化语言，为软件开发的所有阶段提供模型化和可视化支持，包括由需求分析到规格，到构造和配置。

2、发展历史

3、特点

（1）是一种语言；

（2）是一种可视化语言；

（3）是一种可用于详细描述的语言；

（4）是一种构造语言；

（5）是一种文档化语言。

二、UML的术语与概念

UML由3个要素构成：UML的基本构造块、支配这些构造块如何放置在一起的规则和运用于整个语言的公用机制。

UML有3种基本的构造块：事物、关系和图。

事物是对模型中最具有代表性的成分的抽象，包括结构事物，如类（Class）、接口（Interface）、协作（Collaboration）、用例（UseCase）、主动类（ActiveClass）、组件（Component）和节点（Node）；行为事物，如交互（Interaction）、态机（Statemachine）、分组事物（包，Package）、注释事物（注解，Note）。

关系用来把事物结合在一起，包括依赖、关联、泛化和实现关系。

第二节 旅游信息系统分析方法（2学时）

|  |
| --- |
| 理清类和类之间的关系  类的关系有泛化(Generalization)、实现（Realization）、依赖(Dependency)和关联(Association)。其中关联又分为一般关联关系和聚合关系(Aggregation)，合成关系(Composition)。 |
| |  | | --- | | 1、基本概念 | |

泛化(generalization)

实现（Realization）

依赖(Dependency)

关联(Association)

聚合(Aggregation)

组合(Composition)

多重性(Multiplicity)

二、聚合和组合的区别

聚合和组合的区别在于：聚合关系是“has-a”关系，组合关系是“contains-a”关系；聚合关系表示整体与部分的关系比较弱，而组合比较强；聚合关系中代表部分事物的对象与代表聚合事物的对象的生存期无关，一旦删除了聚合对象不一定就删除了代表部分事物的对象。组合中一旦删除了组合对象，同时也就删除了代表部分事物的对象。

第三节 旅游系统设计方法（2学时）

一、设计用图概述

UML从考虑系统的不同角度出发，定义了用例图、类图、对象图、状态图、活动图、序列图、协作图、构件图、部署图等9种图。

1、用例图主要用来描述用户、需求、系统功能单元之间的关系。它展示了一个外部用户能够观察到的系统功能模型图。

2、类图显示了一组类、接口、协作以及他们之间的关系。在UML中问题域最终要被逐步转化，通过类来建模，通过编程语言构建这些类从而实现系统。类加上他们之间的关系就构成了类图，类图中还可以包含接口、包等元素，也可以包括对象、链等实例。

3、对象图(Object Diagram) 是显示了一组对象和他们之间的关系。使用对象图来说明数据结构，类图中的类或组件等的实例的静态快照。对象图和类图一样反映系统的静态过程，但它是从实际的或原型化的情景来表达的。

4、对象图显示某时刻对象和对象之间的关系。一个对象图可看成一个类图的特殊用例，实例和类可在其中显示。对象也和合作图相联系，合作图显示处于语境中的对象原型（类元角色）。

5、对象图是类图的实例，几乎使用与类图完全相同的标识。他们的不同点在于对象图显示类的多个对象实例，而不是实际的类。一个对象图是类图的一个实例。由于对象存在生命周期，因此对象图只能在系统某一时间段存在。

二、设计类图实例

以北京市旅游商品购物系统为例。

**考核要求：**

1、了解UML统一建模语言概述

2、掌握与识记旅游信息系统分析方法以及相关概念

3、掌握旅游信息系统设计方法

**第五章 酒店管理信息系统分析与设计案例**

**教学要点：**

1、酒店管理信息系统基本概念，酒店管理信息系统的结构，酒店管理信息系统的发展与展

望。

2、酒店宾客的预订阶段、接待阶段、住店（消费）阶段及结帐离店阶段的信息流程，信息流程分析的方法及管理。

3、酒店管理信息系统前台子系统的功能需求、酒店管理信息系统后台子系统的功能需求及功能需求的分析方法。

4、前台信息系统的信息处理流程，后台信息系统的信息处理流程，数据流程图的分析方法。

5、酒店管理系统的设计内容。

**教学时数：**

10学时

**教学内容：**

第一节 酒店管理信息系统概述（2学时）

一、酒店管理信息系统基本概念

　　酒店管理信息系统=计算机技术+通讯技术+酒店信息。

　　（一）酒店管理信息系统的特点

1、HMIS是一个现代酒店管理的辅助系统；

2、HMIS是一个开放式的系统；

3、HMIS是一个反馈系统；

4、HMIS是一个具有层次性的系统

　　（二）酒店管理信息系统的作用

1、提高饭店管理效益及经济效益;

2、提高服务质量;

3、提高管理效率;

4、优化酒店内部管理体系;

5、全面掌握营业情况，提高酒店决策水平;

6、提高管理人员的素质.

二、酒店管理信息系统的结构

　　（一）硬件结构

（二）软件结构

（三）酒店管理信息系统包含的子系统

酒店的常用系统一般具有以下功能

1、预订接待系统

2、账务审核系统

3、程控电话管理系统

　　4、客房中心管理系统

　　5、餐饮娱乐管理系统

　　6、总经理查询系统

　　7、财务管理系统

　　8、人事工资管理系统

　　9、工程设备管理

　　10、仓库管理

第二节 酒店宾客信息流程分析及其管理（2学时）

一、预订阶段

　　1、预订必须全面把握客人信息

2、预订需要准确的客房信息

二、接待阶段

　 1、房态信息是接待服务的基础，是提高接待水平的前提。

　　（1）干净房：表示房间已经清扫干净，可以销售。

　　（2）脏房：表示房间没有打扫或还有人在，不能销售。

　　（3）维护房：表示房间正在检修或维护，同样不能销售。

　　（4）自用房：表示房间由饭店内部使用，不得销售。

　　（5）修理房：表示房间正在大修，暂时不能销售。

2、接待是客房销售的实现，客帐信息成为客人在店内所有消费点的核算收入基础，所以必须通过计算机网络准确、及时的把客人消费的款项传输到总台客人的帐务上，对于付款方式和折扣优惠，接待服务员要严格执行饭店的有关政策和规定。

三、住店（消费）阶段

四、结帐离店阶段

第三节 酒店管理信息系统的功能需求（2学时）

一、酒店管理信息系统前台子系统的功能需求

　 （一）前台系统的主要功能构成

（二）前台系统功能需求分析

1、预订功能需求

　　2、接待功能需求

　　3、结帐功能需求

　　4、夜间稽核功能需求

　　5、客房管理功能需求

　　6、电话自动计费系统的基本功能需求

　　7、综合收银点系统功能需求

　　8、总经理查询、辅助决策功能需求

　　9、公关销售功能需求

　　二、酒店管理信息系统后台子系统的功能需求

　　酒店后台系统主要以财务处理（总帐、应收帐、应付帐、银行现金日记帐）为中心，附以采购、库存、设备管理、固定资产、人力资源等模块。

　　（一）财务处理功能需求

　　账务处理必须具备以下几点的功能需求

　　1、建帐

　　2、期初处理

　　3、会计凭证录入

　　4、凭证其他管理

　　5、凭证预结算

　　6、凭证审核过帐

　　7、输入明细分类帐

　　8、查询功能：

　　9、报表处理功能

　　10、各种报表、帐簿输出

　　11、系统维护

　　（二）固定资产管理功能需求

　　1、固定资产卡片维护

　　2、选择计提折旧的方法

　　3、编制固定资产凭证

　　4、月底自动转帐

　　5、查询、打印

　　（三）采购管理功能需求

　　1、建立基本参数

　　2、采购文件管理

　　3、订单管理

　　4、查询

　　5、报表

　　（四）仓库管理功能需求

　　1、库管理

　　2、日记帐处理

　　3、报表

　　（五）人力资源管理系统功能需求

　　1、员工人事档案的管理。

　　2、考勤管理

　　3、人员变动

　　4、培训、考评及奖惩记录

　　5、工资管理

　　（六）工程设备管理的功能需求

　　工程部的管理信息系统能对设备的管理和维护产生很大的间接经济效益，具体设备管理子系统的功能需求包括以下内容。

　　1、设备申购管理

　　2、设备登记管理

　　3、设备维护管理

　　4、设备报修管理

　　5、设备查询管理

　　6、设备备件管理

　　7、能源管理管理

　　8、报表管理

9、设备供应商管理

第四节 酒店管理信息系统的信息流程（2学时）

一、前台信息系统的信息处理流程

　　（一）酒店预订业务的信息流程

　　1、散客预订信息流程

2、团队预订信息流程

3、预订需处理的其他情况  
　　（二）酒店接待业务的信息流程1、散客接待的信息流程  
 2、接待团队的信息流程3、接待需处理的其他情况  
　　（三）账务处理及其信息流程

1、账务处理业务的信息流程

2、账务需处理的其他情况  
　　（四）夜间稽核业务的信息流程

二、后台信息系统的信息处理流程　　（一）人力资源管理的信息流程（二）物资采购管理信息流程

1、采购部和仓库保管部物资供应业务信息流程

2、供应商管理的信息流程

第五节 酒店管理信息系统的设计内容（2学时）

系统总体结构设计

子系统的划分

（1）系统划分的基本原则

（2）系统划分方法分类

网络设计

设备和网络的配置

（1）设备的选取依据

（2）网络选择指标

（3）传输介质与速率指标

系统数据结构与数据库设计

规范化地重组数据结构

（1）数据组织的规范形式

（2）关系数据第一范式

（3）关系数据第二范式

（4）关系数据第三范式

关系收据结构的建立

（1）确定关联的关键指标项并建立关联表

（2）确定单一的父系关系结构

（3）建立数据库关系结构

**考核要求：**

了解酒店管理信息系统基本概念，酒店管理信息系统的结构，酒店管理信息系统的发展

与展望。

2、熟悉与理解酒店宾客的预订阶段、接待阶段、住店（消费）阶段及结帐离店阶段的信息流程，信息流程分析的方法及管理。

3、了解酒店管理信息系统前台子系统的功能需求、酒店管理信息系统后台子系统的功能需求及功能需求的分析方法。

4、理解前台信息系统的信息处理流程，理解后台信息系统的信息处理流程，掌握数据流程图的分析方法。

5、掌握酒店管理系统的设计内容。

**第六章 电子商务在旅游业中的应用**

**教学要点：**

旅游电子商务的发展与市场定位、旅游电子商务、电子商务分类等概念

电子商务在饭店网络中的应用

电子商务在旅行社业务中的应用

旅游网络营销与电子支付

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 旅游电子商务的发展与市场定位（1学时）

一、电子商务的概念

综合定义：企业利用网络信息技术和电子技术来从事的外部经营和营销活动以及与这些活动相关的外部环境。

外部在线商务活动主要包括：采购、销售、商贸磋商、价格比较、经营决策、营销策略、推销促销、公关宣传、售前/售后服务、客户关系、咨询服务等。

外部环境：安全认证、清算结算、物流配送、信用体系、技术标准、支付体系等。

二、电子商务的分类

1、从服务对象的范围划分

（1）消费者—企业间的电子商务 (B2C)

（2）企业—企业的电子商务(B2B)

（3）消费者—消费者间的电子商务(C2C)

（4）企业内部的电子商务(BinB)

（5）政府—企业的电子商务(G2B)

（6）政府—消费者的电子商务(G2C)

2、按照商务活动的内容分类：

（1）直接电子商务；

（2）间接电子商务。

3、按照使用网络的类型：

（1）EDI(Electronic Data Interchange，译为“电子数据交换”)；

（2）Internet；

（3）Intranet。

4、从电子商务应用的范围划分

(1)国际间的电子商务

(2)国内企业间的电子商务

三、电子商务的功能、模式和应用特征

1、电子商务的功能：

（1）广告宣传

（2）咨询洽谈

（3）网上订购

（4）网上支付

（5）电子帐户

（6）服务传递

（7）意见征询

（8）交易管理

2、电子商务的模型

（1）代理模型（Brokerage）

（2）广告模型（Advertising）

（3）信息中介模型（Infomediary）

（4）商贸模型（Merchant）

（5）厂商模型（Manufacturer）

（6）会员模型（Affiliate）

（7）团体模型（Community）

（8）订阅模型（Subscription）

四、旅游电子商务的概念

1、旅游电子商务定义

2、旅游电子商务的特性

（1）聚合性

（2）有形性

（3）服务性

（4）便捷性

（5）优惠性

（6）个性化

第二节 电子商务在酒店网络中的应用（1学时）

一、饭店电子商务

1、饭店电子商务给传统饭店经营管理带来的变化

（1）增加饭店的经营产品

（2）拓宽饭店的销售市场；

（3）改善饭店的采购管理。

2、电子商务与饭店销售（问题）

（1）从销售的角度讲，商务饭店将优先发展电子商务

（2）与传统销售模式的差异（“房价”在电子商务模式下需要“透明”）

（3）饭店独立开展网上营销的势头弱（与传统促销不同）

（4）对于创新型饭店是有利的（对小饭店可扩大宣传、体现特色）

3、从能更好的发展电子商务讲饭店应具备的发展环境

（1）追求大品牌

（2）转变体制

四、酒店网络预订

1、传统酒店预订的流程

2、酒店网络预订的程序

3、酒店网络预订的优势

4、酒店网络预订存在的问题

第三节 电子商务在旅行社业务中的应用（1学时）

一、旅行社电子商务

1、弱化了旅行社提供信息的职能；

2、弱化旅行社代理职能；

3、提供旅游增值服务。

二、旅行社电子商务对旅行社业务的影响

1、导致旅游中间商重新定位；

2、产生旅行社服务市场的分散化新格局；

（1）旅行服务本地化

（2）交通业主自营化

（3）出现大型销售商

（4）买方需求和买方地域分散

（5）决定旅行社的未来竞争力

三、旅行社电子商务存在的问题

1、旅游电子商务发展仍不完善；

（1）网络的可操作性差

（2）用户分布不均

（3）安全性和速率是网络发展的瓶颈

（4）网络信誉无法保证

2、旅游电子商务缺乏旅行社的人性化服务。

3、旅行社对电子商务观念落后。

第四节 旅游网络营销与电子支付（1学时）

网络营销

网络营销的概念

网络营销的特点

时域性

交互式

高效便捷性

整合性

网络营销的职能

网络品牌

网站推广

信息发布

销售促进

销售渠道

顾客服务

顾客关系

网上调研

旅游网络营销

旅游网络营销的概念

旅游网络营销的优势

低成本高效率

不受时空限制

关系加强

自主性更强

旅游网络营销的功能

提供产品信息和专业服务

提供自由探讨交流的平台

提供售后服务和跟踪调查

网络营销的运作模式

旅游企业对旅游企业

旅游企业对旅游消费者

旅游企业内部的网络运作模式

电子支付

电子支付的概念

电子支付的主要形式

电子现金支付

网上银行支付

第三方平台支付

移动支付或手机支付

**考核要求：**

掌握旅游电子商务的发展与市场定位，识记旅游电子商务、电子商务分类等概念

了解电子商务在饭店网络中的应用

了解电子商务在旅行社业务中的应用

了解旅游网络营销与电子支付

**第七章 旅游管理信息系统维护与管理技术**

**教学要点：**

旅游管理信息安全的概念、影响因素

旅游管理信息系统设计运行管理机构的组织形式与运行管理

旅游管理信息系统的安全措施和策略

旅行社管理信息系统的安全防御

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 旅游管理信息系统安全管理因素分析（1学时）

一、信息安全的概念

1、信息安全基本属性（CIA）  
（1)机密性——保证信息对未授权用户是机密的，及时被人获取依然无法理解；  
（2)完整性——防止被未授权用户篡改。  
（3)可用性——保证授权用户可用。

2、信息处理系统的脆弱性主要表现在：

（1）信息和财富高度集中在计算机系统中

（2）社会化的计算机网络是一个开放的复杂系统，给怀有不良目的使用者提供了机会

（3）计算机技术还不十分成熟

（4）基于计算机应用系统的法律体系不健全，难于对不正当的计算机信息交易活动实施依法监管

二、影响信息系统安全的因素  
（1）恶意攻击

（2）安全缺陷

（3）软件漏洞

（4）结构隐患

（5）环境因素  
第二节 旅游管理信息系统运行管理的组织机构（0.5学时）

一、管理机构的设置主要有两种方式。

1、在财务部内下设具有相对独立职能的电脑房，主管企业计算机管理信息系统的运行和维护工作。

旅游饭店和餐饮企业大多采用这种组织形式。

2、设置同其它部门平行的、业务相对独立的信息中心，主管全企业的信息系统规划、运行维护和与其它部门的合作。

旅行社企业大多采用这种方式。

3、信息系统管理机构的职能

企业信息系统管理机构的基本职能是对企业的信息资源实施有效地管理、保证信息资源得到充分地利用。具体职能如下：

（1）从战略和长远发展的角度全面地规划企业的计算机管理信息系统

（2）制定出与企业基本业务过程和技术水平相适应的信息系统管理制度

（3）负责对企业内各级、各类员工的培训

（4）负责维护系统的设备、软件和数据

第三节 旅游管理信息系统运行管理（0.5学时）

一、基础数据管理

1、文档维护与管理

（1）文档管理标准化、制度化  
（2）维护文档的一致性

（3）维护文档的可追踪性

2、数据维护管理  
指导操作人员录入正确数据；及时备份数据及管理备份数据

3、运行管理制度

（1）机房安全运行制度  
（出入身份验证、系统启动专人管理、不越权操作、系统状态记录等）

（2）信息系统的其它管理制度  
（重要软件管理制度、数据管理制度、口令管理制度、病毒防治制度、安全培训制度、

人员调离制度等）

第四节 旅游管理信息系统的安全措施和策略（2学时）

一、网络层的安全设计

1、物理层的安全防护(如物理线路防电磁泄漏)

2、链路层安全保护（数据加密）

3、网络层安全保护（采用防火墙）

4、传输层安全防护（访问控制、对实体身份认证）

5、应用层安全防护（数据加密、身份认证、数据备份恢复）

二、网络安全设计

1、网络的安全防范建议

（1）系统尽量与公网隔离，要有相应安全连接措施

（2）不同工作范围网络既要采用防火墙、安全路由器、保密网关等相互隔离，又要在政策遵循时保证互通

2、物理实体安全的设计

（1）合理规划中心机房与各科室、车间机房的位置

（2）对出入机房进行控制

（3）机房应进行一定内部装修

（4）选择合适的其他设备和辅助材料

（5）安装空调系统

（6）防火、防水、防磁、防静电、防电磁波干扰和泄漏

（7）电源，无污染

3、设计选择和安装安全可靠的软件

（1）选择安装相对安全可靠的OS和DBMS

（2）选择安装相对安全可靠的应用程序

（3）选择安装现有的商业软件

（4）加强软件安全管理

（5）重视软件安全保护技术

（6）提高软件开发过程及应用的标准化、工程化，加强版权保护。

4、保证信息系统中的数据安全

（1）数据加密（保证传输、使用的安全）

（2）数据备份（保证灾难恢复的安全）

5、选择安全可靠的操作系统和数据库管理系统

注意OS和DBMS的补丁更新

6、设计开发安全可靠的应用程序

（1）提供安全保护子程序，利用DBMS等的功能加强权限管理

（2）提高软件开发过程及应用的标准化、工程化

（3）尽量采用模块化思想

（4）采用成熟的软件安全技术

**考核要求：**

掌握与识记旅游管理信息安全的概念、影响因素

了解旅游管理信息系统设计运行管理机构的组织形式与运行管理

理解与识记旅游管理信息系统的安全措施和策略

**三、参考书目**

宫小全，《旅游管理信息系统》，清华大学出版社，2014年1月第5版。

陆均良，《旅游管理信息系统》，旅游教育出版社，2010年4月第1版。

查良松，《旅游管理信息系统》，高等教育出版社，2006年第2版。

邸德海，《旅游管理信息系统》，南开大学出版，2000年第1版。

左美云，《息系统的开发与管理教程》，清华大学出版社，2004年第1版。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件与实验室。建议大部分内容的课程在多媒体教室与实验室上，用课件

进行讲授，增加直观性和生动性。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

丝绸之路历史文化

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程为学院专业选修平台课程，是旅游管理专业的重要基础性和地域特色性课程。通过这门课程，使旅游管理专业学生能更好地理解丝绸之路的文化内涵，感受世界历史的风云变幻，并领悟人类文明的休戚相关。课程内容从史前丝绸之路与中国文明的关系开始介绍，在分地区讲述了丝绸之路核心地域的情况之后，进入语言、文学、文化交流、经济贸易，政治兴衰，民族聚散等等专题，最后结合“一带一路”展望丝绸之路的未来。本课程围绕理解丝绸之路的文化内涵、传承丝绸之路的伟大精神、领悟人类文明的休戚相关等专题展开，并结合旅游管理学生已具备旅游学专业理论知识的特点，设置了对丝绸之路旅游开发现状、存在的问题与对策等问题的讨论，以期达到学以致用的目的。

**（二）教学目的**

本课程旨在通过教学让学生既能理解丝绸之路历史文化的内涵与特点，又能比较全面地了解作为中国西部重要旅游品牌——丝绸之路沿线丰富的旅游资源、开发现状以及地理环境、主要城市概况、民族与民俗文化等方面的内容，同时也学会运用历史、地理、旅游学等学科相关理论分析丝绸之路历史文化对旅游开发的影响以及“一带一路”背景下丝绸之路旅游开发中存在的问题与对策等。

**（三）教学内容**

本课程主要介绍丝绸与中国文明的关系、陆上与海上丝绸之路的基本概况、丝路交通干道形成的历史地理基础、丝路历史文化发展的主要阶段、丝路沿线主要国家与节点城市概况、丝路上主要的历史人物及丝绸之路在中西文化交流中的历史地位和作用。

**（四）教学时数**

1、时数：2课时/周，总计：36课时

2、进度：

《丝绸之路历史文化》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 |
| 一 | 导论 | 6 |
| 二 | 丝绸与中国文明 | 6 |
| 三 | 丝绸之路的历史地理基础 | 4 |
| 四 | 丝绸之路与东西文化交流 | 6 |
| 五 | 汉朝与西方三大帝国的交往 | 4 |
| 六 | 海上丝绸之路 | 4 |
| 七 | 古今交融的丝绸之路 | 4 |
| 八 | 丝绸之路与西北旅游资源 | 4 |
| 合计 |  | 36 |

**（五）教学方式**

主要以“研究型学习”课程教学法为主，采用研究、讨论、讲座等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上经常交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

期末课程论文（60%）或开卷考试（60%）与平时成绩（含讨论、作业等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、理解三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

理解：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，理解占50%。题型一般包括：填空、名词解释题、简答题、论述题。

**二、本文**

**第一章 导论**

**教学要点：**

1、广义与狭义的丝绸之路

2、丝绸之路的历史意义

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 “丝绸之路”的由来（2学时）

“丝绸之路”是指起始于古代中国，连接亚洲、欧洲和非洲的古代商业贸易路线。狭义的丝绸之路一般指陆上丝绸之路。广义上讲又分为陆上丝绸之路和海上丝绸之路。

1. 丝绸之路的起源

二、丝绸之路的学术研究史

第二节 影响丝绸之路变化的原因（2学时）

一、影响丝绸之路变化的原因之一——环境气候

地区气候迅速转为干旱，必然造成沟通丝绸之路的一些绿洲的消失,以此可佐证这里气候的急速干旱导致了丝绸之路在唐末以后的衰落。

二、影响丝绸之路变化的因素之二——历史因素

从中国历史的发展来看，汉代开辟的这条丝绸之路时而因为政治对立、民族矛盾乃至战争而一度中断。

三、影响丝绸之路变化的因素之三——海上丝绸之路的超越

海内外许多专家学者认为，海上丝绸之路是陆上丝绸之路的进一步发展，尤其是宋元时代海上经济贸易的迅速发展，超过了传统的陆上丝绸之路。

第三节 学习丝绸之路历史文化的目的与方法（2学时）

通过本课的学习，让我们全面了解中国乃至中亚丝绸之路丰富多彩的历史文化、现状，培养大家在丝绸之路历史文化方面的基本素养，激发对丝绸之路历史文化的学习、研究兴趣。

掌握丝绸之路专业英语词汇，能通过阅读中外有关丝绸之路的最新文献对其历史文化某一方面进行深入了解。

课程基本参考书目：

陈振江：《丝绸之路》，北京：中华书局，1980年。

杨晓霭：《瀚海驼铃——丝绸之路的人物往来与文化交流》，兰州：甘肃教育出版社，1999年。

芮传明：《丝绸之路研究入门》，上海：复旦大学出版社，2009年。

林梅村：《丝绸之路考古十五讲》，北京：北京大学出版社，2006年。

范少言：《丝绸之路沿线城镇的兴衰》，北京：中国建筑工业出版社,2010年。

刘岩，王宏斌编著：《图说丝绸之路》，长春：吉林人民出版社,2010年。

李永良主编：《河陇文化 连接古代中国与世界的走廊》，上海：上海远东出版社；北京：商务印书馆, 1998年。

**考核要求：**

l、识记陆上丝绸之路、海上丝绸之路的概念。

2、理解广义与狭义视野下的丝绸之路之间的区别。

**第二章 丝绸与中国文明**

**教学要点：**

1、丝绸之路的定义

2、丝绸与中国文明

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 丝绸之路的定义（2学时）

一、德国地理学家李希霍芬的定义

在他的名著《中国》一书中首次提出“Seidenstrassen”(丝绸之路)一名。他对丝绸之路的经典定义是：“从公元前114年到公元127年间，连接中国与河中(指中亚阿姆河与锡尔河之间)以及中国与印度，以丝绸之路贸易为媒介的西域交通路线”。这个名称很快得到东西方众多学者的赞同。英国人称为“SilkRoads”；法国人称作“LaRoutedelaSoie”；日本人则称“绢の道”，皆为丝绸之路一词的各种译名。

二、赫尔曼对丝绸之路的定义

1910年，德国史家赫尔曼(AlbeaHerrmann)从文献角度重新考虑丝绸之路的概念，并在他的《中国和叙亚之间的丝绸古道》一书中提，“我们应该把这个名称的涵义延伸到通往遥远西方的叙利亚的道路上”。

第二节 丝绸之路的新认识（1学时）

一、时间上

从时间上，考古新发现把东西方丝绸贸易的开端追溯到公元前4世纪甚至更早时期。

二、空间上

从空间上，研究者一般把罗马视为丝绸之路的终点，并把汉唐中国古都长安和洛阳视为丝绸之路的起点。也有学者认为，这条路可以向西伸展到意大利的威尼斯，向东延伸至日本的奈良。

三、丝绸之路概念的修订

丝绸之路的定义：古代和中世纪从黄河流域和长江流域，经印度、中亚、西亚连接北非和欧洲，以丝绸贸易为主要媒介的文化交流之路。

1. 从世界五大纺织体系看中国文明（2学时）
2. 丝绸与中国纺织文明体系

在世界最古老的六大文明中，只有中国使用丝纤维。

二、世界五大纺织体系的比较

中国文明对旧大陆其他古代文明的发展产生过巨大影响。最能说明这个问题的就是中国发明的丝绸及其在古典世界的传播。

第四节 丝绸在中国文明发展过程中的作用（1学时）

一、在文化方面。

二、在科技方面。

三、在经济方面。

**考核要求：**

l、识记丝绸之路的全新定义。

2、理解丝绸与中国文明之间的关系。

**第三章 丝绸之路的历史地理基础**

**教学要点：**

1、地理位置与丝绸之路的形成关系

2、丝绸之路的分支路线

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

1. 地理位置与丝绸之路的形成（2学时）

一、海陆兼备的“中央之国”

二、黄土高原与中国早期的丝织业中心

第二节 丝绸之路开通的自然基础（1学时）

一、丝绸之路东段

东段，指敦煌以东而言。

二、丝绸之路中段

丝绸之路中段，指敦煌以西，葱岭（今帕米尔高原及昆仑山、喀喇昆仑山西部诸山的统称，中亚东南部、中国的西端，地跨塔吉克斯坦、中国和阿富汗。）以东而言。

三、丝绸之路西段

丝绸之路西段，指葱岭以西的路程。

1. 丝绸之路繁荣的人文基础（1学时）

一、中国古代的西部大开发与丝绸之路的繁荣

我国西北地区的开发与经营自古以来就与国家的盛衰息急相关，凡是经济文化繁荣兴盛的中央王朝都十分重视河西及西域的开发与经营。

二、汉唐对西北的政治、经济开发

**考核要求：**

l、了解地理位置与丝绸之路的形成关系。

2、理解历史上中原王朝对西部开发与经营与丝绸之路繁荣的关系。

**第四章 丝绸之路与东西文化交流**

**教学要点：**

1、丝绸之路的繁荣与东西文化的互动交流

2、中国文明对西域、南亚的影响

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 丝绸之路的繁荣：双向的文化馈赠（2学时）

这条从中国延伸到西域的绿洲地带，横穿伊朗高原，出伊拉克至叙利亚，最终止于罗马的全长七千公里的贸易道路，曾经把古老的黄河流域文化、恒河流域文化同著名的古波斯文化、希腊文化联结起来，从而成为东西方文化交流的历史见证。

第二节 西向：中国文明对西域、南亚的影响（2学时）

无私的馈赠——在漫长的历史岁月中，通过这条同样漫长的丝绸之路，中华民族将她固有的发明创造，慷慨地贡献给全世界。

第三节 东向：古罗马、希腊等文明对中原文化的影响（2学时）

巧妙地接受——中华民族文化的最大特点之一是她的宽容性，她不但能无私地慷慨地赠予，也能巧妙地有选择地接受。这种文化上的宽容性，使中华民族能够博采众长为己所用，不断丰富和发展着自己博大精深的文化内涵。

**考核要求：**

l、了解古罗马、希腊等文明对中原文化的影响。

2、了解中国文明对西域、南亚的影响。

3、理解丝绸之路的繁荣与东西文化的互动交流之间的关系。

**第五章汉朝与西方三大帝国的交往**

**教学要点：**

1、张骞通西域

2、黎靬、安息、大秦

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 张骞通西域（1学时）

一、西域的地理概念

广义和狭义上的西域

二、汉与匈奴的关系

三、张骞出使西域

1、第一次出使(前138～前126)

2、第二次出使（前119年～前115）

四、影响

汉通西域，虽然起初是出于军事目的，但西域开通以后，它的影响，远远超出了军事范围。“丝绸之路”把西汉同中亚许多国家联系起来，促进了它们之间的政治，经济和军事，文化的交流。

1. 黎靬（1学时）

一、考证

犁靬，西域古国名。亦作黎靬、犁鞬、牦靬、骊靬,皆同音异字。首见于《史记·大宛列传》。此国名相当于何地，学界多年来议论纷纭有瑞克姆（Rekem）说、剌伽（Rhaga）说、希尔尼亚(Hercanya)说、米底(Media)说、塞流古(Seleuchea)说、叙利亚说、埃及亚历山大城说等。

二、与汉朝的关系

1. 安息（1学时）

一、考证

安息，古代中东的地名和国名，又作“帕提亚”（英文作Parthia，国家名），汉朝则取其开国者Arsacids汉语音译“安息”作为国名；与汉朝关系密切，为丝绸之路的必经之地，其民族以安息回马箭而着称。

二、与汉朝的关系

第四节 大秦（1学时）

一、考证

大秦是古代中国对罗马帝国及近东地区的称呼。

二、与汉朝的关系

**考核要求：**

l、识记西域的地理概念。

2、了解黎靬、安息、大秦各国概况。

3、理解张骞出使西域的历史意义。

**第六章 海上丝绸之路**

**教学要点：**

1、海上丝绸之路的历史发展阶段

2、海上丝绸之路开辟的历史意义

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

1. 海上丝绸之路概说（2学时）

一、起源

古代海上丝绸之路起于秦汉，兴于隋唐，盛于宋元，明初达到顶峰，明中叶因海禁而衰落。

二、主要交通路线

海上丝绸之路从中国东南沿海，经过中南半岛和南海诸国，穿过印度洋，进入红海，抵达东非和欧洲。

第二节 海上丝绸之路的历史发展阶段（2学时）

一、海上丝绸之路形成期——秦汉

二、海上丝绸之路的发展期——魏晋

三、海上丝绸之路繁盛期——隋唐  
四、海上丝绸之路鼎盛时期——宋元

五、海上丝绸之路由盛及衰——明清

第三节 海上丝绸之路开辟的历史意义（2学时）

一、历史地位

二、现实意义

**考核要求：**

l、了解海上丝绸之路的历史发展阶段。

2、理解海上丝绸之路的历史意义。

**第七章 古今交融的丝绸之路**

**教学要点：**

1、丝绸之路的历史地位

2、丝绸之路的现实意义

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 丝绸之路的历史地位和现实意义（2学时）

一、文明传递的输送带

二、政治交往的纽带

三、世界文化的大运河

第二节 “一带一路”国家战略与丝绸之路的复兴（2学时）

一、时代背景

共建“一带一路”符合国际社会的根本利益，彰显人类社会共同理想和美好追求，是国际合作以及全球治理新模式的积极探索，将为世界和平发展增添新的正能量。

二、意义

共建“一带一路”致力于亚欧非大陆及附近海洋的互联互通，建立和加强沿线各国互联互通伙伴关系，构建全方位、多层次、复合型的互联互通网络，实现沿线各国多元、自主、平衡、可持续的发展。

1. 价值

“一带一路”的互联互通项目将推动沿线各国发展战略的对接与耦合，发掘区域内市场的潜力，促进投资和消费，创造需求和就业，增进沿线各国人民的人文交流与文明互鉴，让各国人民相逢相知、互信互敬，共享和谐、安宁、富裕的生活。

**考核要求：**

l、识记丝绸之路的历史地位和现实意义。

2、了解“一带一路”国家战略。

**第八章 丝绸之路与西北旅游资源**

**教学要点：**

1、西北丝绸之路的旅游开发价值

2、丝绸之路文化旅游资源的特征

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 西北丝绸之路的旅游价值（2学时）

一、丝绸之路是我国旅游产品开发的重要地带。

二、丝绸之路是我国西北地区旅游文化产业发展的品牌。

三、丝绸之路便于联合开发整体旅游产品。

现阶段,多国已开始联合申报合作开发丝绸之路文化遗产,西北四省区在其中的地位和作为将更为重要,换言之,丝绸之路便于西北五省区联合开发打造整体的旅游产品。

1. 西北地区丝绸之路旅游开发建议（2学时）
2. 开发现状

1、国内丝绸之路沿线的旅游资源概述

2、河南、陕西、甘肃、新疆的旅游资源

1. 存在的问题与对策

**考核要求：**

l、了解西北丝绸之路的旅游价值。

2、理解西北地区丝绸之路旅游开发的问题与对策。

**三、参考书目**

1、陈振江，《丝绸之路》，北京：中华书局, 1980年。

2、Xinru Liu.The Silk Road in Word History,oxford university press,2010.

3、Gan Fuxi,Robert H Brill,Tian Shouyun editors.Ancient Glass Rearch along the Silk Road ,word scientfic pnblishing Co.pte.ltd,2009、

4、李孝聪著，《中国区域历史地理》，北京大学出版社,2004年。

5、李并成，《河西走廊历史地理》，甘肃人民出版社，1995年。

6、谭其骧主编，《中国历史地图集》，中国地图出版社，1982年。

7、《中国地理地图集》编委会，《中国地理地图集》，中国大百科全书出版社，2011年。

8、芮传明，《丝绸之路研究入门》，复旦大学出版社，2009年。

9、范少言，《丝绸之路沿线城镇的兴衰》，中国建筑工业出版社,2010年。

10、刘岩，王宏斌编著，《图说丝绸之路》，吉林人民出版社,2010年。

11、李永良主编，《河陇文化 连接古代中国与世界的走廊》，上海远东出版社，商务印书馆, 1998年。

12、林梅村著，《丝绸之路考古十五讲》，北京：北京大学出版社, 2006年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。建议大部分内容的课程在多媒体教室上，用课件进行讲授，增加直观性和生动性。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游资源开发与规划

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程是高等院校旅游管理专业的专业必修课之一。通过本课程的学习，要求学生能较全面的认识有关旅游资源及其开发、规划的基本概念、原理和方法，明确旅游资源在旅游业中所处的重要地位和作用。为学生今后进一步学习其他专业课和从事旅游管理以及旅游开发、旅游规划实际工作奠定理论基础。

**（二）教学目的**

通过本课程的教学使学生了解到主要旅游资源类型的特征、成因，初步掌握开展旅游资源调查的方法和步骤，以及旅游资源开发与保护的基本理论和方法。从而掌握旅游开发规划的基本技术与实践技能，树立科学的旅游规划与开发理念，为从事旅游规划与开发工作进行了必要的知识储备。

**（三）教学内容**

本课程主要介绍旅游规划的基本理论和实务。教学内容主要包括旅游开发与规划与其他相关学科的关系、《旅游规划通则》解读、旅游规划与开发的概念体系、旅游规划与开发的理论基础与技术方法、中外旅游规划与开发的回顾与展望、旅游资源的分类与评价、旅游规划与开发的市场分析与营销策划、旅游规划与开发的主题定位和功能分区、旅游规划与开发的项目创意设计、旅游规划与开发的可行性分析、旅游开发的保障体系规划、旅游规划图件及其制作等内容。

**（四）教学时数**

1、3课时/周，总计：54课时

2、进度：

《旅游资源开发与规划》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 主要内容 | 总学时 | 课堂教学 | 实践教学 |
| 一 | 旅游开发与规划与其他相关学科的关系 | 4 | 4 |  |
| 二 | 《旅游规划通则》解读 | 4 | 4 |  |
| 三 | 旅游规划与开发的概念体系 | 2 | 2 |  |
| 四 | 旅游规划与开发的理论基础与技术方法 | 4 | 4 |  |
| 五 | 中外旅游规划与开发的回顾与展望 | 2 | 2 |  |
| 六 | 旅游资源的分类与评价 | 6 | 3 | 3 |
| 七 | 旅游规划与开发的市场分析与营销策划 | 6 | 3 | 3 |
| 八 | 旅游规划与开发的主题定位和功能分区 | 6 | 3 | 3 |
| 九 | 旅游规划与开发的项目创意设计 | 6 | 3 | 3 |
| 十 | 旅游规划与开发的可行性分析 | 4 | 2 | 2 |
| 十一 | 旅游开发的保障体系规划 | 6 | 4 | 2 |
| 十二 | 旅游规划图件及其制作 | 4 | 2 | 2 |
| 合计 |  | 54 | 36 | 18 |

**（五）教学方式**

采用讲授、讨论、案例及实践等教学法。该课程理论课主要在多媒体教室采用讲授与讨论、案例方法进行，实践部分主要在室外开展实践调研教学。

**（六）考核方式**

开卷笔试或规划设计。开卷笔试或规划设计（60%）与平时成绩（含讨论、作业等成绩，共占40%）结合。

**二、本文**

**导论：旅游开发与规划与其他相关学科的关系**

**教学要点：**

旅游开发与规划与其他相关学科的关系。

**教学时数：**4学时

**教学内容：**

1、旅游开发与规划与地理学的关系；

2、旅游开发与规划与经济学的关系；

3、旅游开发与规划与社会学的关系；

4、旅游开发与规划与心理学的关系；

5、旅游开发与规划与消费行为学的关系；

6、旅游开发与规划与其他相关学科的关系。

**考核要求：**

了解旅游开发与规划与地理学、经济学、社会学、心理学、消费行为学及其他学科的关联。

**导论：《旅游规划通则》解读**

**教学要点：**

《旅游规划通则》中对旅游发展规划和旅游区规划（包括旅游区总体规划、旅游区控制性详细规划和旅游区修建性详细规划）的基本要求和内容。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

1、旅游规划的编制要求；

2、旅游规划的编制程序；

3、旅游发展规划与区域规划的编制要求；

4、旅游控制性详细规划与修建性详细规划的编制要求；

5、《旅游规划通则》存在的问题。

**考核要求：**

掌握《旅游规划通则》对旅游发展规划和旅游区规划（包括旅游区总体规划、旅游区控制性详细规划和旅游区修建性详细规划）的基本要求和内容，同时了解《旅游规划通则》存在的问题。

**第一章 旅游规划与开发的概念体系**

**教学要点：**

通过本章的学习，使学生对旅游规划与开发的概念体系、对旅游系统、旅游开发及旅游规划的概念、旅游开发及旅游规划的目标、内容、分类、利益相关者、基本运作程序等有一定的把握。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节旅游系统（0.5学时）

一、旅游业的系统化特征、概念与结构

1、系统的概念

所谓系统是指个要素以一定的目标为导向，通过相互关联作用和反馈制约形成的有机整体。旅游业是关联性和带动性十分强的产业，其具有明显的系统性特征。

2、旅游系统的结构

从不同的角度看，旅游系统具有多样化的结构特征。包括：旅游系统的组织结构、经济结构、空间结构和层次结构。

旅游系统的组织结构包括：

旅游客源市场子系统

旅游目的地吸引力子系统

旅游企业子系统

旅游支撑与保障子系统。

旅游客源市场子系统：根据旅游者的来源地不同可以将旅游客源市场子系统分为本地客源市场、国内客源市场和国际客源市场等三类。

旅游目的地吸引力子系统是指旅游目的地对旅游者产生吸引力的各种资源和要素的总和，包括旅游吸引物（主要指自然、人文旅游资源以及节庆事件）、旅游设施（为旅游者提供各种服务的基础设施）、旅游服务（提供给旅游者的具有个性的特色服务）。 旅游企业子系统：是指为旅游者提供旅游产品及服务的企业集合。该子系统是联结旅游客源市场子系统和旅游目的地子系统的桥梁。主要功能为旅游者提供往返于旅游目的地和客源地的交通运输服务，在旅游目的地为旅游者提供生活必需的服务以及为旅游者提供游览、娱乐和购物等服务。

旅游支撑与保障子系统是指为旅游发展提供基础性支撑作用的产业部门，包括政策保障体系、组织保障体系、财政金融保障体系、市场保障体系、技术保障体系以及旅游资源开发保障体系等。该子系统不能单独存在，必须依附上述三个子系统，为其提供发展保障和支撑，是旅游发展中不可或缺的部分。

旅游系统的经济结构：可以简单地用“旅游需求——旅游市场——旅游供给”模型来描述。 旅游需求，主要是指旅游者的需求。旅游者在拥有资金和闲暇之余产生了旅游动机，从而向旅游市场中寻求旅游需求的满足。

旅游供给是与旅游系统组织结构中的旅游目的地吸引力子系统和旅游企业子系统相对应，具有吸引力并为旅游者提供各项产品和服务的要素组合，旅游供给部分在向旅游市场提供旅游产品和服务之时，获得自身利益。

旅游市场是旅游供给与旅游需求双方进行交换的中间场所，在价值规律、供求规律以及竞争规律的制约下，旅游市场能帮助旅游供给方和旅游需求方实现高效交换，从而使双方的利益达到最大化。

旅游系统的空间结构：旅游系统在空间上主要涉及三个要素，即旅游客源地、旅游目的地和旅游通道。

旅游系统的层次结构：按照区域范围的大小可以划分为宏观、中观、微观等不同的层次结构。

第二节 旅游规划概念（0.5学时）

一、旅游规划的概念旅游规划的功能旅游规划的分类旅游规划的利益相关者旅游规划的内容和成果形式旅游规划的编制步骤

1、旅游规划：

在旅游系统发展现状调查评价的基础上，结合社会、经济和文化的发展趋势以及旅游系统的发展规律，以优化总体布局、完善功能结构以及推进旅游系统与社会和谐发展为目的战略设计和实施的动态过程。

2、旅游规划的功能：

（1）在市场中合理配置旅游资源

科学合理地利用市场资源，在保证资源持续利用的基础上高效配置旅游资源。

（2）制定区域旅游发展的战略目标

确定合理的规划与开发目标，使旅游达到一个合理的发展总体水平和总方向。

（3）落实区域相关部门的协作

通过规划手段，使相关部门的资源合理、协调、顺利地进行。

 （4）保障区域旅游可持续发展

旅游规划要在遵循旅游自身系统规律的前提下，维持、保障区域旅游的持续发展。 旅游规划的分类：

旅游规划可以按照不同的标准分类，不同类型旅游规划间还存在着一定的等级关系。一般而言，下级旅游规划要与上级旅游规划保持内容上的一致。

（1）按旅游规划的时空二维尺度分类

空间尺度分类（国际协调、国家全面、区域综合、旅游景点综合规划） 时间尺度分类（短期1~2、中期3~6、长期10~25）

（2）按旅游规划的内容分类

旅游综合规划：从全局角度、内容丰富

旅游专题规划：在综合规划的指导下、针对性较强

（3）按规划的深度要求分类

旅游发展总体规划：期限较长10~20，确定区域旅游发展目标和制定发展战略 控制性详细规划：年限较短约10年左右，针对规模适中的区域制定规划。

确定合理的规划与开发目标，使旅游达到一个合理的发展总体水平和总方向。

旅游规划要在遵循旅游自身系统规律的前提下，维持、保障区域旅游的持续发展。 旅游规划的分类：

旅游规划可以按照不同的标准分类，不同类型旅游规划间还存在着一定的等级关系。一般而言，下级旅游规划要与上级旅游规划保持内容上的一致。

（一）按旅游规划的时空二维尺度分类

空间尺度分类（国际协调、国家全面、区域综合、旅游景点综合规划） 时间尺度分类（短期1~2、中期3~6、长期10~25）

（二）按旅游规划的内容分类

旅游综合规划：从全局角度、内容丰富

旅游专题规划：在综合规划的指导下、针对性较强

（三）按规划的深度要求分类

旅游发展总体规划：期限较长10~20，确定区域旅游发展目标和制定发展战略 控制性详细规划：年限较短约10年左右，针对规模适中的区域制定规划。 落实区域相关部门的协作，通过规划手段，使相关部门的资源合理、协调、顺利地进行。保障区域旅游可持续发展。

第三节旅游开发概述（1学时）

旅游开发的概念

旅游开发一般指为发挥、提升旅游资源对游客的吸引力，使得潜在的旅游资源优势转化为现实的经济效益，并使得旅游活动得以实现的技术经济行为。

旅游开发的内容

旅游资源的开发利用

旅游地的交通安排

旅游辅助设施的建设

旅游市场的开拓

旅游开发的原则

个性化原则

市场导向原则

综合效益原则

注重保护原则

系统开发原则

四、旅游开发的步骤

1、旅游资源的调查

2、旅游资源的评估

3、制定旅游规划

4、具体实施计划

**考核要求：**

了解旅游规划与开发的概念体系

掌握旅游资源的分类

识记并掌握旅游资源开发的原则等

**第二章 旅游规划与开发的基础理论**

**教学要点：**

通过本章的学习，使学生掌握旅游规划与开发的几个重点理论，并对区位理论、旅游生命周期理论、可持续发展理论、旅游社会人类学等理论在旅游规划开发中的作用有一定的认识，理解并运用几个基础理论指导旅游规划与开发。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节旅游规划与开发的理论体系（1学时）

旅游规划与开发理论的四大板块

经济理论板块

环境理论板块

人文理论板块

规划理论板块

规划理论板块是旅游规划与开发理论体系的核心部分。

旅游规划与开发理论的四大层面

关于旅游规划研究方法的理论

关于旅游系统及其发展的理论

关于旅游规划的理论

关于旅游规划实施的理论。

第二节旅游规划与开发的基础理论（2学时）

区位和空间结构理论

1、一般来说，空间结构会依次经历原始均衡结构、增长极结构、核心-边缘-外围结构、网络一体化结构

消费者行为理论

该理论主要在旅游产品及线路设计，市场营销策略的选择中的应用

可持续发展理论

巴特勒把旅游生命周期分为六个阶段：探索、起步、发展、稳固、停滞、衰落或复兴。 普罗格从旅游者的心理特性出发提出了旅游地生命周期的心理图式假说。旅游者按照心理类型分为：多中心型、近多中心型、中间型、近自我中心型、自我中心型。

可持续发展理论的原则

公平性原则（同代人间的公平性，代际间的公平性，分配有限资源的公平性）

可持续原则

共同性原则。

第三节旅游规划与开发的技术方法（1学时）

遥感技术的概念及应用

遥感技术一般应用于：

探查旅游资源

提供制图基础

动态规划原理

地理信息系统的概念及应用

地理信息系统一般应用于：

为旅游地的开发和管理提供相关信息

构造求知型和互动型导游系统

全球定位系统的概念及应用

全球定位系统主要应用于定点、定线和定面研究

**考核要求：**

掌握旅游规划与开发的理论体系

掌握旅游规划与开发的相关基础理论及具体应用

**第三章 中外旅游规划与开发的回顾与展望**

**教学要点：**

通过本章的学习，使学生了解国内外旅游规划的发展历史、趋势展望，应用前面所学理论和方法，对当前旅游规划开发的主要热点问题进行分析，能结合各地综合条件对一些开发热点问题提出具有一定深度、可行性较强的措施建议。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节国内外旅游规划与开发的历史回顾（0.5学时）

一、国外旅游规划与开发实践的回顾

二、中国旅游规划与开发的回顾

中国旅游规划与开发的起步阶段（20世纪70-80年代初期）；积累阶段（20世纪80年代中期-20世纪90年代末）；快速发展阶段（20世纪90年代-21世纪初期）；规范化与国际化发展阶段（21世纪初期至今）

第二节旅游规划与开发的发展趋势展望（0.5学时）

全球化发展趋势

市场化的发展趋势

创新化的发展趋势

生态化的发展趋势

第三节国内外旅游规划与开发研究的热点解读（1学时）

城市旅游规划与开发

城市旅游是指旅游者受城市文化、城市景观和城市商务氛围吸引，在城市区域内进行的，以探亲访友、商务会议、文学修养、观光购物以及游乐休闲等为目的的旅游活动。

生态旅游规划与开发

生态旅游：通过利用未受人类开发的自然生态资源开展的旅游活动。

会展旅游规划与开发

会展旅游：通过举办各种类型的国际展览会、博览会、交易会、运动会、招商会等，吸引大量游客前来洽谈贸易、旅游观光、进行技术合作、信息沟通、人员互访和文化交流，以此带动交通、旅游、商业、餐饮等多项相关产业的发展，它是一种综合性的旅游服务形式。

主题公园规划与开发

主题公园：根据某个特定的主体，采用现代科学技术和多层次空间活动设置方式，集诸多娱乐活动、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地。 世界上第一个现代意义上的主题公园是1955年美国加利福尼亚州的迪斯尼乐园 我国主题公园兴起的标志是1989年深圳锦绣中华主题公园规划与开发的主要内容：①园区主题选择②园区功能分区③园区游线设计④项目创新机制 。

扶贫旅游规划与开发

扶贫旅游，既有利于贫困人口的的旅游，其开发目标为使贫困人口的经济利益达到最大，并且注重贫困地区经济发展机会的开发

假日旅游规划与开发

假日旅游是指人们利用节假日或双休日，外出旅游所引发的游、购、娱、食、住、行等消费活动的总称。

文化古迹旅游规划与开发

文化古迹旅游：为了体验能真切反映过往的人和故事的场所、文化遗物核活动的一种旅行，它涵盖文化、历史和自然的资源。

**考核要求：**

了解国内外旅游规划与开发的现状与全球化发展趋势

掌握旅游开发的热点与分类

**第四章 旅游资源的分类与评价**

**教学要点：**

通过本章的学习，使学生在已有认知水平基础上掌握旅游资源的分类、调查及评价的内容、程序与方法。

**教学时数：**

6学时（其中实践教学3）

**教学内容：**

第一节旅游资源概述（0.5学时）

旅游资源概念

旅游资源概念是指能够激发旅游者的旅游动机并促动其实现旅游活动，可谓旅游业发展所用，并由此产生一定的经济、社会及生态环境效益的一切自然存在和社会创造。

旅游资源的特征

观赏性和体验性

时限性和区域性

多样性和综合性

垄断性和不可迁移性

永续性和不可再生性

吸引力的定向性

变化和可创新性

第二节旅游资源的类型（0.5学时）

一、按照旅游资源的基本属性分类

二、按照旅游资源的景观组合分类

三、按照旅游资源的吸引力级别分类

四、旅游资源国家标准的分类

五、其他旅游资源的分类标准

第三节旅游资源调查（1学时）

旅游资源调查的类型

是指按照旅游资源分类标准，对旅游资源单体进行的研究和记录工作、旅游资源调查是进行资源评价和编制开发规划的基础 5、 旅游资源调查的类型：旅游资源概查、旅游资源详查

旅游资源调查的内容

旅游资源调查的程序

旅游资源调查方法

第四节旅游资源的评价（1学时）

一、旅游资源评价的原则

对旅游资源的规模、质量、等级、开发前景及开发条件进行科学分析和评价，为旅游资源的规划开发和管理决策提供依据。

二、旅游资源评价的内容

1、旅游资源的综合评价内容主要包括三个方面

（1）旅游资源特色和结构的评价

（2）旅游资源环境的评价

（3）旅游资源开发条件的评价。

三、旅游资源评价的方法

1、定性评价方法

2、定量评价方法

**考核要求：**

1、掌握旅游资源的概念和类型

2、了解旅游资源的调查和相关评价

**第五章 旅游规划与开发的市场分析与营销对策**

**教学要点：**

通过本章的学习，使学生在已有认知水平基础上理解、掌握市场分析在旅游规划开发中的重要性、旅游规划开发中市场分析的内容、市场调研分析的方法及主要营销对策。

**教学时数：**

6学时（其中实践教学3）

**教学内容：**

第一节旅游规划与开发市场分析的内容宏观环境分析市场接待现状分析（1学时）

一、旅游规划与开发的市场分析的内容

宏观环境分析（6个）：人口、经济、社会、政治、文化、区位

恩格尔系数：59%以上贫困，50%-59%温饱，40%-49%小康，30%-39%富裕，30%以下最富裕

2、市场接待现状分析

3、市场竞争者分析

竞争者的反应模式分为：缓慢反应者、局部反应者、隐蔽反映者、激进反映者

第二节市场调研与市场分析的程序和方法（1学时）

旅游市场调研的程序

调研的方法

官方统计资料的搜集

现场观察调查法

面谈和电话询问

抽样调查

市场预测及其方法

第三节旅游规划与开发的营销对策（1学时）

目标市场的选择

1、市场细分的概念：是从旅游者的需求出发，根据不同的标准将客源市场划分为若干子市场，以从中选出目标市场的过程。

2、目标市场选择的原则：

（1）目标市场应具有可测量性

（2）目标市场应具有可进入性

（3）目标市场应具有可盈利性

（4）目标市场应具有可操作性

3、目标市场选择的策略：

（1）无差异市场策略。可以忽视子市场之间的差异，把整个市场看做是一个具有相同或近似需求的大的目标市场，并以单一的市场营销组合去满足该市场的需要。

（2）差异性市场策略。针对目标市场的特点，分别制定出有针对性的市场营销组合，以尽可能满足目标顾客的不同需求。

（3）集中式市场策略。选择一个或少量几个细分市场座位目标市场以便集中全部精力，凭借有限的人、财、物取得较高的市场占有率

营销渠道的设计

1、传统的营销渠道（旅游分销商、大众传媒、户外媒体、专业媒体）

2、创新的营销渠道（枢纽区域的免费信息发放、互联网、旅游交易会、直接邮寄）

营销战略的策划

形象制胜战略

竞争优势战略

品牌支撑战略

产品升级战略

**考核要求：**

1、旅游规划与开发市场分析的内容宏观环境分析

2、理解与掌握市场调研与市场分析的程序和方法

3、旅游规划与开发的营销对策

**第六章 旅游规划与开发的主题定位和功能分区**

**教学要点：**

通过本章的学习，使学生理解主题是旅游规划的灵魂，了解和掌握主题定位的内容、区域旅游主题形象定位的涵义、方法、塑造方法及传播策略、区域旅游空间功能分区的作用、方法、主要空间布局模式、旅游线路的优化设计等内容。

**教学时数：**

6学时（其中实践教学3）

**教学内容：**

第一节旅游规划与开发的主题定位（1学时）

主题

主题是一种无法触摸的规划设计理念和价值观，它需要借助各种形式的旅游产品和项目才能让旅游者感知。

主题定位的内容

1、旅游发展目标定位

旅游发展目标分类（按属性）：经济水平目标、社会效益目标、环境保护目标、文化发展目标 。

旅游发展目标的框架：满足个人需要、提供新奇经历、创造具有吸引力的"旅游形象" （2）旅游

2、功能定位

旅游功能定位的影响因子：目标市场期望、政治经济环境、技术资金实力、旅游资源基础 在具体的功能细分上，区域的旅游功能可以划分为三个向量：经济功能、社会功能、环境功能

3、旅游形象定位

第二节旅游规划与开发的主题形象定位（1学时）

旅游主题形象及其特征

旅游主题形象的概念：某一区域内外公众对旅游地总体、抽象、概括的认识和评价，它是旅游地的历史、现实、未来的一种理性再现。

特征

（1）稳定性

（2）综合性

（3）可塑性

旅游主题形象的定位及推广

1、旅游主题形象定位的三要素：主体个性、传达方式、受众认识，

2、旅游主题形象定位的策略

（1）超强定位策略

（2）近强定位策略

（3）对强定位策略

（4）避强定位策略

（5）名人效应定位策略

旅游主题形象的塑造方法

1、旅游主题形象的塑造方法

（1）传统宣传材料

（2）旅游形象识别系统CIS

企业形象识别系统（CI），分为三个方面。企业的MI理念识别，VI视觉识别，BI行为识别

（3）节庆及公关活动

四、旅游主题形象的传播策略

1、正面强化策略

2、负面消除策略

第三节 区域旅游空间功能分区（1学时）

旅游功能分区的原则

1、旅游的功能分区：是依据旅游开发的资源分布、土地利用、项目设计、等状况而对区域空间进行系统划分的过程，是对旅游地经济要素的统筹安排和布置

2、旅游功能分区的原则：

（1）突出分区原则、

（2）集中功能单元原则

（3）协调功能分区

（4）合理规划动、视线原则

（5）保护旅游环境原则

旅游功能分区的方法

典型的空间布局模式

（1）同心圆式布局：核心保护区、游憩缓冲区、密集有其服务区

（2）环核式布局

（3）社区-吸引物式布局

四、旅游路线的设计原则：

（1）市场导向原则

（2）突出主体原则

（3）游程环形设计原则

（4）合理搭配原则

（5）机动灵活原则

五、旅游线路设计的步骤：

（1）确定目标市场的成本因素

（2）根据游客的类型和期望确定线路上的主要旅游景点

（3）在上述研究的基础上，对相关基础设施和旅游服务设施进行分析，设计出若干可供选择的线路方案

（4）从备选方案中选择出最优的旅游线路设计

**考核要求：**

了解旅游路线设计及相关原则与步骤

可以学以致用，自主进行优化旅游路线的探索

了解旅游主题形象的相关策略

**第七章 旅游规划与开发的项目创意设计**

**教学要点：**

1、掌握旅游项目的概念和分类方法

2、掌握旅游项目设计的原则

3、掌握旅游项目设计的方法

4、掌握旅游项目的重要内容好和主要程序

**教学时数：**

6学时（其中实践教学3）

**教学内容：**

第一节旅游规划与开发的项目创意设计概述（1学时）

一、旅游项目的概念

旅游项目定义：以旅游资源为基础开发的，以旅游者和旅游地居民微信因对象，为其提供休闲服务、具有持续吸引力，以实现社会、经济、生态效益为目标的旅游吸引物 。旅游规划与开发中的旅游项目的概念是一个十分广泛的概念，简单说就是各种资源加以开发和利用形成的旅游吸引物。具体有三个特征：

旅游项目应该为旅游者提供消遣以度过闲暇时间

旅游项目的吸引力应该长久，其吸引到对象不仅仅是旅游者，一日游者和当地居民也应该是吸引对象

旅游项目需要一定的管理和经营

旅游项目的分类

基于不同的研究目的和观察角度，旅游项目可以分为多种类型，比较常见的有以下两种：

主体分类法

2、环境分类法

旅游项目创意设计的特征

1、功利性

2、社会性

3、创新性

4、时效性

5、超前性

第二节旅游规划与开发项目创意设计的原则（1学时）

一、旅游项目创意设计的总体原则

旅游项目的设计及其总体而言，重点落脚于“创新”二字，在旅游项目设计中必须遵循以下两原则：

人无我有

即从旅游项目的外观、内涵和功能等方面看，旅游项目都属于全新的类型，其他旅游地从未出现过得。这是擦黄心的基本原则之一。

人有我优

人有我优的主要设计手法是在现有的旅游项目上做一些针对本地资源特色和目标市场的优化调整，如对旅游项目形式的创新、对旅游项目功能的拓展等。

人优我新

人优我新是当一个旅游项目在别的旅游地已经发展较为成熟，且在目前条件下，无法通过创新措施使本地在该旅游项目上取得竞争优势时，应主动放弃这类项目，转而寻找其他市场空间。

旅游项目创意设计的基本原则

1、因地制宜原则

2、整体优势原则

3、综合设计原则

4、现实性原则

5、一致性原则

6、三大效益原则

第三节旅游项目创意设计的内容与程序（1学时）

一、旅游项目创意的方法

1、头脑风暴法

2、德尔菲法

3、灰色系统法

二、旅游项目创意设计的内容

1、旅游项目的名称

2、旅游项目的风格

3、旅游项目的选址

4、旅游项目的内涵

5、旅游项目的管理

三、旅游项目创意设计的程序

1、分析旅游开发低的环境

2、分析旅游开发地的资源特色

3、旅游项目的初步构思

4、旅游项目构思的评价

5、旅欧项目的设计

6、项目策划书的撰写

四、旅游项目创意设计的影响因素

1、旅游开发者能力和开发者实力要求

2、旅游资源的赋存状况

3、旅游市场需求状况

旅游项目要在市场中实现它的价值，旅游项目设计的成效需要在市场中予以客观评价，旅游项

目设计要以市场为导向，考虑旅游者行为模式和未来需求。

**考核要求：**

1、了解旅游规划与开发的项目创意设计相关内容

2、利用项目创意设计的原则与方法进行项目创意设计

3、掌握并识记旅游项目创意设计的内容与程序

**第八章 旅游规划与开发的可行性分析**

**教学要点：**

1、掌握旅游开发的可行性分析的概念

2、掌握旅游规划与开发效益评估的内容与方法

3、掌握旅游规划与开发不确定性分析的方法

4、掌握财务可行性分析主要指标的计算等内容

**教学时数：**

4学时（其中实践教学2）

**教学内容：**

第一节旅游规划与开发的可行性分析概述（0.5学时）

一、旅游规划与可行性分析

1、概念、功能与特征

可行性分析是在项目开发建设前，对于资本相关的市场、技术、经济、社会等方面问题进行全面分析、论证、评价，以确定该项目是否具有可行上午技术方法。旅游规划与开发是对区域开发和发展的总体安排，从区域经济的角度来看，其影响的产业部门较多，涉及的投资金额较大，因此，属于重要投资项目。对旅游规划和开发进行可行性分析能够有效地避免比避免走弯路，有助于更好地实现旅游规划与开发的综合效益。

旅游规划与开发的可行性分析的功能

（1）是项目决策的前提和标准

（2）是吸引项目融资的重要依据

（3）是保证旅游规划开发的重要手段

旅游规划与开发的可行性分析的特征

从旅游规划与开发可行性分析的内容和方法上来看，其特征主要表现为以下四个方面：

（1）对于决策的支持性特征

（2）对于方案的比较性特征

（3）分析前提的假设性特征

（4）分析内容的全程行特征

二、旅游规划与开发的可行性分析的原则

1、客观公正原则

2、成本效益原则

3、系统分析原则

4、规范化原则

三、旅游规划与开发可行性分析的内容

1、旅游规划与开发的生命力分析

2、旅游规划与开发的的财务分析

3、旅游规划与开发的效益评估

4、旅游规划与开发的不确定性分析

四、旅游规划与开发可行性分析的步骤

1、尽可能的收集和占有资料

分析人员遵循客观公正的原则，尽可能的收集和占有旅游地及目标市场的相关的信息和数据，如果有与该地类似的旅游地。也应对其信息进行收集以便比较分析。

2、对旅游的资源和特色进行分析

旅游资源的赋存情况和特色决定其开发的潜力，资源数量也越多，空间集中度越高，文化底蕴越深厚特色越明显，其旅游资源开发潜力就越大，因此，对旅游资源的及特色的研究是分析规划和开发项目可行性的重要步骤。

3、分析目标市场的需求和竞争优势

通过对目标市场的需求规模、特征及竞争态势的预测分析来评价规划项目与市场需求之间的吻合度。

4、分析旅游规划与开发的环境可行性

对开发地的宏观经济状况、政策和法规、基础设施、生产资料等要素进行综合评价，这些条件越优越，规划和开发的风险和成本就越低，其可行性就越好。

5、研究旅游开发规划的技术可行性

主要就旅游项目设计中较为关注的区位、主题选择和项目设计等技术高含量价偏高的规划内容进行分析和判断，看其是否具有成功的可能性和可操作性。

6、研究旅游规划与开发的融资可行性

融资是旅游规划和开发的实施过程中的重要环节，该步骤是对旅游开发过程中多需的资金数额及其来源和筹措方式进行可行性评估。

7、研究旅游规划与开发的外部影响

分析旅游开发的实施对周边社会、环境、经济打来的可能性影响。

8、研究旅游规划与开发的财务可行性

在前面内容都确定以后，研究人员对旅游规划和开发全过程的财务数据进行预测和计算，用财务结果分析是否可行。

9、编写可行性研究报告

第二节旅游规划与开发的财务可行性分析（0.5学时）

一、财务可行性分析的概念

旅游规划与开发的财务可行性分析是从微观的角度，按照国家的财税制度，对旅游规划与开发项目的财务进行定量评价，再从宏观角度进行经济效益分析。

理论基础

资金的时间价值理论

（1）资金的时间价值影响因素

（2）资金时间价值的计算公式

2、资金的时间价值影响因素

（1）现金流量概念

（2）旅游规划与开发的现金流量内容

（3）现金流量的表示方法

（4）现金流量的理论应用

三、主要指标

1、静态财务评价指标

动态财务评价指标

第三节旅游规划与开发的效益评估（0.5学时）

1、旅游规划与开发效益的分类

旅游规划与开发的效益是指在旅游开发过程中旅游活动导致的经济、社会及生态环境等要素发生变化而引起的对人类社会的效应，所以，从整个系统来看，旅游规划和开发的效益包括两个层面，即旅游规划和开发对于各种环境的影响以及环境的反作用。

经济效益评估

旅游开发和规划的经济效益评估既包括正面经济效益评估又包括负面经济效益评估，对经济效益评估的方法主要有：

旅游规划与开发对国民经济增长率的贡献

旅游规划与开发对国民经济产业结构调整的贡献率

旅游产业在国民经济中的乘数效应和关联效应

社会效益评估

旅游活动必然会产生旅游者与目的地居民的社会交往，在双方互动的过程中，他们所沙鸥到的影响强度是有差异的，对旅游者来说可能是微弱的，但对目的地居民来说，是持续不断地，可能会议导致当地文化变迁。对社会文化的效应也分为正面效应和负面效应。

生态环境效益评估

旅游规划与开发对生态环境的积极影响

（1）保护自然景区和历史古迹

（2）改善基础设施和服务设施③提高绿化比例和环境质量

旅游规划与开发对生态环境的负面影响

（1）造成众多污染

（2）导致过度拥挤

（3）破坏生态系统

（4）损毁文物古迹

第四节旅游规划与开发的不确定性分析（0.5学时）

一、敏感性分析

敏感性分析是指通过分析、预算旅游规划与开发项目的主要制约因素及发生变化时引起的经济效果评价指标的变化的幅度，了解各种因素的变化对实现预期经济目标的影响程度，从而对旅游规划与开发项目在各种风险中的承受能力做出判断。

盈亏平衡分析

盈亏平衡分析主要着眼于盈亏平衡点的分析，即对项目投资产量、成本和盈利之间的平衡关系进行分析。

概率分析

概率分析是用概率来分析、研究不确定性因素对项目经济效果的影响的一种不确定性分析方法，常用方法有期望值法、决策树法和模拟法。

**考核要求：**

了解并掌握旅游规划与开发的可行性分析的概念、特征与原则

了解可行性分析的步骤

实际运用相关方法进行可行性分析

**三、参考书目**

1、马勇，《旅游规划与开发》，高等教育出版社，2012年，第三版。

2、刘代泉等，《旅游资源开发与规划》，旅游教育出版社，2008年。

3、甘枝茂等，《旅游资源与开发》，南开大学出版社，2000年。

4、梁明珠，《旅游资源开发与规划》，[暨南大学出版社](http://search.dangdang.com/book/search_pub.php?category=01&key3=%F4%DF%C4%CF%B4%F3%D1%A7%B3%F6%B0%E6%C9%E7" \t "_blank)，2005年。

5、吴忠军，《旅游景区规划与开发》，高等教育出版社，2003年。

6、黄咏梅，《中国旅游资源概论》，重庆大学出版社，2009年。

7、全华，《旅游规划实务》，中国科学技术出版社，2009年。

8、[吴肖淮](http://search.dangdang.com/book/search_pub.php?category=01&key2=%CE%E2%D0%A4%BB%B4&order=sort_xtime_desc" \t "_blank)、[李重](http://search.dangdang.com/book/search_pub.php?category=01&key2=%C0%EE%D6%D8&order=sort_xtime_desc" \t "_blank)等，《旅游资源规划与开发》，电子工业出版社，2009年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

课堂讲授的基础上适当运用多媒体课件进行理论教学，同时配合观看资料片以增加直观感受等手段和方法进行。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

景区英语解说系统

**一、说明**

**（一）课程性质**

《景区英语解说系统》课程为学院专业平台必修课，开设于第七学期，共36学时。如今，大众旅游的兴起极大地推动了旅游解说的发展，旅游解说被广泛地应用于旅游活动之中。在旅游景区，通过解说系统向游客诉说某一景观的景色与历史背后的故事，以帮助游客透过第一手解说资料去观光、体验、学习、感受，并获得启发。20世纪80年代以来，我国旅游业发展日新月异，国际入境旅游人次不断增加。鉴于英语仍为国际第一通用语言，故景区英语解说就显得格外重要。为了更好促进各国人民之间沟通交流，让海外游客直接获取信息，充分领略和享受中国丰富的自然人文旅游资源，旅游景区英语解说系统的规划、设计与管理必不可少。因此，对于高等院校旅游管理专业学生来说，这是不容忽视的一门课程。

**（二）教学目的**

本课程在借鉴和吸收发达国家旅游景区解说的经验和理论成果的基础上，针对国内旅游景区英语解说现状，要求学生了解旅游景区英语解说系统的概念、构成要素、性质、功能、类型、展示方式、规划、设计与管理；以旅游景区英语标识设计、主题公园、生态旅游区、民族文化旅游社区、遗产旅游区等四个不同旅游地类型旅游英语解说系统构建的理论与实践为案例，要求学生更具体而深入地解读、探讨、评析英语解说词的文本写作与设计；此外，以中外著名景区向导式英语导游解说系统设计为例，要求学生深入研读、探讨、评析各类型英语导游解说词文本内容，以此全面而系统地培养与提升学生作为英语导游解说员的英语语言综合运用能力与素质。

**（三）教学内容**

第一讲旅游景区解说系统概述

第二讲旅游景区英语解说系统概述

第三讲旅游景区英语标识设计案例

第四讲主题公园旅游区英语解说系统构建的理论与实践  
第五讲生态旅游区英语解说系统构建的理论与实践  
第六讲民族文化旅游区英语解说系统构建的理论与实践  
第七讲遗产区域旅游英语解说系统构建的理论与实践

第八讲中外著名景区向导式英语导游解说系统设计案例

**（四）教学时数**

1、时数：2 课时/周，总计：36课时

2、进度：

《景区英语解说系统》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 章节 | 课程内容 | 学时数 | | | |
| 合计 | 讲授 | 实操 | 机动 |
| 第一讲 | 旅游景区解说系统概述 | 2 | 1 | 1（谈论） |  |
| 第二讲 | 旅游景区英语解说系统概述 | 2 | 1 | 1（谈论） |  |
| 第三讲 | 旅游景区英语标识设计案例 | 7 | 3 | 4（案例） |  |
| 第四讲 | 主题公园旅游区英语解说系统构建的理论与实践 | 4 | 1 | 3（案例） |  |
| 第五讲 | 生态旅游区英语解说系统构建的理论与实践 | 4 | 1 | 3（案例） |  |
| 第六讲 | 民族文化旅游区英语解说系统构建的理论与实践 | 4 | 1 | 3（案例） |  |
| 第七讲 | 遗产区域旅游英语解说系统构建的理论与实践 | 4 | 1 | 3（案例） |  |
| 第八讲 | 中外著名景区向导式英语导游解说系统设计案例 | 9 | 4 | 5（案例） |  |
| 总计 | | 36 | 13 | 23 |  |

**（五）教学方式**

“讲、学、讨论、实操”合一的授课方式，贯穿以学生为中心，学生主导课堂，教师做引导与辅助的宗旨；倡导课堂体验、实践、参与、合作与交流。多种教学方法交错使用：案例式、直观式、互动式、参与式等传统的教学手段与板书、音响设备、投影设备、多媒体课件等现代教育技术手段灵活运用。

基础理论知识部分，要求学生对于教学要点首先展开自主阅读、归纳、总结；进而，依据教师提供反馈问题，展开小组讨论；最后，收集与分享各小组谈论结果，与教师一起形成对教学要点全面的梳理与把握。

语解说词案例研读、探讨、评析部分，注重积极开发课堂活动的多元化模式，引导学生主人翁意识；注重培养学生的学习策略与自主学习体系，贯穿以学生为中心，教师做引导的宗旨；倡导课堂体验、实践、参与、合作与交流；注重培养学生的英语文本研读与学习策略，加大学生课堂实践练习的力度，提升个性化的练习难度；课堂活动的设计关系到学生的课堂参与度和参与质量，因此，应充分考虑到学生的主观能动性，引导其自主设计活动、自主开展活动的可能性，如角色扮演、实景演练、角色代入、辩论等方式。采取个人练习、结对练习、小组练习和课堂活动等多样性的练习形式，培养与提高学生的英语语言综合运用能力与素质。

**（六）考核方式**

期末口试（60%）与平时形成性考核（含课堂问答10%、课堂活动10%、课堂参与10%、课堂考勤10%等成绩，共占40%）结合。

期末口试考核内容：旅游景区英语标识，主题公园旅游区、生态旅游区、民族文化旅游区、遗产区域、中外其他著名景区旅游英语解说词写作与设计案例。

期末口试考核方式：旅游景区英语标识与解说词英汉口译、旅游景区英语导游模拟解说。

**二、本文**

**第一讲 旅游景区解说系统概述**

**教学要点：**

通过本讲学习，了解旅游景区解说系统的概念、构成要素、性质、功能，掌握旅游景区解说系统的类型、展示方式，从而对本课程的基本内容有一个概括的认知。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、解说

“解说系统”的涵义，就是运用某种媒体和表达方式，使特定信息传播并到达信息接受者中间帮助信息接受者了解相关事物的性质和特点，并达到服务和教育的基本功能。

台湾朝阳科技大学休闲事业管理系助理教授、环境解说博士吴忠宏认为“解说是一种信息传递的服务，目的在于告知及取悦游客并阐释现象背后所代表之含意，藉着提供相关的资讯来满足每一个人的需求与好奇，同时又不偏离中心主题，期能激励游客对所描述的事物产生新的见解与热诚”。

还有学者认为，通过解说的独特功能，实现“资源、游客、社区和旅游管理部门之间的相互交流”（NPS，1907）。

二、旅游景区解说

三、旅游景区解说系统及其构成要素

景区解说系统一般由软件部分（导游员、解说员、咨询服务等具有能动性的解说）和硬件部分（导游图、导游画册、牌示、录像带、幻灯片、语音解说、资料展示栏柜等多种表现形式）构成。

四、旅游景区解说系统的功能

1、旅游解说系统的服务功能  
2、旅游解说系统的教育功能  
3、旅游解说系统的使用功能  
4、旅游解说系统的审美功能  
5、旅游解说系统的保护功能

五、旅游景区解说系统的类型与展示

1、自导式解说系统

自导式解说系统由书面材料、标准公共信息图形符号、语音等无生命设施、设备向游客提供静态的、被动的信息服务。它的形式多样，包括牌示、解说手册、导游图、语音解说、录像带、幻灯片等，其中牌示是最主要的表达方式。

（1）旅游信息传播

（2）游客中心

（3）标识牌

（4）旅游景区的网络展示

（5）音像解说系统

（6）印刷物解说系统

2、向导式解说系统——导游解说系统

导游解说系统以具有能动性的专门导游人员向旅游者进行主动的、动态的信息传导为主要表达方式。

**考核要求：**

1、了解旅游景区解说系统及其构成要素

2、掌握旅游景区解说系统的类型与展示

**第二讲 旅游景区英语解说系统概述**

**教学要点：**

通过本讲学习，了解旅游景区英语解说系统的概念、功能，掌握旅游景区英语解说系统的类型、规划、模式、规划程序与管理，从而对本课程的基本内容有一个概括的认知。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、旅游景区英语解说系统的概念

二、旅游景区英语解说系统的功能

三、旅游景区英语解说系统的类型

四、旅游景区英语解说系统的规划

五、旅游景区英语解说系统的模式

六、旅游景区英语解说系统规划程序

七、旅游景区英语解说系统的管理

**考核要求：**

1、了解旅游景区英语解说系统的概念、功能

2、掌握旅游景区英语解说系统的类型、规划与管理

**第三讲 旅游景区英语标识设计案例**

**教学要点：**

本讲以旅游景区英语标识设计为案例，要求学生更具体而深入地解读、探讨、评析英语解说词的文本写作与设计。

**教学时数：**

7学时

**教学内容：**

一、旅游景区（点）常用英语标识

二、旅游风景区英语标识

三、旅游度假村英语标识

四、公园常用英语标识

五、游乐园或娱乐城英语标识

六、动物园常用英语标识

**考核要求：**

1、识记不同类型旅游景区英语标识

2、熟练掌握不同类型旅游景区标识英汉笔译、口译

**第四讲 主题公园旅游区英语解说系统构建的理论与实践**

**教学要点：**

本讲以主题公园旅游区英语解说系统构建的理论与实践为案例，要求学生更具体而深入地解读、探讨、评析英语解说词的文本写作与设计。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

一、主题公园  
二、主题公园旅游区英语解说系统的构建  
三、英语解说词文本写作与设计案例

1、Shanghai Disneyland Resort（上海迪斯尼度假区）

2、Universal Studios Hollywood（洛杉矶好莱坞环球影城）

**考核要求：**

1、了解主题公园旅游区英语解说系统的构建

2、识记主题公园旅游区英语解说文本相关常用词汇、短语、句型

3、应用相关语言素材，尝试主题公园旅游区英语解说词的文本写作与设计

**第五讲 生态旅游区英语解说系统构建的理论与实践**

**教学要点：**

本讲以生态旅游区、民族文化旅游社区、遗产旅游区等四个不同旅游地类型旅游英语解说系统构建的理论与实践为案例，要求学生更具体而深入地解读、探讨、评析英语解说词的文本写作与设计。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**  
一、生态旅游与生态旅游区  
二、生态旅游区旅游英语解说系统的构建  
三、英语解说词文本写作与设计案例

1、Yellow Stone National Park（美国黄石国家公园）

2、Mt. Huangshan（安徽黄山风景区）  
**考核要求：**

1、了解生态旅游区英语解说系统的构建

2、识记生态旅游区英语解说文本相关常用词汇、短语、句型

3、应用相关语言素材，尝试生态旅游区英语解说词的文本写作与设计

**第六讲 民族文化旅游区英语解说系统构建的理论与实践**

**教学要点：**

本讲以民族文化旅游社区、遗产旅游区等四个不同旅游地类型旅游英语解说系统构建的理论与实践为案例，要求学生更具体而深入地解读、探讨、评析英语解说词的文本写作与设计。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**  
一、民族旅游与民族文化旅游区  
二、民族文化旅游区旅游解说系统的构建  
三、英语解说词文本写作与设计案例

1、Folk Customs in Thailand（泰国民俗风情）

2、The Dai People’s Water Splashing Festival（傣族泼水节）  
**考核要求：**

1、了解民族文化旅游区英语解说系统的构建

2、识记民族文化旅游区英语解说文本相关常用词汇、短语、句型

3、应用相关语言素材，尝试民族文化旅游区英语解说词的文本写作与设计

**第七讲 遗产区域旅游英语解说系统构建的理论与实践**

**教学要点：**

本讲以遗产旅游区旅游地类型旅游英语解说系统构建的理论与实践为案例，要求学生更具体而深入地解读、探讨、评析英语解说词的文本写作与设计。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

一、遗产区域与遗产区域旅游  
二、遗产区域旅游解说系统的构建  
三、英语解说词文本写作与设计案例

1、The pyramids of Egypt（埃及金字塔）

2、The Great Wall（中国长城）

**考核要求：**

1、了解遗产区域旅游英语解说系统的构建

2、识记遗产区域旅游英语解说文本相关常用词汇、短语、句型

3、应用相关语言素材，尝试遗产区域旅游英语解说词的文本写作与设计

**第八讲 中外著名景区向导式英语导游解说系统设计案例**

**教学要点：**

本讲以中外著名景区向导式英语导游解说系统设计为例，要求学生研读、探讨、评析各类型英语导游解说词文本内容。

**教学时数：**

9学时

**教学内容：**

一、世界著名景区英语导游解说词研读与评析

1、Niagara Falls（尼亚加拉大瀑布）

2、The Hanging Gardens of Babylon（巴比伦空中花园）

3、The statue of Zeus at Olympia（奥林匹亚宙斯大金像）

二、中国著名景区英语导游解说词研读与评析

1、 The Palace Museum（故宫博物院）

2、The museum of Terracotta Warriors and Horses （秦始皇兵马俑博物馆）

3、Jiuzhaigou Valley Scenic and Historic Interest Area（九寨沟风景名胜区）

三、甘肃省著名景区英语导游解说词研读与评析

1、Mogao Grottoes（莫高窟）

2、Whistling Sand Mountains and Crescent-Moon Spring （鸣沙山月牙泉）

3、Labrang Monastery（拉卜楞寺）

**考核要求：**

1、识记向导式英语导游解说词文本常用词汇、短语、句型

2、应用相关语言素材，尝试向导式英语导游解说词的文本写作与设计

3、模拟旅游景区向导式英语导游解说

**三、参考书目**

1、 张立明，《旅游景区解说系统规划与设计》，中国旅游出版社，2006年9月第1版。

2、[明庆忠](https://www.amazon.cn/s/ref=dp_byline_sr_book_1?ie=UTF8&field-author=%E6%98%8E%E5%BA%86%E5%BF%A0&search-alias=books)、[陈亚顰](https://www.amazon.cn/s/ref=dp_byline_sr_book_2?ie=UTF8&field-author=%E9%99%88%E4%BA%9A%E9%A1%B0&search-alias=books)，《旅游解说系统的理论与实践》，云南大学出版社，2007年9月第1版。

3、《旅游景区旅游解说系统评价研究》，合肥工业大学出版社，2011年9月第1版。

4、王淑芳、谷慧敏，《景区英文解说系统的规划与管理》，北京第二外国语学院，2006年第3期。

5、[姚宝荣](http://search.dangdang.com/?key2=%D2%A6%B1%A6%C8%D9&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)、[魏周](http://search.dangdang.com/?key2=%CE%BA%D6%DC&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，《模拟导游教程(修订版)》，[中国旅游出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%D6%D0%B9%FA%C2%C3%D3%CE%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，2012年08月。

6、[朱华](http://search.dangdang.com/?key2=%D6%EC%BB%AA&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，《英语导游实用教程》，[北京大学出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%B1%B1%BE%A9%B4%F3%D1%A7%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，2010年04月。

7、[王向宁](http://search.dangdang.com/?key2=%CD%F5%CF%F2%C4%FE&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，《实用导游英语（风景名胜）》，[北京大学出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%B1%B1%BE%A9%B4%F3%D1%A7%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，2014年06月第2版。

8、世界著名景区英语解说词汇总，自编。

9、种媛、陈锴娴、王艳林，《英语甘肃导游》，中国旅游出版社，2008年6月第1版。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

“讲、学、讨论、实操”合一的授课方式。贯穿以学生为中心，学生主导课堂，教师做引导与辅助的宗旨；倡导课堂体验、实践、参与、合作与交流；多种教学方法交错使用：案例式、直观式、互动式、参与式等传统的教学手段与板书、音响设备、投影设备、多媒体课件等现代教育技术手段灵活运用。

无论是理论教学还是实践教学的设计与组织，离开现代教育技术是无法想像的。在整个教学体系中我们全程使用多媒体技术、网络技术、数字影音技术及相应的教学软件，学生可以课上课下、校内校外很方便的获得课程学习的各种信息与资料，教与学突破物质和时空的局限，达到优化教学效果的目的。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，努力实现跨学校多媒体资源的共享，以提高课程资源利用效率。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游景观设计

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程为专业必修课程，是旅游管理专业重要理论、实践课程之一，是培养应用型旅游景观设计人才的重要工具性课程。

**（二）教学目的**

随着社会的发展，人们生活水平的提高，旅游成为人们放松身心的普遍方式。旅游景观作为旅游区的一部分，是烘托旅游区主题的重要元素，同时也是旅游核心吸引物，倍受旅游者的关注。所以，旅游景观设计益发重要。针对这一现状，本课程基于扎实的基础理论，突出实践性，以旅游需求出发，从旅游景观设计原理、景观构成、旅游者本身的角度对旅游景观设计进行了探讨。通过本课程的教学使学习者全面理解和掌握旅游景观设计原理、旅游景观设计的必要工作技能，旅游景观设计的原则和方法及旅游景观设计的实施与管理。通过学习，使学生明确“旅游景观设计”课的性质和目的，认识到学习“旅游景观设计”课与将来从事的行业息息相关，通过教学，使学生对于旅游景观设计有较为深刻的印象，激发学习的兴趣和热情，把本门专业课学好、学扎实。

**（三）教学内容**

本课程主要介绍旅游景观设计原理、旅游景观设计的必要工作技能，旅游景观设计的原则和方法及旅游景观设计的实施与管理。教学内容共分九章，主要包括绪论、旅游景观设计的发展历程、旅游景观设计的基础理论、自然风景名胜区旅游景观设计、人文风景名胜区旅游景观设计、城市公园旅游景观设计、度假区旅游景观设计、主题公园旅游景观设计、城市开放游憩空间旅游景观设计。

**（四）教学时数**

1、时数：2课时/周，总计：36课时

2、进度：

《旅游景观设计》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章序 | 章题 | 总学时 | 课堂教学 | 讨论（实践）课 |
| 一 | 绪论 | 3 | 3 |  |
| 二 | 旅游景观设计的发展历程 | 2 | 2 |  |
| 三 | 旅游景观设计的基础理论 | 7 | 6 | 1（案例讨论分析） |
| 四 | 自然风景名胜区旅游景观设计 | 4 | 3 | 1（案例讨论分析） |
| 五 | 人文风景名胜区旅游景观设计 | 4 | 3 | 1（案例讨论分析） |
| 六 | 城市公园旅游景观设计 | 4 | 3 | 1（案例讨论分析） |
| 七 | 度假区旅游景观设计 | 3 | 2 | 1（案例讨论分析） |
| 八 | 主题公园旅游景观设计 | 5 | 3 | 2案例讨论分析） |
| 九 | 城市开放游憩空间旅游景观设计 | 4 | 3 | 1（案例讨论分析） |

**（五）教学方式**

旅游景观设计的教学方式主要是综合运用理论讲授、案例分析、课堂讨论、实践操作等方法组织教学。

**（六）考核方式**

期末实操方案（60%）与平时成绩（含平时作业、期中作业等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。

各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能进行实际操作，并解决旅游景观设计实操中的问题。

**二、正文**

**第一章绪论**

**教学要点：**

1、旅游景观设计的概念体系、旅游景观设计的要素

2、旅游规划与旅游景观设计的关系

3、旅游景观设计的特性及原理与方法

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 旅游景观设计的概念体系（0.5学时）

一、旅游景观设计相关概念体系

景观的含义，旅游景观的含义，旅游景观设计的概念。

二、旅游景观的要素

旅游对象的概念，旅游环境感知的含义，旅游感知条件。

三、旅游景观的分类

旅游景观分类体系

第二节 旅游景观设计在旅游规划中的地位和作用（0.5学时）

一、旅游规划

旅游规划是对旅游未来发展全面而系统的安排，旅游景观设计运用技术手段，设计方法，从而表达旅游规划思想。

二、旅游景观设计与旅游规划的关系

旅游景观设计是旅游规划重要的组成部分

旅游规划为旅游景观设计提供了总体理念和市场向导

旅游景观设计将旅游规划理念表现得更为直观

旅游景观设计加强了旅游学科的实践性。

第三节 旅游景观设计的分类（0.5学时）

一、旅游景观设计的广义分类

二、旅游景观设计的狭义分类

景观节点

景观轴

景观区域

第四节 旅游景观设计的特性（0.5学时）

一、安全性

景观材料的安全性

设施的安全性

二、主题性

主体性是旅游景观设计最显著的特性之一。

三、体验性

任何旅游景观都必须具备体验性特征

四、生态性

景观设计的生态性是以人类的长远利益为着眼点，使旅游环境走向生态化和可持续发展之路。

五、舒适性

旅游景观环境舒适性，是旅游者选择和认知旅游环境的重要因素

六、地域性

旅游景观设计应根植于所处的地域。

第五节 旅游景观设计的原理（1学时）

一、构图基础

旅游景观设计平面构图基础

旅游景观设计立面构图基础

二、对景与借景

对景、借景的含义，其是景观设计最常用的方法。

三、隔景与障景

隔景与障景的含义

四、引导与示意

五、渗透与延伸

六、尺度与比例

景观本身的比例

尺度是景物整体或局部大小与人体高矮、人体活动空间大小的度量关系，也是人们常见的某些特定标准之间的大小关系。

七、质感与肌理

八、节奏与韵律

九、象征与联想

十、色彩运用

旅游景观设计中色彩的运用极大地增强了旅游区的文化品位。同时旅游景观的色彩设计还要充分考虑旅游地的旅游功能、受众群体色彩心理特征，积极利用有关色彩理论建造特色旅游地。

**考核要求：**

1、简述旅游景观设计的概念及要素

2、简述旅游规划与旅游景观设计之间的关系

**第二章 旅游景观设计的发展历程**

**教学要点：**

1、了解旅游区与旅游景观设计的关系

2、了解旅游区的概念、发展规模、发展历程、旅游产品开发历程

3、总结中西景观设计的发展历史，对旅游区与景观设计发展史进行梳理

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 旅游区发展历史（0.5学时）

一、旅游区概念

狭义旅游区的概念

广义旅游区的概念

二、旅游区发展规模

旅游区发展规模的历史回顾

三、旅游区管理发展历程

旅游区管理主要指通过对旅游景区、风景名胜区等进行管理，加强资源的保护和管理，引导其规范发展。

旅游区管理发展历程回顾

四、旅游区产品开发历程

旅游产品的概念

旅游区产品开发历程回顾。

第二节 景观设计发展历史（0.5学时）

一、中国景观设计的发展

中国景观设计的发展历程回顾

二、西方现代景观设计发展历程

西方现代景观设计发展历程回顾

第三节 中国旅游景观设计的产生及发展历程（1学时）

一、旅游景观设计产生的原因

旅游产业规模逐步扩大、以城市规划和经济规划体系为基础的旅游规划已经不能满足旅游业未来发展的需求。

二、旅游景观设计发展历程

景观设计的发展三个阶段

中国旅游景观设计的三个阶段

**考核要求：**

1、简述旅游区的概念

2、简述中国旅游区发展历程

**第三章 旅游景观设计的基础理论**

**教学要点：**

1、从消费行为学入手研究旅游景观设计、并介绍以景观生态学、行为地理学为基础的设计理论

2、从旅游者消费心理、行为空间等角度研究旅游景观设计

3、分析景观设计六要素

**教学时数：**

7学时

**教学内容：**

第一节 消费行为学基础（0.5学时）

一、旅游景观设计与旅游经济的相关性

二、旅游者消费行为是旅游景观设计的重要基础

需要层次理论，消费五层次轮。

第二节 景观生态学基础（0.5学时）

景观生态学的基本原则。

旅游景观设计的生态学目标：生态稳定性、通达性、舒适性、美观性。

第三节 行为地理学基础（1学时）

一、行为地理学的概念和发展

二、旅游景观设计中的行为空间

行为空间的定义

人的行为习惯是旅游景观设计的依据

三、旅游景观设计的个人空间

心理空间的距离

密度和拥挤感

四、旅游景观空间设计特性

领域性、私密性、安全性、公共性

第四节 旅游景观设计要素（3学时）

一、旅游区地形设计

凹地形、凸地形、地形应用

二、旅游区植物景观设计

孤植、片植、丛植、附植

三、旅游区道路设计

景区道路的功能：诱导性、组织交通、构造园景

旅游区道路的分类

景区各级游览道路技术设计指标

四、旅游区景观小设计

雕塑、旅游区标志、垃圾容器、座椅、栏杆扶手、围栏、照明设施、挡土墙、坡道和台阶、种植容器、其他设施。

五、旅游区建筑景观设计

入口景观建筑、旅游商业服务建筑、休憩建筑、设施建筑

六、旅游区水体景观设计

静水、流、落、喷

第五节 旅游景观设计过程与成果（2学时）

旅游景观设计过程

旅游景观设计成果

**考核要求：**

1、简述地形设计在景观设计中的作用

2、旅游景观设计的全过程

3、、运用地理学理论进行景观设计

**第四章 自然风景名胜区旅游景观设计**

**教学要点：**

1、总体把握自然风景名胜区景观设计方法

2、掌握不同类型景区在景观设计中的差异

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 自然风景名胜区旅游景观概述（1.5学时）

自然景观的概念

自然景观的美学特征

形式美

内涵美

象征美

自然风景名胜区

风景名胜区的概念

风景名胜区的价值、性质

自然风景名胜旅游景观的特点

天然禀赋性

生态敏感性

地域性

景观自然价值的差异性

我国自然风景名胜规划及发展

中国传统的自然风景名胜规划

新中国建立后中国风景名胜规划的发展

自然风景名胜区规划的基本原则

第二节 自然风景名胜区旅游景观设计（1.5学时）

自然风景名胜的基本类型

山岳型、森林型、江河型、湖泊型、滨海海洋型

自然风景名胜区旅游景观设计原则

保护原作、分区利用

地域原则

生态原则

艺术原则

自然风景名胜区旅游景观设计方法

自然风景名胜区道路景观设计

自然风景名胜区建筑景观设计

自然风景名胜区水体景观设计

自然风景名胜区植被景观设计

第三节 自然风景名胜区旅游景观设计案例解析（1学时）

介绍四川罗江八卦谷地地址公园旅游景观设计。

规划理念

功能定位

主要景观区域及节点

现状及设计方案

**考核要求：**

1、谈谈自然风景名胜区景观设计的意义和作用

2、自然风景区内的各种自然要素进行分类

3、道路景观设计在自然风景名胜区中的作用

**第五章 人文风景名胜区旅游景观设计**

**教学要点：**

1、总体把握人文风景名胜区景观设计方法

2、掌握不同类型人文风景名胜区在景观设计中的差异

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 人文风景名胜旅游区概述（1.5学时）

一、人文风景名胜旅游区的界定

关于“人文景观”的理解

人文风景名胜区概念

二、人文风景名胜旅游区的功能

保护珍贵的历史文化遗存

保护人文生态环境的多样性

为游人提供休闲、游览及开展各种娱乐活动的场所

满足人民的精神需求

人文景区是科普场所

三、人文风景名胜旅游区的分类

历史遗迹类

民族人文风情类

宗教类

风景园林类

文学艺术性

第二节 人文风景名胜区景观设计内容及方法（1.5学时）

一、人文风景名胜区景观设计步骤

二、人文风景名胜区景观设计内容

遗留人文景观保护与设计

新建人文景观设计

自然景观

三、人文风景名胜区景观设计重点

点状景观

线性景观

面状景观

四、人文风景名胜区景观设计方法

人文景观的比例尺控制与大小

人文景观造型的确定

人文景观色彩的选择

人文景观材料的应用

五、人文风景名胜区景观表现手法

把握主从，突出重点

对比与协调

景观序列

第三节 人文风景名胜区景观设计案例解析（1学时）

苏州博物馆新馆人文景观设计解析

宏村人文风景名胜区景观设计解析

**考核要求：**

1、人文风景名胜旅游区的界定范围

2、人文风景名胜旅游区的设计理念和方法

3、、人文风景名胜旅游区的设计重点

**第六章 城市公园旅游景观设计**

**教学要点：**

1、了解城市公园的旅游功能

2、掌握城市公园旅游景观设计涉及的基本方法和内容

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

城市公园的发展历史及分类（1学时）

城市公园的历史概述

国外城市公园历史发展概述

国内城市公园历史发展概述

二、城市公园的分类

国外城市公园的分类体系（美国、德国、日本）

中国城市公园的分类体系

第二节 城市公园旅游景观设计内容及方法（2学时）

城市公园旅游景观设计内容

职能定位、容量计算、布局形式、设施配置

二、城市公园旅游景观设计方法

设计程序

城市公园设计方法

专类公园设计

儿童公园

动物园

植物园

第三节 城市公园旅游景观设计案例解析（1学时）

一、概况

二、分区和组景

三、布局特点

四、园林建筑

五、绿化配置

**考核要求：**

1、专类公园绿化设计中，植物选择应注意问题

2、探析公园中旅游景点的分布于道路系统的组织关系

**第七章 度假区旅游景观设计**

**教学要点：**

1、了解旅游度假区的概念及类型

2、掌握度假区旅游景观设计涉及的基本方法和内容

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 旅游度假区的概念体系和分类（1学时）

一、旅游度假区的定义

二、旅游度假区的特征

以丰富的旅游资源为基础

多方面自足的多样化高级旅游区

满足旅游者以独家休闲为主的需求

三、旅游度假区的类型

旅游资源类型分类

根据度假区的所处位置和环境特征分类

根据度假区的功能特色分类

根据度假区的消费水平分类

根据度假区距城市的远近分类

根据度假区客源地市场结构分类

根据度假区经营的季节性分类

第二节 度假区旅游景观设计内容及方法（1学时）

一、度假区旅游景观设计的内容

度假区旅游景观的主题立意

度假区旅游景观的空间布局与构景

度假区旅游景观的旅游线路设置

二、度假区旅游景观设计的方法

确定主题立意

确定景观布局及线路

确定具体景观设计，表现主题，维护生态。

第三节 度假区景观设计案例解析（1学时）

一、中华名人文化园度假区景观规划设计分析

二、阿尔康西多度假区景观规划设计解析

**考核要求：**

1、分析、归纳世界上著名的度假区类型

2、全面理解度假区旅游景观设计原则的应用。

**第八章 主题公园旅游景观设计**

**教学要点：**

1、了解景区娱乐、主题公园的相关概念

2、了解主题公园的发展概况及类型、特征等

3、掌握景区娱乐项目、主题公园景观设计的原则和方法

4、能够进行主题公园旅游景观设计操作

**教学时数：**

5学时

**教学内容：**

第一节 主题公园概述（1学时）

一、主题公园国内外发展状况

国外发展状况

国内发展状况

二、主题公园概述

主题公园概念的界定

主题公园的概念

主题公园的功能

主题公园的基本特征

主题公园的分类

第二节 主题公园旅游景观设计内容及方法（2学时）

一、主题公园的地形设计

二、主题公园的植物设计

三、主题公园的建筑设计

四、主题公园广场和道路设计

五、主题公园的小品设计

六、主题公园标志牌设计

七、主题公园灯光照明设计

八、主题公园的景观创意

九、主题公园的设计手法

第三节 主题公园旅游景观设计案例解析（2学时）

深圳欢乐谷简介

二、欢乐谷二期主题公园景观规划

三、嘉峪关方特欢乐世界简介

四、嘉峪关方特欢乐世界景观规划

**考核要求：**

1、简述主题公园概念、功能及特征

2、主题公园景观设计对主题公园发展的意义和作用

**第九章 城市开放游憩空间旅游景观设计**

**教学要点：**

1、了解城市开放游憩空间的概念及体系

2、城市开放游憩空间旅游景观设计的基本原则、方法、内容

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 城市开放游憩空间概述（1学时）

一、城市开放游憩空间概念及体系

城市开放游憩空间概念

城市开放游憩空间特性

二、城市开放游憩空间设计的基本原则

以人为本原则

生态优先原则

突出特色原则

整体协调，多元变化原则

第二节 城市开放游憩空间旅游景观设计内容及方法（2学时）

城市开放游憩空间旅游景观设计

广场游憩空间的分类与设计方法

街道游憩空间的分类与设计方法

滨水游憩空间的分类与设计方法

二、城市开放游憩空间构成元素设计

特色植物

雕塑小品

桥

候车廊

售货亭等服务点

计时器、饮水机、垃圾容器

座椅等休息设施

路灯和装饰灯具

广告牌、告示牌

其他服务设施

三、城市开放游憩空间夜景规划

纪念碑和雕塑夜景

街道、广场夜景

公园绿地夜景

水面的夜景

第三节 城市开放游憩空间旅游景观设计案例解析（1学时）

大连海之韵广场景观设计解析

二、青岛五四广场景观设计解析

**考核要求：**

1、简述城市公园的类型

2、如何运用设计手法使开放游憩空间体现城市特色及增强城市吸引力

3、、结合实际项目，进行某广场设计

**三、参考书目**

1、崔丽主编，《旅游景观设计》，旅游教育出版社，2008年。

2、万剑敏主编，《旅游景区规划与设计》，旅游教育出版社，2017年。

3、吴必虎著，《区域旅游规划原理》，中国旅游出版社，2001年。

4、陆林编著，《旅游规划原理》，高等教育出版社，2011年。

5、保继刚等编，《旅游地理学》，高等教育出版社，2012年。

6、成国良著，《旅游景区景观规划设计》，山东人民出版社，2017年.

7、刘滨谊著，《现代景观规划设计》，东南大学出版社，2010年

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。

建议大部分内容的课程在多媒体教室上，用课件进行讲授，增加直观性和生动性。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游政策与法规

**一、说明**

**（一）课程性质**

《旅游政策与法规》是旅游管理专业的一门重要的专业基础课程，是以法学的一般原理为指导，结合旅游法律关系的生动实践而形成的一门新兴的边缘交叉学科，是调整旅游活动领域中各种社会关系的法律规范的应用性课程。

**（二）教学目的**

本课程的教学目的是使学生掌握旅游政策与法规的基本理论、基本知识和基本技能。在理论知识方面，要求学生掌握旅游企业经营管理的法律制度、导游人员相关权利与义务，了解相关法律法规。在基本技能方面，使学生分清旅游法律主体之间的关系，达到运用所学旅游法规知识分析旅游业实践中遇到的法律问题，提高学生依法分析问题、解决旅游纠纷的能力，从而为我国旅游业的发展培养高技能的旅游应用性人才。

**（三）教学内容**

本课程的主要教学内容包括旅游法规基本常识；合同法制度、公司企业法律制度及反不正当竞争法律制度；旅行社管理法规制度；导游人员管理法规制度；旅游住宿业管理法律制度；出入境管理法律制度、旅游安全管理规章制度；旅游资源管理法律制度；旅行社责任保险制度和消费者权益保护法律制度；食品卫生管理法律制度、旅游交通管理法律、法规制度；旅游投诉管理法规制度。

**（四）教学时数**

1、时数：每周2学时，共计36学时。

2、进度：

《旅游政策与法规》课程教学进度表。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 |
| 一 | 宪法 | 2 |
| 二 | 旅行社管理法规制度 | 2 |
| 三 | 导游人员管理法规制度 | 2 |
| 四 | 旅游安全和旅游保险管理的法律法规制度 | 1 |
| 五 | 旅游出入境管理法律制度 | 1.5 |
| 六 | 旅游交通管理法律制度 | 1.5 |
| 七 | 食品卫生和旅游住宿管理的法律法规制度 | 1 |
| 八 | 旅游资源管理法律法规制度 | 3 |
| 九 | 消费者权益保护法律制度 | 3 |
| 十 | 旅游投诉管理法规制度 | 2 |
| 十一 | 2016年以来我国旅游政策概要 | 17 |
| 合计 |  |  |

**（五）教学方式**

主要以“研究型学习”课程教学法为主，采用课堂讲授、个案研究、课堂讨论等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上经常交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

本课程的考查方式为撰写课程论文，考查范围应覆盖所有讲授内容，考查内容应能客观反映出学生对本门课程主要概念的记忆、掌握程度，对有关理论的理解、掌握和综合运用能力。 本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

掌握：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在掌握的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：单项选择题、多项选择题、名词解释题、辨析题、简答题、论述题、实务题。

总评成绩：平时成绩占30%（以课堂讨论、读书报告和考勤为依据），期末考试占70%。

**二、本文**

**第一章 宪法**

**教学要点：**

我国宪法的概念和基本特征；我国的基本政治制度；我国的基本经济制度；我国宪法规定的公民的基本权利和义务。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 宪法概述（0.5学时）

一、宪法的概念和特征

二、新中国宪法的产生和发展

第二节 政治制度（0.5学时）

一、人民民主专政制度

二、人民代表大会制度

三、选举制度

四、民族区域自治制度

五、特别行政区制度

第三节 经济制度（0.5学时）

一、基本经济制度

二、各类经济形式的性质、地位、作用以及基本政策

三、国家保护公民个人合法财产所有权和私有财产继承权

第四节 公民的基本权利和义务（0.5学时）

一、公民的基本权利

二、公民的基本义务

**考核要求：**

1、识记宪法的概念、政治制度和经济制度的基本概念、公民基本权利与义务的概念。

2、理解我国基本政治制度的内涵、我国所采用的经济制度以及基本权利和义务的法理依据。

3、掌握我国人民代表大会制度的运行机制，掌握民族区域自治制度的本质属性。

4、要求学生能够列举公民主要的基本权利和义务。

**第二章 旅行社管理法规制度**

**教学要点：**

旅行社的分类及其经营范围；旅行社的设立条件及审批程序；旅行社的权利与义务；旅行社的经营原则和经营要求等基本知识。理解旅行社的概念及其法律特征；旅行社的经营范围。掌握旅行社业务经营许可证制度；旅行社经理资格认证制度；旅行社质量保证金制度、公告制度、监督检查与旅行社业务年检制度。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 旅行社概述（0.5学时）

一、旅行社的概念及其法律特征

二、旅行社的分类及其经营范围

第二节 旅行社的设立（0.5学时）

一、设立旅行社的条件

二、设立旅行社的审批

三、外国旅行社常驻机构的设立

第三节 旅行社的管理（0.5学时）

一、旅行社业务经营许可证制度

二、旅行社质量保证金制度

三、旅行社公告制度

四、旅行社监督检查制度

五、旅行社业务年检制度

第四节 旅行社的经营（0.5学时）

一、旅行社的经营原则及经营规则

二、旅行社对旅游者权益的保护

**考核要求：**

1、了解旅行社的概念和分类。

2、了解旅行社的设立条件和审批程序。

3、了解旅行社的经营许可证制度和质量保证金制度。

4、了解旅行社的经营原则和业务经营规则。

**第三章 导游人员管理法规制度**

**教学要点：**

正式导游员与临时导游员的区别；导游人员的权利与义务；导游员计分管理和导游员年审制度；导游员时行导游活动时违规的处罚等基本情况理解导游员的概念；导游人员等级考核制度和导游员资格考试制度的有关规定；导游员资格考试制度；对导游员进行导游活动时违规的处罚。掌握导游员的分类；导游证的性质；申请导游证的程序。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 导游人员管理概述（1学时）

一、导游人员概念

二、导游人员资格考试制度

三、导游证的领取

四、导游证的分类

五、不得颁发导游证的情形

六、颁发导游证的期限及有关规定

七、导游人员相关管理制度

第二节 导游人员的权利和义务（1学时）

一、权利与义务的概述

二、导游人员的权利

三、导游人员的义务

四、对无导游证进行导游活动的管理

**考核要求：**

1、了解导游人员的概念及特征。

2、了解导游人员资格考试制度。

3、掌握导游人员的权利和义务。

4、了解导游人员的计分和年审制度。

**第四章 旅游安全和旅游保险管理的法律法规制度**

**教学要点：**

导游服务的基本的相关常识，如入出境、出国旅行、交通、礼仪、旅游卫生保健等知识，能运用相关常识处理导游服务过程中的问题。旅行社责任保险免责与归责条件。理解旅行社责任保险的概念；旅行社责任保险合同的概念；重点掌握旅行社责任保险范围、旅行社责任保险的投保规定等基本知识。

**教学时数：**

1学时

**教学内容：**

第一节 旅游安全管理法规制度（0.5学时）

一、旅游安全管理

二、旅游安全事故的处理

第二节 旅游保险法律制度（0.5学时）

一、旅游保险和旅游保险合同

二、旅行社责任保险及其合同

**考核要求：**

1、了解旅游安全事故及其处理的一般方法。

2、掌握旅游保险法律制度的基本内容。

**第五章 旅游出入境管理法律制度**

**教学要点：**

中国公民出入境管理制度；外国人违反《入出境管理法》的法律责任；中国公民违反出入境管理法的处罚。理解中国公民出入境的权利与义务及限制；外国人出入边境的权利义务及限制等基本知识。掌握中国公民自费出国旅游管理制度及有关政策；外国人入出境证件及有关手续的办理；中国公民出入境证件及有关手续的办理。

**教学时数：**

1、5学时

**教学内容：**

第一节 中国公民出入境管理（0.5学时）

一、中国公民出入境的有效证件及申请的办理

二、中国公民出入境的权利义务及其限制

三、出国旅游管理

第二节 外国人入出境管理（0.5学时）

一、外国人入出境管理机关及其有效证件

二、外国人入出境检查制度

三、外国人入出境的权利义务及其限制

第三节 出入境边防检查管理（0.5学时）

一、对出入国境人员的检查

二、对运输工具及人员的检查

三、行李物品、货物的检查

**考核要求：**

1、了解中国公民出入境管理的相关法律法规。

2、了解外国人入出境管理的相关法律法规。

3、了解出入境边防检查管理的相关法律法规。

**第六章 旅游交通管理法律制度**

**教学要点：**

承运人的权利与义务；违反旅游交通法规的法律责任。理解旅游交通的概念、特点及种类。掌握旅客的权利与义务。

**教学时数：**

1.5学时

**教学内容：**

第一节 旅游交通概述（0.5学时）

一、旅游交通的概念

二、旅游交通的特性

三、旅游交通的管理

第二节 旅客航空运输管理（0.5学时）

一、旅客航空运输概述

二、旅客航空运输法律规定的有关内容

第三节 旅客铁路运输管理（0.5学时）

一、旅客铁路运输概述

二、旅客铁路运输法律的有关内容

**考核要求：**

1、了解旅游交通的特性。

2、了解旅客航空运输管理的相关法律法规。

3、了解旅客铁路运输管理的相关法律法规。

**第七章 食品卫生和旅游住宿管理的法律法规制度**

**教学要点：**

食品与药品的区别；食品中毒事故的处理方法。理解食品和药品的含义；食品中毒的概念及特点；食品卫生管理机构及其职责；食品卫生管理的内容及方法。掌握食品卫生的基本要求；食品卫生管理的内容及其相关措施。

**教学时数：**

1学时

**教学内容：**

第一节 食品卫生管理法律制度（0.5学时）

一、食品卫生概述

二、食品卫生管理

三、食品卫生监督

第二节 旅游住宿管理法规制度（0.5学时）

一、旅游饭店星级评定制度

二、旅游住宿业治安管理

**考核要求：**

1、了解食品卫生管理的相关法律法规。

2、旅游住宿管理的相关法律法规。

**第八章 旅游资源管理法律法规制度**

**教学要点：**

人文旅游资源的保护范围；风景名胜区保护、开发和利用的方法与措施；违反《文物保护法》应承担的法律责任。风景名胜区的概念及等级划分标准；历史文化名城的概念。风景名胜区的概念及等级划分标准；历史文化名城的概念。风景名胜区规划应当具备的内容；我国地下文物的考古发掘应遵循的原则。

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 风景名胜旅游资源管理（1学时）

一、风景名胜区的概念

二、风景名胜区的等级划分及其管理

三、风景名胜旅游资源的保护

四、风景名胜旅游资源的开发和利用

第二节 人文旅游资源管理（1学时）

一、人文旅游资源概述

二、人文旅游资源保护

三、馆藏文物和民间收藏文物的管理

第三节 旅游区(点)质量等级评定（1学时）

一、旅游区(点)的定义

二、旅游区(点)评定的标准、范围

三、旅游区(点)质量等级、标志及划分依据

四、旅游区(点)质量等级评定的组织和权限。

**考核要求：**

1、了解人文旅游资源的保护范围；风景名胜区保护、开发和利用的方法与措施；违反《文物保护法》应承担的法律责任。识记历史文化名城的概念。

2、掌握风景名胜区的概念及等级划分标准和风景名胜区的概念及等级划分标准。

3、熟练掌握风景名胜区规划应当具备的内容；我国地下文物的考古发掘应遵循的原则。

**第九章 消费者权益保护法律制度**

**教学要点：**

消费者的权利和经营者的义务；消费者权益保护和违反消费者权益保护法的法律规定；消费者协会的职能。消费者与经营者的概念；消费者权益的概念；消费者和消费者权益保护法的概念；消费者组织的概念。消费者的权利和消费者权益争议及其解决的途径。

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 消费者权益保护概述（1学时）

一、消费者、经营者的概念

二、消费者权益保护法的概念-

三、消费者权益保护法与其他法律、法规的关系

四、消费者权益保护法的基本原则

第二节 消费者的权利与经营者的义务（1学时）

一、消费者的权利

二、旅游者的合法权利

三、经营者的义务

第三节 消费者权益保护（1学时）

一、国家对消费者合法权益的保护

二、消费者组织对消费者合法权益的保护

三、消费者权益争议的解决

四、侵犯消费者舍法权益的法律责任

**考核要求：**

1、了解消费者权益的基本概念，消费者的权利与经营者的义务

2、理解消费者和消费者权益保护法的概念；理解消费者组织的概念。

3、掌握消费者的权利和消费者权益争议及其解决的几种途径。

**第十章 旅游投诉管理法规制度**

**教学要点：**

旅游投诉主体的权利和义务；投诉管理机关的职责；旅游投诉的管辖。旅游投诉受理的概念与特征；旅游投诉受理、处理的程序。投诉概念、条件及投诉范围；投诉时效；旅游投诉处理决定。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 旅游投诉概述（0.5学时）

一、旅游投诉概念

二、旅游投诉与民事诉讼、行政复议及行政诉讼

三、旅游投诉者与被投诉者

第二节 旅游投诉管辖（0.5学时）

一、旅游投诉管辖的概念

二、级别管辖

三、地域管辖

四、移送管辖与指定管辖

第三节 旅游投诉的受理与处理（1学时）

一、旅游投诉受理的程序

二、旅游投诉处理的程序

**考核要求：**

1、了解旅游投诉的概念、旅游投诉管辖的相关法律法规。

2、理解旅游投诉受理的概念与特征，理解旅游投诉的受理与处理的相关程序规定。

3、掌握投诉概念、条件及投诉范围；理解投诉时效的相关规定；能够熟练掌握旅游投诉处理决定。

**第十一章 2016年以来我国旅游政策概要**

**教学要点：**

《“十三五”旅游业发展规划》、《关于大力发展体育旅游的指导意见》、《关于实施旅游休闲重大工程的通知》、《关于促进自驾车旅居车旅游发展的若干意见》、《关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》、《关于组织开展国家代农业庄园创建工作的通知》、《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》、《国家发展改革委关于加快美丽特色小（城）镇建设的指导意见》、《全国生态旅游发展规划（2016-2025年）》、《全国旅游标准化发展规划（2016-2020）》。

**教学时数：**

17学时

**教学内容：**

第一节 《“十三五”旅游业发展规划》解读（1.5学时）

一、《“十三五”旅游业发展规划》的出台背景

二、《“十三五”旅游业发展规划》的核心目标

三、《“十三五”旅游业发展规划》的特色亮点

四、《“十三五”旅游业发展规划》的启示与思考

第二节 《关于大力发展体育旅游的指导意见》解读（1.5学时）

一、《关于大力发展体育旅游的指导意见》的出台背景

二、《关于大力发展体育旅游的指导意见》的核心目标

三、《关于大力发展体育旅游的指导意见》的特色亮点

四、《关于大力发展体育旅游的指导意见》的启示与思考

第三节 《关于实施旅游休闲重大工程的通知》的解读（1.5学时）

一、《关于实施旅游休闲重大工程的通知》的出台背景

二、《关于实施旅游休闲重大工程的通知》的核心目标

三、《关于实施旅游休闲重大工程的通知》的特色亮点

四、《关于实施旅游休闲重大工程的通知》的启示与思考

第四节 《关于促进自驾车旅居车旅游发展的若干意见》的解读（1.5学时）

一、《关于促进自驾车旅居车旅游发展的若干意见》的出台背景

二、《关于促进自驾车旅居车旅游发展的若干意见》的核心目标

三、《关于促进自驾车旅居车旅游发展的若干意见》的特色亮点

四、《关于促进自驾车旅居车旅游发展的若干意见》的启示与思考

第五节 《关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》的解读（1.5学时）

一、《关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》的出台背景

二、《关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》的核心目标

三、《关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》的特色亮点

四、《关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》的启示与思考

第六节 《关于组织开展国家代农业庄园创建工作的通知》的解读（1.5学时）

一、《关于组织开展国家代农业庄园创建工作的通知》的出台背景

二、《关于组织开展国家代农业庄园创建工作的通知》的核心目标

三、《关于组织开展国家代农业庄园创建工作的通知》的特色亮点

四、《关于组织开展国家代农业庄园创建工作的通知》的启示与思考

第七节 《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》的解读（1.5学时）

一、《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》的出台背景

二、《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》的核心目标

三、《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》的特色亮点

四、《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》的启示与思考

第八节 《国家发展改革委关于加快美丽特色小（城）镇建设的指导意见》的解读（1、5学时）

一、《国家发展改革委关于加快美丽特色小（城）镇建设的指导意见》的出台背景

二、《国家发展改革委关于加快美丽特色小（城）镇建设的指导意见》的核心目标

三、《国家发展改革委关于加快美丽特色小（城）镇建设的指导意见》的特色亮点

四、《国家发展改革委关于加快美丽特色小（城）镇建设的指导意见》的启示与思考

第九节 《全国生态旅游发展规划（2016-2025年）》的解读（1.5学时）

一、《全国生态旅游发展规划（2016-2025年）》的出台背景

二、《全国生态旅游发展规划（2016-2025年）》的核心目标

三、《全国生态旅游发展规划（2016-2025年）》的特色亮点

四、《全国生态旅游发展规划（2016-2025年）》的启示与思考

第十节 《全国旅游标准化发展规划（2016-2020）》的解读（1.5学时）

一、《全国旅游标准化发展规划（2016-2020）》的出台背景

二、《全国旅游标准化发展规划（2016-2020）》的核心目标

三、《全国旅游标准化发展规划（2016-2020）》的特色亮点

四、《全国旅游标准化发展规划（2016-2020）》的启示与思考

第十一节 国家旅游政策对产业的引导与影响（2学时）

一、旅游政策对旅游产业发展的引导作用

二、旅游政策对旅游产业发展的影响

三、旅游政策实施效果的评价方式

四、对旅游政策的前瞻性思考

**考核要求：**

1、理解我国主要的旅游政策的主要内容。

2、掌握我国旅游政策的核心目标与价值体系。

3、掌握我国旅游政策对产业发展的引导作用和影响。

4、能够运用理论对旅游政策做出适当评价，对旅游政策能够继续前瞻性思考。

**三、参考书目**

1、董家彪，《旅游政策与法规》，旅游教育出版社，2015年。

2、马兰花，《旅游法教程：理论与实践》，兰州大学出版社，2013年。

3、韩玉灵，《旅游法教程》，科学出版社，2011年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

该课程是与现实紧密联系的理论课程，因此需要用多媒体课件进行讲授，增加直观性和生动性。同时采用案例式教学、拓展式作业巩固教学法、项目导向式教学、小组讨论式教学等方法。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

人文地理学

**一、说明**

**（一）课程性质**

该课程是旅游管理专业开设的一门专业基础任选课，面向酒店管理、文化产业管理等专业的学生而开设。

**（二）教学目的**

通过该课程的学习，要求学生了解人文地理学的研究对象和任务，熟悉人文地理学的学科特征和体系、掌握人文地理学的研究方法；掌握人文地理学的发展脉络、基本框架体系，以及人文地理学的基本知识、基本理论以及基本技能；满足学院各专业关于人文地理内容的教学需要，并使学生建立空间观念和区域意识。通过学习使学生正确认识人地关系，掌握人地关系协调的途径；树立正确的资源观，协调资源利用和保护之间的对立统一。通过学习，使学生对于人类在其所处区域的空间行为及其规律，可以用所学知识予以分析、解读。并对其行为及规律之合理性、科学性有一个初步的认识和判断，做到学以致用，并利用所学知识和研究方法从事一般科研工作，使学生具备开展相关课外活动的能力。

**（三）教学内容**

该课程教学内容有：绪论；第一章人地关系；第二章经济活动与地理环境；第三章人口与地理环境；第四章人类活动的中心—聚落；第五章文化活动与地理环境；第六章旅游活动与地理环境；第七章政治活动与地理环境；第八章自然资源的利用与保护；第九章人类面临的环境问题；第十章区域发展与协调。

**（四）教学时数**

1、时数： 3课时/周，总计：54 课时

2、进度：

《人文地理学》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 课堂教学 | 讨论（实践）课 |
| 一 | 绪论 | 2 | 2 |  |
| 二 | 人地关系 | 4 | 4 |  |
| 三 | 经济活动与地理环境 | 4 | 4 |  |
| 四 | 人口与地理环境 | 8 | 6 | 2 |
| 五 | 人类活动的中心—聚落 | 6 | 4 | 2 |
| 六 | 文化活动与地理环境 | 8 | 6 | 2 |
| 七 | 旅游活动与地理环境 | 4 | 4 |  |
| 八 | 政治活动与地理环境 | 8 | 6 | 2 |
| 九 | 自然资源的利用与保护 | 2 | 2 |  |
| 十 | 人类面临的环境问题 | 4 | 2 | 2 |
| 十一 | 区域发展与协调 | 4 | 3 | 1 |
| 合计 |  | 54 | 43 | 11 |

**（五）教学方式**

课堂讲述结合案例分析

**（六）考核方式**

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：单项选择题、多项选择题、名词解释题、问答题、简答题、论述题等。除此之外。还可以采取制作PPT的形式，检验学生对于所学知识的掌握我程度，以及对于知识的灵活运用能力，学以致用的体现。

**二、本文**

**第一章绪论**

**教学要点：**

1、了解人文地理学的研究对象和任务

2、熟悉人文地理学的学科特征和体系

3、掌握人文地理学的研究方法

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节人文地理学的研究对象和任务

第二节人文地理学的学科特征和体系

第三节人文地理学的研究方法

**考核要求：**

1、识记人文地理学定义

2、了解人文地理学的研究对象和任务

3、熟悉人文地理学的学科特征和体系，掌握人文地理学的研究方法，并为今后的学习和研究打下良好基础。

4、利用所学知识和理论分析人类空间活动现象，尝试解决一些人文地理学设计的问题。

**第二章 人地关系**

**教学要点：**

1、人地关系理论回顾

2、人地关系理论发展

3、人地系统中的“人”与“地”

4、人地矛盾的内涵

5、人地系统的结构演变和调控

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节人地关系理论

1、人地关系理论回顾

2、人地关系理论发展

第二节人地关系地域系统

1、人地系统中的“人”与“地”

2、人地矛盾的内涵

3、人地系统的结构演变和调控

**考核要求：**

1、识记人地关系理论。

2、了解人地关系理论发展

3、掌握人地系统的结构演变和调控

**第三章 经济活动与地理环境**

**教学要点：**

1、农业经济活动的特点

2、农业经济活动与地理环境

3、工业经济活动的特点和工业部门结构的演变

4、工业经济活动与地理环境的关系

5、知识经济、知识产业及工业经济

6、知识经济与地理环境的关系

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节农业经济活动与地理环境

1、农业经济活动

2、农业经济活动与地理环境

第二节工业经济活动与地理环境

1、工业经济活动

2、工业经济活动与地理环境

第三节知识经济与地理环境

1、知识经济

2、知识经济与地理环境

3、科技工业园布局

**考核要点：**

1、识记农业经济活动与地理环境，辨识知识经济、知识产业及工业经济。

2、了解农业经济活动的特点，工业经济活动的特点和工业部门结构的演变。

3、掌握工业经济活动与地理环境的关系知识经济与地理环境的关系。

**第四章 人口与地理环境**

**教学要点：**

1、人口增长与地理环境的关系

2、人口分布与地理环境的关系

3、人口结构与地理环境的关系

4、人口素质与地理环境的关系

5、人口移动的概念

6、人口迁移的分类

7、人口移动的历史演变

8、人口移动的原因及后果

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节人口增长、分布与地理环境

1、人口增长与地理环境

2、人口分布与地理环境

第二节人口结构、素质与地理环境

1、人口结构与地理环境

2、人口素质与地理环境

第三节人口移动与社会经济发展

1、人口移动概述

2、人口移动的历史演变

3、人口移动的原因及后果

**考核要点：**

1、识记人口移动的概念

2、了解人口分布与地理环境的关系；了解人口结构与地理环境的关系；人口移动的历史演变

3、掌握人口增长与地理环境的关系；人口素质与地理环境的关系；人口迁移的分类

4、运用通过本章节学习研究人口移动的原因及后果。

**第五章人类活动的中心——聚落**

**教学要点：**

1、城市与城市化概念

2、城市职能概念

3、城市职能结构及城市规模结构

4、城市地域结构理论

5、城市空间分布体系

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节城市

1、城市与城市化

2、城市职能结构

3、城市规模结构

4、城市地域结构理论

5、城市空间分布体系

第二节村落

1、村落的产生与发展

2、村落与环境

3、村落的类型

4、村落社区的形成与发展

**考核要点：**

掌握城市与城市化概念；城市职能概念。

2、掌握城市职能结构及城市规模结构；城市地域结构理论；城市空间分布体系。

3、运用探究城市地域，智能，规模结构，解决现实中的实际问题。

**第六章 文化活动与地理环境**

**教学要点：**

1、人一文化系统一环境共同构成地域文化系统

2、文化与文化系统概念，掌握文化概念的组成

3、文化与自然地理环境的关系

4、文化整合概念

5、文化与社会文化环境

6、文化扩散的概念及文化扩散的类型

7、文化区的概念及文化区的类型

8、文化景观的概念及特征

9、文化景观的构成

10、文化景观的研究

11、民族体的概念

12、民族体形成的源地与迁移

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节地域文化系统的构成

1、人一文化系统一环境共同构成地域文化系统

2、文化与文化系统

第二节文化与地理环境的互动关系

1、文化与自然地理环境

2、文化与社会文化环境

第三节地域文化系统形成和发展的时空特征

1、文化扩散

2、文化区

第四节地域文化系统的综合表现——文化景观

1、文化景观及其构成

2、文化景观的研究

第五节民族地域文化系统与地理环境

1、民族体

2、民族体形成的源地与迁移

**考核要点：**

识记文化与文化系统概念，掌握文化概念的组成。

2、掌握文化与自然地理环境的关系；文化整合概念；文化扩散的概念及文化扩散的类型；文化区的概念及文化区的类型；文化景观的概念及特征；文化景观的构成；民族体的概念。

**第七章 旅游活动与地理环境**

**教学要点：**

1、休闲活动和旅游、旅游业的概念

2、旅游活动的类型

3、旅游活动的地域分布和空间移动规律

4、旅游资源概念

5、旅游资源评价方法

6、旅游与地理环境的关系

7、旅游活动与旅游业的经济作用

8、旅游活动与旅游业对社会文化的影响

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节人类的休闲活动与旅游活动

1、休闲活动

2、旅游活动

第二节旅游活动与地理环境

1、旅游资源

2、旅游与地理环境的关系

第三节旅游活动与旅游业的作用和影响

1、旅游活动与旅游业的经济作用

2、旅游活动与旅游业对社会文化的影响

**考核要点：**

1、识记休闲活动和旅游、旅游业的概念；旅游资源概念。

2、掌握旅游活动的类型；旅游活动的地域分布和空间移动规律；旅游资源评价方法；旅游与地理环境的关系。

3、应用通过学习本章内容研究旅游活动与旅游业的作用和影响，并以此为研究方向撰写论文。

**第八章 政治活动与地理环境**

**教学要点：**

1、政治、政治活动、政治系统的概念

2、国家的概念及其组成要素

3、主权的概念及其制约因素

4、国家实力概念

5、领土与政治活动的内容及关系

6、自然资源条件与政治实力的内容及关系

7、政治活动对自然资源利用的调控和干预

8、语言与政治的关系

9、民族、民族主义的概念及其与政治的关系

10、宗教与政治

11、科技进步对政治的影响

12、当代国际冲突的特征

13、冷战后世界地缘政治格局

14、当今世界地缘经济格局

15、中国的地缘政治、地缘经济背景

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节政治活动概述

1、政治、政治活动、政治系统

2、国家及其空间政治行为

第二节领土、自然资源与政治

1、领土与政治活动

2、自然资源条件与政治实力

3、政治活动对自然资源利用的调控和干预

第三节文化与政治

1、语言与政治

2、民族、民族主义与政治

3、宗教与政治

4、科技进步与政治

5、国际冲突与地理环境

第四节地缘政治与地缘经济

1、冷战后世界地缘政治格局

2、当今世界地缘经济格局

3、中国的地缘政治、地缘经济背景

**考核要点：**

1、识记政治、政治活动、政治系统的概念。

2、了解自然资源条件与政治实力的内容及关系；语言与政治的关系；宗教与政治；冷战后世界地缘政治格局；当今世界地缘经济格局。

3、掌握国家的概念及其组成要素；主权的概念及其制约因素；国家实力概念；民族、民族主义的概念及其与政治的关系；当代国际冲突的特征；中国的地缘政治、地缘经济背景。

**第九章 自然资源的利用与保护**

**教学要点：**

1、自然资源的概念

2、正确的自然资源观

3、资源问题产生的背景和原因

4、世界资源问题的主要表现

5、资源永续利用的基本原理

6、资源永续利用的措施与对策

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节人文地理学的自然资源观

1、自然资源的概念

2、正确的自然资源观

第二节世界资源问题

1、资源问题产生的背景和原因

2、世界资源问题的主要表现

第三节自然资源的永续利用

1、资源永续利用的基本原理

2、资源永续利用的措施与对策

**考核要点：**

1、识记自然资源的概念。

2、了解正确的自然资源观；世界资源问题的主要表现。

3、掌握资源永续利用的基本原理。

**第十章 人类面临的环境问题**

**教学要点：**

1、环境悲观论、环境乐观论和环境可持续发展论

2、主要的环境问题及其类型

3、人类与环境协调的技术形式

4、可持续发展的生活方式

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节人类的环境观

1、环境悲观论

2、环境乐观论

3、环境可持续发展论

第二节主要的环境问题及其类型

1、人类一环境系统的发展

2、主要的环境问题及其类型

第三节人类与环境协调

1、创造新的技术形式

2、建立可持续发展的生活方式

3、加强国际合作和立法

4、加快知识经济的步伐，保护资源与环境

**考核要点：**

1、了解主要的环境问题及其类型。

2、掌握环境悲观论、环境乐观论和环境可持续发展论

3、运用结合本章所学内容及可持续发展的生活方式，梳理生态旅游中研究中主要的理论观点。

**第十一章 区域发展与协调**

**教学要点：**

1、人文地理学的区域观

2、区域共同体概念

3、区域发展与演变基本问题、影响因素

4、区域演变阶段与区域发展类型

5、区域发展中的实际问题

6、区域协调论

7、我国西部大开发的区域观

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节人文地理学的区域观

1、人文地理学的区域

2、区域的时空完备性

3、区域共同体

第二节区域发展与演变

1、区域发展与演变的基本问题

2、区域发展与演变的影响因素

3、区域演变阶段与区域发展类型

第三节区域协调

1、区域发展中的实际问题

2、区域协调论

3、区域可持续发展论

4、我国西部大开发的区域观

**考核要点：**

1、了解区域发展与演变基本问题、影响因素；区域发展中的实际问题。

2、掌握人文地理学的区域观；区域共同体概念；区域演变阶段与区域发展类型；我国西部大开发的区域观。

**三、参考书目**

1、柴彦威，《人文地理学词典》，商务印书馆，2004年

2、张文奎，《人文地理学概论》，东北师范大学出版社，1993年。

3、叶宝明，《人文地理学》，人民教育出版社

4、赵荣，王恩涌，张小林，《人文地理学》，高等教育出版社，2006年。

5、李富，《中国人文地理》，北京语言大学出版社，2010年。

6、李玲，沈静、袁媛，《人口发展与区域规划》，科学出版社，2008。

7、吴碧英，《城镇贫困：成因、现状、救助》，北京：中国劳动社会保障出版社，2004。

8、【英】凯、安德森，【美】莫娜、多莫什等，《文化地理学手册》，商务印书馆，2009年。

9、【美】理查德、P、格林，詹姆斯、B、皮克，《城市地理学》，商务印书馆，2011年。

10、周春山，《城市空间结构与形态》，北京：科学出版社，2007年9月。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游规划制图Ⅰ

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程为专业必修课程，是旅游管理专业卓越文科人才基地班的重要课程之一，随着科学技术发展，计算机辅助设计广泛应用在众多的领域，计算机辅助制图更为方便快捷，制图的精准性远高于手工制图。作为旅游管理专业的学生掌握计算机辅助制图是社会发展的需要.熟练掌握计算机绘图的基本操作，能绘制旅游规划中基本图件，提升其专业技能的重要方面。

**（二）教学目的**

AUTO CAD是美国AUTODESK公司开发的计算机辅助设计绘图软件，本课程将理论与实践紧密结合，讲解AUTO CAD的功能，使学生对它的基本功能有所掌握，并能运用所学的知识，完成旅游规划基本图件的制作，并且能迅速把所学到的知识应用到实际工作中。我们主要组织学生学习使用CAD并能熟练地进行图形绘制、编辑，培养学生提升实践操作能力，并从全局、长远、动态的角度思考问题、解决问题，更好地为旅游业服务。

**（三）教学内容**

本课程主要介绍旅游规划制图中AUTO CAD软件的基本理论与使用方法。教学内容共分十章，主要包括AUTO CAD基础知识，绘制简单二维图形对象——直线、构造线、射线、点、矩形、正多边形、圆、圆弧、椭圆、椭圆弧，绘制复杂的二维图形——多线、多段线、修订云线、样条曲线，图案填充、创建块、插入块命令，图形编辑命令——复制、镜像、偏移、移动、旋转、缩放、拉伸、修剪、延伸、倒角、圆角、分解，图层的使用与管理，文字与尺寸标注的创建与编辑，完整建筑平面图的绘制，旅游规划设计实例介绍，图形的输出与打印。

**（四）教学时数**

1、时数：2课时/周，总计：36课时，授课周期为1-18周

2、进度：

《旅游规划制图Ⅰ》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 课堂教学 | 实践操作与课堂讨论 |
| 一 | AUTO CAD基础知识 | 2 | 1 | 1（实践上机操作） |
| 二 | 绘制简单二维图形对象——直线、构造线、射线、点、矩形、正多边形、圆、圆弧、椭圆 | 6 | 3 | 3（实践上机操作） |
| 三 | 绘制复杂的二维图形——多线、多段线、修订云线、样条曲线 | 4 | 2 | 2（实践上机操作） |
| 四 | 图案填充、创建块、插入块命令 | 4 | 2 | 2（实践上机操作） |
| 五 | 图形编辑命令——复制、镜像、偏移、移动、旋转、缩放、拉伸、修剪、延伸、倒角、圆角、分解 | 6 | 3 | 3（实践上机操作） |
| 六 | 图层的使用与管理 | 3 | 2 | 1（（实践上机操作） |
| 七 | 文字与尺寸标注的创建与编辑 | 3 | 2 | 1（实践上机操作） |
| 八 | 完整建筑平面图的绘制 | 4 | 2 | 2（（实践上机操作） |
| 九 | 旅游规划设计实例介绍 | 2 | 2 |  |
| 十 | 图形的输出与打印 | 2 | 1 | 1（实践上机操作） |

**（五）教学方式**

本课程主要以理论讲授与实践操作相结合，理论与实践操作并重，适当组织课堂讨论与旅游规划制图专家实例分析讲座等形式。

**（六）考核方式**

期末上机操作考试（60%）与平时成绩（含平时作业、期中作业等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能进行实际操作，并解决旅游规划实际中的问题。

**二、正文**

**第一章 AUTO CAD基础知识**

**教学要点：**

1、教师与学生之间做好勾通，互相了解。

了解AutoCAD的发展史与界面组成。

认识AutoCAD的应用领域，让学生了解软件的专业特点。

在AutoCAD中使用的是世界坐标。

了解坐标在AutoCAD中的作用

6、世界坐标的分类

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

初识Auto CAD（1学时）

一、CAD的概述

C→Computer电脑

A→Aided辅助

D→Design设计

CAD为电脑辅助设计软件

AutoCAD是美国Autodesk公司与20世纪八十年在微机上应用CAD技术，而开发的绘图程序包，加上Auto是指它可以应用于几乎所有跟绘图有关的行业

二、应用领域 1、建筑设计

2、机械制图

3、化工电子

4、土水工程

三、CAD的发展史

初级阶段→在1982年11月出现了Auto CAD1、0的版本

1983年4月出现了Auto CAD1、2的版本

1983年8月出现了Auto CAD1、3的版本

1983年10月出现了Auto CAD1、4的版本

1984年10月出现了Auto CAD2、0的版本

发展阶段→1985年5月出现了Auto CAD2、17和2、18的版本出现了鼠标滚轴

1986年6月出现了Auto CAD2、5的版本

1987年9月出现了Auto CAD9、0和9、03的版本

高级发展阶段→1988年8月出现了Auto CAD R 12、0版本

1988年12月出现了Auto CAD R 12、0 for Dos

1996年6月出现了Auto CAD R 12、0 for Windows

高级发展阶段→1998年1月出现了Auto CAD R 13、0 for Windows

1999年1月出现了Auto CAD 2000 for Windows

2001年9月出现了Auto CAD 2002for Windows

2003年5月出现了Auto CAD 2004 for Windows

……

目前已经出现Auto CAD2016

四、打开方式：1、双击桌面CAD图标

2、开始——程序——Autodesk——Auto CAD2007

五、CAD的界面组成：标题栏。菜单栏，工具栏，绘图窗口，命令栏。状态栏，工具选择板窗口。

标题栏:记录了AutoCAD的标题和当前文件的名称。

菜单栏：它是当前软件命令的集合。

工具栏：包括标准工具栏、图层工具栏、对象工具栏（颜色控制、线型控制、线宽控制、打印样式控制）、绘图工具栏、修改工具栏、样式工具栏（文字样式管理器、标注样式管理器）

注：在工具栏空白外右击，ACAD中子菜单中包含所有CAD工具。

绘图窗口：工作界面。

模型和布局：通常在模型空间中设计图纸，在布局中打印图纸。

命令行：是供用户通过键盘输入命令的地方，位于窗口下方，F2为命令行操作的全部显示。

状态栏：左侧为信息提示区，用以显示当前的标指针的坐标值和工具按纽提示信息等，右侧为功能按纽区，单击不同的功能按纽，可以开启对应功能，提高做图速度。

六、文件的新建,打开,保存,关闭命令

新建：1、文件菜单下新建命令

2、快捷键为Ctrl+N

打开: 1、文件菜单下打开命令

2、快捷键为Ctrl+O

保存: 1、文件菜单下保存命令

2、快捷键为Ctrl+S

关闭：1、单击标题栏上的关闭按纽

2、Alt+F4

3、单击控制菜单按纽

辅助绘图（1学时）

一、坐标系的使用

在CAD中使用的是世界坐标，X为水平，Y为垂直，Z为垂直于X和Y的轴向，这些都是固定不变的，因此称为世界坐标

世界坐标分为绝对坐标和相对坐标

绝对坐标（针对于原点）

绝对直角坐标：点到X。Y方向（有正，负之分）的距离，输入方法：X，Y的值，输入时要在英文状态下

绝对极坐标：点到坐标原点之间的距离是极半径，该连线与X轴正向之间的夹角度数为极角度数，正值为逆时针，负值 为顺时针，输入方法，极半径〈极角度数，输入时一定要在英文状态下

相对坐标（针对于上一点来说，把上一点看作原点）

相对直角坐标：是指该点与上一输入点之间的坐标差（有正，负之分）相对的符号“@”,输入方法:值,输入时一定要在英文状态下,相对极坐标：是指该点与上一输入点之间的距离,该连线与X轴正向之间的夹角度数为极角度数,相对符号为@,.正值为逆时针,负值为顺时针,数,输一定要在英文状态下。

二、鼠标作用

左键为1、选择物体2、确定图形第一点的位置

滚轴作用为1、滚动滚轴放大或缩小图形(界面在放大或缩小)

2、双击可全屏显示所有图形

3、如按住滚轴可平移界面

右键作用为1、确定

2、重复上一次操作(重复上一次操作快捷键还有空格和回车)

三、选择物体的方法

1、直接点击

2、正选：左上角向右下角拖动(全部包含其中)

3、反选：右下角向左上角拖动(碰触到物体的一部分就行)

在CAD中创建的单位是mm，对CAD创建的单位进行修改格式菜单下单位命令

**考核要求：**

1、熟识AutoCAD的发展史与界面组成。

2、学会新建CAD文件。

3、了解什么是世界坐标及其分类。

4、掌握选择物体的方法。

**第二章 绘制简单二维图形对象——**

**直线、构造线、射线、点、矩形、正多边形、圆、圆弧、椭圆**

**教学要点：**

1、直线的绘制

2、构造线与射线的画法及功能

3、点的绘制样式及点的作用。

4、创建矩形的几种方法。

5、创建正多边形的步骤。

6、圆的绘制及绘制的几种形式。

7、圆弧的绘制。

8、椭圆的绘制。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 绘图命令----直线、构造线、射线（2学时）

一、直线命令（快捷键为L）

绘制方式:

1、直接在绘图工具栏上点击直线按纽 

2、在绘图菜单下单击直线命令

3、直接在命令中输入快捷键L（在命令行内输入命令快捷键，回车或空格或鼠标右键确定）

直线的输入的方法1、从命令行内输入直线命令的快捷建L确定,2、用鼠标左键在屏幕中点击直线一端点,拖动鼠标,确定直线方向3、输入直线长度确认依照同样的方法继续画线直至图形完毕,按确认键结束直线命令。

取消命令方法为按ESC键或右击。

放弃(u)回车,取消最近的一点的绘制。

三点或三点以上如想让第一点和最后一点闭合并结束直线的绘制时，可在命令栏中输入 (C)回车。

二、构造线命令（快捷键为XL）：一般作为辅助线使用，创建的线是无限长的。

绘制方式：

1、直接在绘图工具栏上点击构造线按纽 

2、在绘图菜单下单击构造线命令

3、直接在命令中输入快捷键XL

在构造线命令行中：H为水平构造线，V为垂直构造线，A为角度（可设定构造线角度，也可参考其它斜线进行角度复制），B二等分（等分角度，两直线夹角平分线），O偏移（通过T，可以任意设置距离。）

三、射线Ray：向一个方向延伸的线。此命令为辅助作图使用。

绘制方式：

1、在绘图菜单下单击射线命令

2、直接在命令中输入快捷键Ray

第二节 绘图命令----点、距形、正多边形（2学时）

一、点命令（PO）：在绘图中起辅助作用。

绘制方式:

1、直接在绘图工具栏上点击点按纽

2、在绘图菜单下单击点命令

3、直接在命令中输入快捷键PO

绘图菜单----点

单点S：一次只能画一个点

多点P：一次可画多个点，左击加点，ESC停止

定数等分D：选择对象后，设置数目

定距等分M：选择对象后，指定线段长度

设置点的样式方法：“格式”菜单→点样式命令

注：在同一图层中，点的样式必须是统一的，不能出现不同的点

二、矩形命令（REC）

绘制矩形的步骤

方法:在命令行内输入命令的快捷键为Rec,确定,用鼠标在键在操作窗口中指定第一角点,并拖动鼠标,在命令行内输入@X,Y 确定

X为矩形在水平方向上的距离

Y指矩形在垂直方向上的距离

指定第一点 如在拖出一个点后按D 确定这时会使用尺寸方法创建矩形方法

按完D后确定，输入矩形的长度和宽度， 指定另外一个角将这一点定位在矩形的内部

不指定第一点直接点击C确定，指定矩形的第一个倒角距离和指定矩形的第二个倒角距离，便可出来一个带有倒角现象的矩离

不指定第一点而直接点击F确定，指定矩形的圆角半径，便可出现一个有圆角的矩形

宽度，在不指定第一点时直接点击W确定，指定矩形的线宽粗细。便可出现一个有粗细的矩形

厚度，自身的厚度，相当于长方体的高度。

标高，提升物体

三、正多边形命令（POL）:它是具有3到1024条等长边的闭合多段线创建，特点为每个边都相等。

绘制方式:

1、直接在绘图工具栏上点击正多边形按纽

2、绘图菜单下单击正多边形命令

3、接在命令中输入快捷键POL

绘制正多边形的步骤：

绘制内接正多形方法：为先在命令栏中输入快捷键为POL，在命令栏中输入边数，指定正多边形的中心，输入i确定，再输入半径长度

注：“内接于圆”表示绘制的多边形将内接于假想的圆。

绘制外切正多形方法：先在命令栏中输入快捷键为POL，在命令栏中输入边数，指定正多边形的中心，输入C确定，现输入半径长度

注：“外切于圆”表示绘制的多边形将外切于假想的圆。

通过指定一条边绘制正多边形的方法：在命令中输入快捷键为POL，在命令栏中输入边数，输入E，指定正多边线段的起点，指定正多边线段的端点

第三节 绘图命令----圆、圆弧、椭圆（2学时）

一、圆命令（C）

绘制方式

1、直接在绘图工具栏上点击圆按纽

2、绘图菜单下单击圆命令

3、直接在命令中输入快捷键C

绘制圆的几种形式

通过指定圆心和半径或直径绘制圆的步骤：在命令栏中输入快捷键 为C，指定圆心，指定半径或直径；

创建与两个对象相切的圆的步骤：选择CAD中“切点”对象捕捉模式，在命令栏中输入快捷键 为C，点击T，选择与要绘制的圆相切的第一个对象，选择与要绘制的圆相切的第二个对象，指定圆的半径；

三点（3P）通过单击第一点、第二点、第三点确定一个圆；

相切、相切、相切（A）相切三个对象可以画一个圆；

二点（2P）两点确定一个圆；

在“绘图”菜单中提供了6种画圆方法

二、圆弧命令（A）

绘制方式：

1、直接在绘图工具栏上点击圆弧按纽

2、在绘图菜单下单击圆弧命令

3、直接在命令中输入快捷键A

绘制弧的几种形式:绘图菜单中提供了11种方式.

通过指定三点的绘制圆弧方法：确定弧的起点位置，确定第二点的位置，确定第三点的位置

通过指定起点，圆心，端点绘制圆弧方法

己知起点，中心点和端点，可以通过首先指定起点或中心点来绘制圆弧，中心点是指圆弧所在圆的圆心

通过指定起点，圆心，角度绘制圆弧方法，如果存在可以捕捉到的起点和圆心点，并且己知包含角度，使用“起点，圆心，角度”或“圆心，起点，角度”选项

如果己知两 个端点但不能捕捉到圆心，可以使用“使用，端点，角度”法

通过指定起点，圆心，长度绘制圆弧方法“，如果可以捕捉到的起点和中心点，并且己知弦长，可使用”起点，圆心，长度“或圆心，起点，长度”选项（弧的弦长决定包含角度）

三、椭圆命令（EL）

绘制方式:

1、直接在绘图工具栏上点击椭圆按纽

2、在绘图菜单下单击椭圆命令

3、直接在命令中输入快捷键EL

绘制椭圆两种方法

1、中心点：通过指定椭圆中心，一个轴的端点（主轴）以及另一个轴的半轴和度绘制椭圆。

2、轴，端点：通过指定一个轴的两个端点（主轴）和另一个轴的半轴的长度绘制椭圆。

**考核要求：**

1、直线、构造线与射线的画法及功能

2、点的绘制样式及点的作用。

3、矩形与正多边形的画法及功能

4、圆、圆弧、椭圆的画法及功能

**第三章 绘制简单二维图形对象——**

**多线、多段线、修订云线、样条曲线**

**教学要点：**

1、多线的绘制及编辑。

2、多段线的绘制。

3、修订云线的绘制及设置。

4、样条曲线的绘制。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

绘制多线（1.5学时）

多线命令（快捷键为ML）：多条平行线称为多线，创建的线是整体，可以保存多样样式，或者使用默认的两个元素样式。还可以设置每个元素的颜色、线型。

一、绘制多线的步骤

1、从“绘图”菜单中选择“多线”。

2、在命令提示下，输入 st，选择一种样式。

3、要列出可用样式，请输入样式名称或输入 ?。

直接输入己有多线样式名，也可以输入？，来显示己有的多线样式，

4、要对正多线，请输入 j 并选择顶端对正、零点对正或底端对正。

上对正：该选项表示当从左向右绘制多线时，多线上位于最顶端的线将随着光标进行移动

零对正：零对正，该选项表示绘制多线时，多线的中心线将随着光标移动

下对正：下对正，该选项表示当从左向右绘制多线时，多线最底端的线将随着光标进行移动

5、要修改多线的比例，请输入 s 并输入新的比例。

确定多线宽度相对于多线定义宽度的比例因子，该比例不影响线型的比例，

开始绘制多线。

6、指定起点。

7、指定第二点。

8、指定第三点。

9、指定第四点或输入 c 以闭合多线，或按 ENTER 键。

二、编辑多线样式的步骤

1、从“格式”菜单中选择“多线样式”。

2、在“多线样式”对话框中，从列表里输入多线名称，单击添加按纽。（添加一个多线类型）

3、选择“元素特性”。

4、在“元素特性”对话框的“元素”下，可以单击添加按纽，在两条线之间添加直线。

5、在列表中选中不同的线,并改变其颜色,线型。

8、在“多线样式”对话框中选择“保存”，将对样式的修改保存到 MLN 文件中。

9、选择“确定”，退出对话框。

三、编辑多线：在修改菜单中→对象中→多线

1、添加和删除多线顶点

可以在多线中添加或删除任何顶点。

2、编辑多线交点

如果图形中有两条多线，则可以控制它们相交的方式。多线可以相交成十字形或 T 字形，并且十字形或 T 字形可以被闭合、打开或合并。

3、单个剪切

4、全部剪切

5、全部接合

第二节 绘制多段线（1.5学时）

多段线命令（PL）：是作为单个对象创建的相互连接的序列线段，画出来是一个整体，而直线创建的是独立的对象，多段线可以创建直线段，弧线段或两者的组合线段。

绘制多段线的操作方法

绘制方式

1、直接在绘图工具栏上点击多段线按纽

2、在绘图菜单下单击多段线命令

3直接在命令中输入快捷键PL

创建步骤：

1、从命令行内输入命令的快捷键PL确定

2、用鼠标左键确定多段线的起点

3、根据命令行的提示修改线宽(W)确定→㈠起点宽度，㈡端点宽度

A圆弧：可以画出弧线。L直线：可画出直线来

拖动鼠标给以线段的方向,直接拖出线段长度确定

多段线与线的区别

1、直线有三个交点,多段线有两个交点

2、多段线有粗细,直线无粗细

3、多段线是一个整体图形,而每条线都是一个单体

多段线可以创建直线段，弧线段或两者的组合线段。直线不能绘制弧线。

第三节 绘制云线、样条曲线（1学时）

一、修订云线命令

绘制方式:

1、直接在绘图工具栏上点击修订云线按纽

2、在绘图菜单下单击修订云线命令

创建修订云线的步骤

1、 在“绘图”菜单中，单击“修订云线”。

2、 根据提示，指定新的最大和最小弧长，或者指定修订云线的起点。

3、 默认的弧长最小值和最大值设置为 0.5000 个单位。弧长的最大值不能超过最小值的三倍。

4、 沿着云线路径移动十字光标。要更改圆弧的大小，可以沿着路径单击拾取点。

5、 可以随时按 ENTER 键停止绘制修订云线。

6、 要闭合修订云线，请返回到它的起点

二、样条曲线命令（SPL）：制做不规则图形，表现在山峰，池塘等。

绘制方法: 1、直接在绘图工具栏上点击样条曲线按纽

2、在绘图菜单下单击样条曲线命令

3、直接在命令中输入快捷键SPL

创建样条曲线的步骤

1、 在“绘图”菜单中，单击“样条曲线”，或者输入快捷键SPL。

2、 根椐提示，单击第一点，第二点，当要结束命令按三次空格键/回车/右键或都输入C闭合。

3、 拟合公差：实际曲线与所指定点偏离的距离。

**考核要求：**

1、多线的画法及功能。

2、多段线画法及功能。

3、云线与样条曲线的画法及功能。

**第四章 填充、创建块、插入块命令**

**教学要点：**

1、创建块与写块的作用与区别。

2、插入块的方法。

3、在填充命令中区分“拾取点”与“选择对象”命令。

4、在填充命令中使用“角度与“比例”。

5、在填充命令中的几种填充样式与渐变色的使用。

**教学时数**：

4学时

**教学内容：**

填充命令（1学时）

填充命令（H）：可以填充封闭或不封闭的图形，起一个说明/表示作用，是一个辅助工具。

绘制方式:

1、直接在绘图工具栏上点击填充按纽

2、在绘图菜单下单击填充命令

3、在命令栏中直接输入快捷键为H

填充选定对象的步骤

1、从命令栏中输入H，在其对话框中选择“选择对象”

2、指定要填充的对象，对象不必构成闭合边界，也可以指定任何不应被填充的弧物体

3、确定

拾取点：是指以鼠标左键点击，位置为准向四周扩散，遇到线形就停，所有显示虚线的图形是填充的区域，一般填充的是封闭的图形。

选择对象：是指鼠标左键击中的图形为填充区域，一般用于不封闭的图形。

关联状态下的填充是指填充图形中有障碍图形的，当删除障碍图形时，障碍图形内的空白位置被填充图案自动修复

在“角度和比例”选项组中，可以设置用户定义类型的图案填充的角度和比例等参数。（比例大小要适当，过大过小都会使填充不上。）

第二节 创建块、插入块命令（3学时）

块也称为图块：是AutoCAD图形设计中的一个重要概念。在绘制图形时，如果图形中有大量相同或相似的内容，或者所绘制的图形与已有的图形文件相同，则可以把要重复绘制的图形创建成块，并根据需要为块创建属性，指定块的名称、用途及设计者等信息，在需要时直接插入它们，从而提高绘图效率。当然，用户也可以把已有的图形文件以参照的形式插入到当前图形中(即外部参照)，或是通过AutoCAD设计中心浏览、查找、预览、使用和管理AutoCAD图形、块、外部参照等不同的资源文件。

块是一个或多个对象组成的对象集合，常用于绘制复杂、重复的图形。一旦一组对象组合成块，就可以根据作图需要将这组对象插入到图中任意指定位置，而且还可以按不同的比例和旋转角度插入。在AutoCAD中，使用块可以提高绘图速度、节省存储空间、便于修改图形。

一、创建块命令（B）：创建块是指将所有单图形，合并成一个图形，交点只有一个。

绘制方式: 1、直接在绘图工具栏上点击创建块按纽

2、在绘图菜单下单击创建块命令

3、在命令栏中直接输入快捷键为B

将当前图形定义块的步骤：

1、创建要在块定义中使用的对象

2、从绘图菜单中选择块中的“创建”

3、在“块定义”对话框中的“名称”框中输入块名

4、在“对象”下选择“转换为块”，如果需要在图形中保留用于创建块定义的原对象，请确保未选中“删除”选项，如果选择了该选项，将从图形中删除原对象。

5、选择“选择对象”确定

创建块对话框中各主要选项的功能如下：

1、“名称”文本框：用于输入块的名称，最多可使用255个字符。

2、“基点”选项区域：用于设置块的插入基点位置。

3、“对象”选项区域：用于设置组成块的对象。

4、“预览图标”选项区域：用于设置是否根椐块的定义保存预览图标。如果保存了预览图标，通过设计中心将能够预览该图标。

5、“拖放单位”下拉列表框：用于设置从设计中心拖动块时的缩放单位。

6、“说明”文本框：用于输入当前块的说明部分。

二、插入块命令（I）：此命令可以在图形中插入块或其他图形，在插入的同时还可以改变所插入块或图形的比例与旋转角度。

绘制方式:

1、直接在绘图工具栏上点击插入块按纽

2、在命令栏中直接输入快捷键为I

插入块对话框中各主要选项的功能如下：

1、“名称”下拉列表框：用于选择块或图形的名称，用户也可以单击其后的“浏览”按纽，打开“选择图形文件”对话框，选择要插入的块和外部图形。

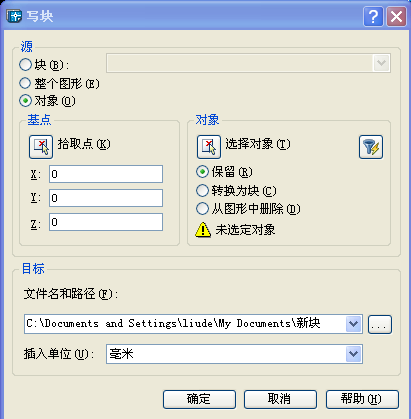
2、“插入点”选项区域：用于设置块的插入点位置。

3、“缩放比例”选项区域：用于设置块的插入比例。可不等比例缩放图形，在X、Y、Z三个方向进行缩放。

4、“旋转”选项区域：用于设置块插入时的旋转角度。

5、“分解”复选框，选中该复选框，可以将插入的块分解成组成块的各基本对象。

三、写块命令（W）：此命令可以将块以文件的形式存入磁盘。



对话框中各选项含义如下：

1、“源”选项区域：设置组成块的对象来源。

“块”单选按纽：可以将使用创建块命令创建的块写入磁盘

“整个图形”：可以把全部图形写入磁盘。

“对象”：可以指定需要写入磁盘的块对象。

2、“目标”选项区域：设置块的保存名称、位置。

**考核要求：**

1、填充命令的使用方法及功能。

2、块的新建及插入及功能。

**第五章 图形编辑命令——**

**复制、镜像、偏移、移动、旋转、缩放、拉伸、修剪、延伸、倒角、圆角、分解**

**教学要点：**

1、删除的几种方法

2、修改工具“复制”的使用。

3、修改工具“镜像”的使用。

4、修改工具“偏移”的使用。

5、阵列的两种形式。

6、移动的几种方法。

7、旋转的几种方法。

8、缩放的几种方法。

9、拉伸的使用。

10.延伸的使用。

11、修剪图形相交部分。

12、“打断于点”与“打断”的区别以及使用的方法。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 修改命令----删除、复制、镜像、偏移（2学时）

一、删除命令（E）

方法：

1、从修改工具栏中选择删除工具 ，选择物体确定即可删除物体。

2、选中物体之后，按键盘上的Delete键也可将物体删除。

3、在命令栏中直接输入快捷键E，选择想要删除的物体确定即可。

4、在修改菜单下单击删除命令，选择想要删除的物体确定即可。

二、复制命令（CO）

方法：

1、从命令栏中输入快捷键为CO或在修改工具栏中选择复制按纽

2、选择要复制的对象

3、指定基点和指定位移的第二点

多次复制对象的步骤

1、从命令栏中输入复制命令

2、选择要复制的对象

3、输入M（多个）

4、指定基点和指定位移的第二点

5、指定下一个位移点，继续插入，或确定结束命令。

三、镜像命令（MI）

方法：

1、从命令栏中输入快捷键为MI或在修改工具栏中选择镜像按纽

2、选择要镜像的对象

3、指定镜像直线的第一点和第二点

4、如按确定键是保留对象，或者按Y将其删除

四、偏移命令（O）：在实际应用中，常利用此命令创建平行线或等距离分布图形。

块物体不能进行偏移命令，偏移命令在所用中鼠标托动的方向就是偏移的方向

以指定的距离偏移对象的步骤

1、从“修改”菜单中选择“偏移”/快捷键为O/单击修改工具栏上的偏移按纽 。

2、指定偏移距离，可以输入值

3、选择要偏移的对象

4、指定要放置新对象的一侧上的一点

5、选择另一个要偏移的对象，或按确定结束命令

使偏移对象通过一个点的步骤

1、从“修改”菜单中选择“偏移”

2、输入T，（通过点）

3、选择要偏移的对象

4、指定通过点

5、选择另一个要偏移的对象或按回车键结束命令.

第二节 修改命令----阵列、移动、旋转、缩放、拉伸（2学时）

一、阵列命令（AR）

矩形阵列的步骤

1、在命令栏中输入快捷键为AR或单击修改工具栏上的阵列按纽 ，

2、在“阵列”对话框中选择“矩形阵列，选择“选择对象”，去选择物体确定

3、使用以下方法之一指定对象间水平和垂直间距（偏移）

在行偏称和列偏移中输入行间距，列间距，添加+或减号-确定方向

单击“拾取行列偏移”按纽，使用它设备指定阵列中某个单元的相对角点，此单元决定行和列的水平和垂直间距

单击“拾取行偏移或“拾取列偏移”按纽，使用定点设备指定水平和垂直间距

要修改阵列的旋转角度，请在“阵列角度”旁边输入新角度

4、选择确定

创建环形阵列的步骤

1、在命令栏中输入阵列命令

2、在其对话框中选择“环形阵列”

3、指定中点后，执行以下操作之一，

⊙输入环形阵列中点的X坐标值和Y坐标值

⊙单击“拾取中点”按纽，“阵列”对话框关闭，使用定点设备指定环形阵列的圆心，

4、择“选择对象”

5、输入项目数目（包括原对象）

6、确定即可

二、移动命令（M）

移动对象的步骤

1、从“修改”菜单中选择“移动”/快捷键为M/单击修改工具栏上的移动按纽

2、选择要移动的对象

3、指定移动基点

4、指定第二点，即位移点， 选定的对象移动到由第一点和第二点之间的方向和距离确定的新位置

三、旋转命令（RO）

旋转命令的使用方法

1、“修改”菜单中选择“旋转”/快捷键为RO/单击修改工具栏上的旋转按纽 。

2、选择要旋转的对象

3、指定旋转基点

4、输入旋转角度，确定。

四、缩放命令（SC）

缩放的步骤

1、从“修改”菜单中选择“缩放”/快捷键为SC/单击修改工具栏上的缩放按纽 。

2、选择要缩放的对象

3、指定缩放基点

4、输入缩放的比例因子，确定即可。

注：基点一般选择线段的端点，角的顶点。

五、拉伸命令（S）：用来把对象的单个边进行缩放，拉伸只能框住对象的一半进行拉伸，如果全选则只是对物体进行移动，毫无意义。

拉伸命令的使用步骤

1、在命令栏中输入快捷键为S，确定

2、反选选择非块形状，可进行拉伸命令

3、从命令行内直接输入拉伸距离。

第三节 修改命令----修剪、延伸、打断于点、打断、倒角、圆角、分解（2学时）

一、修剪命令（TR）

修剪命令的使用步骤

1、在命令中输入快捷键为TR/单击修改工具栏中的修剪按纽

2、选择作为剪切边的对象，要选择图形中的所有对象作为可能的剪切边，按回车键确定即可

3、选择要修剪的对象。

二、延伸命令（EX）

延伸命令的使用步骤

1、在命令栏中输入快捷键为EX/单击修改工具栏中的延伸按纽 。

2、选择作为边界的对象，在选择图形中的所有对象作为可能的边界边，按回车键即可，

3、选择要延伸的对象。

三、打断命令（BR）

打断命令的使用方法

1、从命令中输入打断的快捷键BR/单击修改工具栏中的打断按纽 。

2、用鼠标点击第一个点，再点击第二个打断点，或者先选择要打断的对象，再按F确定，然后指定第一个打断点和指定第二个打断点，打断命令能明显看出变化来。

四、打断于点命令

打断于点命令的使用

1、画一个闭合物体

2、从修改中点击“打断于点”命令

3、根据命令栏中提示，可把一个连在一起的物体打断 ，但现在看不出效果，在移动命令下移动物体可以看出来变化来。

五、 倒角命令（CHA）

倒角命令的使用

1、从命令栏中输入快捷键为CHA/单击修改工具栏中倒角按纽 。

2、入D（距离）输入第一个倒角距离（直度边长），和第二个倒角距离（直角边长）

3、选择倒角直线



各选项含义如下：

1、“多段线（P）”：可以以当前设置的倒角大小对多段线的各顶点（交角）修倒角。

2、“距离（D）”：设置倒角距离尺寸。

3、“角度（A）”：可以根椐第一个倒角距离和角度来设置倒角尺寸。

4、“修剪（T）”：设置倒角后是否保留原拐角边。

5、“多个（U）”：可以对多个对象绘制倒角。

注：修倒角时，倒角距离或倒角角度不能太大，否则无效。当两个倒角距离均为0时，此命令将延伸两条直线使之相交，不产生倒角，此外，如果两条直线平行、发散等，则不能修倒角。

六、圆角命令（F）

设置圆角的步骤

1、从“修改”菜单中选择“圆角”/快捷键F/单击修改工具栏中的圆角按纽 。

2、输入半径R，输入圆角半径

3、选择要进行圆角的对象。

七、分解命令（X）

分解命令的使用方法

1、从“修改”菜单中选择“分解”或快捷键 为X

2、选择要分解的对象，（对于大多数对象，分解的效果并不是看得见的

分解命令只是针对于块物体，文字不能使用分解命令。

**考核要求：**

1、图形编辑命令的熟练应用。

2、图形编辑命令与其他命令在作图中的配合使用。

**第六章 图层的使用与管理**

**教学要点：**

1、图层概述

2、图层的命名规则

3、设置图层的特性

**教学时数**：

3学时

**教学内容：**

一、图层的概述

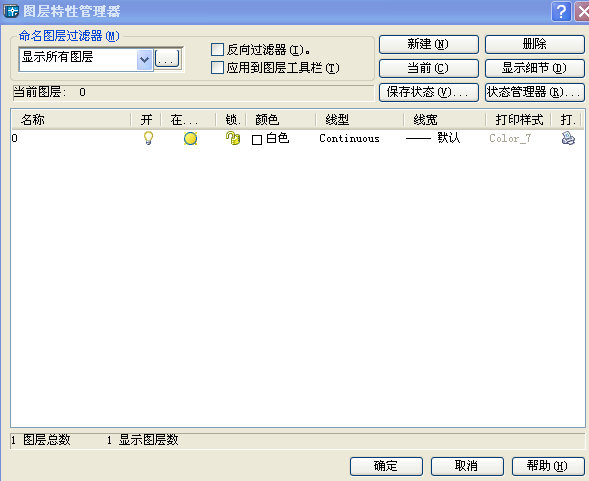
图层相当于图纸绘图中使用的重叠图纸，创建和命令图层，并为这些图层指定通用特性。通过将对象分类放到各自的图层中，可以快速有效地控制对象的显示以及其进行更改。（例如墙体或标注）

图层是AutoCAD提供的一个管理图形对象的工具，用户可以根据图层对图形几何对象、文字、标注等进行归类处理，使用图层来管理它们，不仅能使图形的各种信息清晰、有序，便于观察，而且也会给图形的编辑、修改和输出带来很大的方便

二、打开图层特性管理器方法

1、快捷键为LA

2、点击“图层工具栏”中的 按纽。

****

各选项含义如下：

“新建”：新建图层，可绘图层起名、设置线型、颜色、线宽等。

注：在新建一次图层后，再新建图层按“，”键可连续新建图层。

“删除”：删除图层的。

下列有四种图层不可删除：1、图层0和定义点

2、当前图层

3、依赖外部参照的图层

4、包含对象的图层

外部参照：文件之间的一个链接关系，某文件依赖于外部文件的变化而变化。

步骤：1、新建一个窗口命名为文件1

2、在“插入”菜单下选择“外部参照”，选择参照文件名为2，确定。

3、在文件1中插入文件2，保存

4、打开文件2，进行改动保存

5、打开文件1观察到文件1的改动跟文件2一样，即文件2改动，文件1随之跟着而改动。

开关状态：图层处于打开状态时，灯泡为黄色，该图层上的图形可以在显示器上显示，也可以打印；图层处于关闭状态时，灯泡为灰色，该图层上的图形不能显示，也不能打印。

冻结/解冻状态：图层被冻结，该图层上的图形对象不能被显示出来，也不能打印输出，而且也不能编辑或修改；图层处于解冻状态时，该图层上的图形对象能够显示出来，也能够打印，并且可以在该图层上编辑图形对象。注：不能冻结当前层，也不能将冻结层改为当前层。从可见性来说：冰结的图层与关闭的图层是相同的，但冻结的对象不参加处理过程中的运算，关闭的图层则要参加运算，所以在复杂的图形中冻结不需要的图层中可以加快系统重新生成图形的速度。

锁定/解锁状态：锁定状态并不影响该图层上图形对象的显示，用户不能编辑锁定图层上的对象，但还可以在锁定的图层中绘制新图形对象。此外，还可以在锁定的图层上使用查询命令和对象捕捉功能。

颜色、线型与线宽：单击“颜色”列中对应的图标，可以打开“选择颜色”对话框，选择图层颜色；单击在“线型”列中的线型名称，可以打开“选择类型”对话框，选择所需的线型；单击“线宽”列显示的线宽值，可以打开“线宽”对话框，选择所需的线宽。

三、图形转移图层方法

1、选中该图形

2、右击空白处弹出“特性”对话框

3、在“特性”对话框中“图层”列表选所需图层

4、关闭即可

注：对象特性包含一般特性和几何特性，一般特性包括对象的颜色、线型、图层及线宽等，几何特性包括对象的尺寸和位置。可以直接在“特性”窗口中设置和修改对象的特性。

在实际绘图时，为了便于操作，主要通过“图层”工具栏和“对象特性”工具栏实现图层切换，这时只需选择要将其设置为当前层的图层名称即可。

**考核要求：**

1、图层相关命令的熟练应用。

2、图层编辑命令与其他命令在作图中的配合使用。

**第七章 文字与尺寸标注的创建与编辑**

**教学要点：**

1、文字中“多行文字”与“单行文字”的区别与用法

2、尺寸标注的组成与规则

3、创建与设置标注的样式

4、尺寸标注的类型

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

文字命令（1学时）

文字命令（T）：分为多行文字和单行文字。

多行文字：输入的文字是一个整体。

单行文字：也可以输入多行文字但是输入每行都是一个独立的对象。

绘制方式:

1、直接在绘图工具栏上点击文字按纽

2、在绘图菜单下单击文字命令

3、在命令栏中直接输入快捷键为T

绘制文字的步骤：

1、从命令栏中输入文字的快捷键为L确定

2、输入文字时，要用鼠标左键画出文字所在的范围。在其对话框中可以设置字体，颜色等.

注：修改文字的快捷键为ED，或双击也可以对它进行修改，当文字出现？时，说明字体不对或者没有字体名（格式----文字样式-----字体名）选择正确的字体，有@的不可用.

第二节标注的创建与编辑（2学时）

一、 标注的组成：1、尺寸界线

2、尺寸线

3、标注文字

4、箭头

二、尺寸标注的规则

1、物体的真实大小应以图样上所标注的尺寸数值为依据，与图形的大小及绘图的准确度无关。

2、图样中的尺寸以毫米为单位时，不需要标注计量单位的代号或名称。

3、图样中所标注的尺寸为该图样所表示的物体的最后完工尺寸，否则应另加说明。

4、物体的每一尺寸，一般只标注一次，并应标注在最后反映该机构最清晰的图形上。

三、创建与设置标注的样式

1、 打开“标注样式管理器”对话框方法：

2、 单击标注工具栏上的 标注样式按纽。

3、 格式菜单下“标注样式”命令

4、 快捷键为D确定或Ctrl+M

四、直线和箭头选项卡中

1、在“尺寸线”选项区中：可以设置尺寸线的颜色、线宽、超出标记以及基线间距等属性。

该选项区中各选项含义如下：

“颜色”下拉列表框：用于设置尺寸线的颜色。

“线宽”下拉列表框：用于设置尺寸线的宽度。

“超出标记”微调框：当尺寸线的箭头采用倾斜，建筑标记、小点、积分或无标记等样式时，使用该文体框可以设置尺寸线超出尺寸界线的长度。

“基线间距”文本框：进行基线尺寸标注进时，可以设置各尺寸线之间的距离。

“隐藏”选项区：通过选择“尺寸线1”或“尺寸线2”复选框，可以隐藏第一段或第二段尺寸线及其相应的箭头。

2、在“尺寸界线”选项区中：可以设置尺寸界线的颜色、线宽、超出尺寸线的长度和起点偏移量、隐藏控制等属性。

该选项区中各选项含义如下：

“颜色”下拉列表框：用于设置尺寸界线的颜色。

“线宽”下拉列表框：用于设置尺寸界线的宽度。

“超出尺寸线”文本框：用于设置尺寸界线超出尺寸线的距离。

“起点偏移量”文本框：用于设置尺寸界线的起点与标注定义的距离。

“隐藏”选项区：通过选择“尺寸界线1”或“尺寸界线2”复选框，可以隐藏尺寸界线。

3、箭头：可以设置尺寸线和引线箭头的类型及尺寸大小。

4、圆心标记：在“圆心标记”选项组中，可以设置圆或圆弧的圆心标记类型，如“标记”、“直线”和“无”。其中，选择“标记”选项可对圆或圆弧绘制圆心标记；选择“直线”选项，可对圆或圆弧绘制中心线；选择“无”选项，则没有任何标记。

五、尺寸标注的类型

A、创建对齐标注的步骤

1、“标注”菜单中单击“对齐”或单击标注工具栏中的 。

2、指定物体 ，在指定尺寸位置之前，可以编辑文字或修改文字角度，

⊙要使用多行文字编辑文字，请输入M（多行文字），在多行文字编辑器中修改文字然后单击确定

⊙要使用单行文字编辑文字，请输入T（文字），修改命令行上的文字，然后确定

⊙要旋转文字，请输入A（角度），然后输入文字角度

指定尺寸线的位置

注：创建线性标注的方法同创建对齐标注的方法一样

B：创建基线线性标注的步骤

1、从“标注”菜单中选择“基线”或单击标注工具栏中的 。

默认情况下，上一个创建的线性标注的原点用作新基线标注的第一尺寸界线。AutoCAD 提示指定第二条尺寸线。

2、使用对象捕捉选择第二条尺寸界线原点，或按 ENTER 键选择任意标注作为基准标注。

AutoCAD 在指定距离（在“标注样式管理器”的“直线和箭头”选项卡的“基线间距”选项中所指定）自动放置第二条尺寸线。

3、使用对象捕捉指定下一个尺寸界线原点。

4、根据需要可继续选择尺寸界线原点。

5、按两次 ENTER 键结束命令。

注：基线标注必须借助于线型标注或对齐标注基础上

连续标注必须借助于线型标注和对齐标注，不能单独使用。

C：创建连续线性标注的步骤

1、从“标注”菜单中选择“连续”或单击标注工具栏中的 。

AutoCAD 使用现有标注的第二条尺寸界线的原点作为第一条尺寸界线的原点。

2、使用对象捕捉指定其他尺寸界线原点。

3、按两次 ENTER 键结束命令

**考核要求：**

1、文字命令的熟练应用与其他命令在作图中的配合。

2、标注命令的熟练应用与其他命令在作图中的配合。

**第八章 完整建筑平面图的绘制**

**教学要点：**

1、独立完成一幅建筑平面图

2、熟悉各种绘图工具及图层。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

完成下图所示完整建筑平面图



完成建筑平面图的辅助线与墙线（2学时）





完成门窗、家具及相关标注、文字的绘制（2学时）





**考核要求：**

独立完成建筑平面图的绘制

**第九章 旅游规划设计实例介绍**

**教学要点：**

1、介绍旅游规划实例

2、邀请相关旅游规划设计院工程师对旅游景区规划实务操作进行讲解

**教学时数**：

2学时

**教学内容：**

一、介绍旅游规划实例——介绍新昌穿岩十九峰总体规划案例、萨拉乌苏国际旅游度假区概念性总体规划案例。

二、拟邀请甘肃省相关旅游规划设计师介绍旅游规划操作实务及相关流程。

**考核要求：**

让学生了解旅游规划操作实务及相关流程

**第十章 图形的输出与打印**

**教学要点：**

1、设置打印布局

2、打印预览

3、图形的输出

**教学时数：**

2学时

一、图形的输出。

创建完图形之后，通常要打印到图纸上，也可以生成一份电子图纸，以便从互联网上进行访问。打印的图形可以包含图形的单一视图，或者更为复杂的视图排列。根据不同的需要，可以打印一个或多个视口，或设置选项以决定打印的内容和图像在图纸上的布置。

在打印输出图形之前可以预览输出结果，以检查设置是否正确。例如，图形是否都在有效输出区域内等。选择“文件”---“打印预览”命令(PREVIEW)，或在“标准”工具栏中单击“打印预览”按钮，可以预览输出结果。

二、图纸打印。

在AutoCAD中，可以使用“打印”对话框打印图形。当在绘图窗口中选择一个布局选项卡后，选择“文件”---“打印”命令打开“打印”对话框。

出图类型，1、普通纸

2、硫酸纸

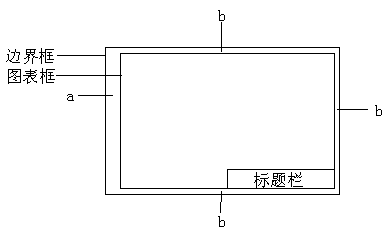
3、蓝图

纸张的大小：A0：840×1189mm A1:841×594mm

A2:594×420mm A3:420×297mm

A4:297×210mm

图框的格式：



a的距离在所有图纸上规定为25mm

b的距离在A0到A2上尺寸为10mm，A3到A4的尺寸为5mm

**考核要求：**

1、设置打印布局

2、打印出符合相关标准的设计图件。

**三、参考书目**

本课程参考教材：

1、陈秋晓等著，《城市规划CAD》，浙江大学出版社，2009年。

2、吴必虎著，《旅游规划原理》，中国旅游出版社，2010年。

3、陆林编著，《旅游规划原理》，高等教育出版社，2011年。

4、万剑敏主编，《旅游景区规划与设计》，旅游教育出版社，2017年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件及计算机软件。

建议全部内容的课程在多媒体计算机教室上，用课件结合计算机操作进行讲授，增加直观性和生动性。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游规划制图Ⅱ

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程为专业必修课程，是旅游管理专业卓越文科人才基地班的重要课程之一，随着科学技术发展，计算机辅助设计广泛应用在众多的领域，计算机辅助制图更为方便快捷，制图的精准性远高于手工制图。作为旅游管理专业的学生掌握计算机辅助制图是社会发展的需要.熟练掌握计算机绘图的基本操作，能绘制旅游规划中基本图件，提升其专业技能的重要方面。

**（二）教学目的**

Photoshop软件应用广泛，设计应用方面，更是独树一帜。本课程旨在让学生掌握如何利用Photoshop进行图像处理，并教给学生制图的规范和思考方法，为后续的旅游规划设计提供可靠的工具。这门学科的重点是掌握Photoshop绘制二维图的方法，以及一些图像处理的方法。对培养该学科人才的应用能力、科学综合素养和设计能力具有重要意义。

**（三）教学内容**

本课程主要介绍旅游规划制图中Photoshop软件的基本理论与使用方法。教学内容共分十三章，主要包括PhotoshopCC基础知识 、Photoshop选区工具、图像裁剪与图像变形、图层、渐变与油漆桶工具、绘图工具、修复工具、文字工具、控制图像色彩和色调、钢笔和路径、通道和蒙板的应用、滤镜、动作与批处理。

**（四）教学时数**

1、时数：2课时/周，总计：36课时，授课周期为1-18周

2、进度：

《旅游规划制图Ⅱ》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 课堂教学 | 实践操作与课堂讨论 |
| 一 | PhotoshopCC基础知识 | 2 | 1 | 1（实践上机操作） |
| 二 | Photoshop选区工具 | 4 | 2 | 2（实践上机操作） |
| 三 | 图像裁剪与图像变形 | 4 | 2 | 2（实践上机操作） |
| 四 | 图层 | 4 | 2 | 2（实践上机操作） |
| 五 | 渐变与油漆桶工具 | 2 | 1 | 1（实践上机操作） |
| 六 | 绘图工具 | 4 | 2 | 2（（实践上机操作） |
| 七 | 修复工具 | 2 | 1 | 1（实践上机操作） |
| 八 | 文字工具 | 2 | 1 | 1（（实践上机操作） |
| 九 | 控制图像色彩和色调 | 2 | 1 | 1（（实践上机操作） |
| 十 | 钢笔和路径 | 2 | 1 | 1（（实践上机操作） |
| 十一 | 通道和蒙板的应用 | 4 | 2 | 2（（实践上机操作） |
| 十二 | 滤镜 | 2 | 1 | 1（实践上机操作） |
| 十三 | 动作与批处理 | 2 | 1 | 1（（实践上机操作） |

**（五）教学方式**

本课程主要以理论讲授与实践操作相结合，理论与实践操作并重，适当组织课堂讨论与旅游规划制图专家实例分析讲座等形式。

**（六）考核方式**

期末上机操作考试（60%）与平时成绩（含平时作业、期中作业等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能进行实际操作，并解决旅游规划实际中的问题。

**二、正文**

**第一章PhotoshopCC基础知识**

**教学要点：**

1、Photoshop CC简介

Photoshop CC新增功能

图像和颜色

4、文件操作

5、辅助工具及系统优化

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 Photoshop CC入门（0.5学时）

一、Photoshop CC简介

二、Photoshop CC新增功能

三、工作环境

1、窗口组成

2、浮动面板

第二节 图像和颜色（0.5学时）

一、图像基本概念

1、图像类型

2、图像分辨率

3、图像格式

二、颜色基本概念

1、颜色模式

2、RGB与CMYK比较

第三节 文件操作（0.5学时）

一、新建

二、打开

三、保存

第四节 辅助工具及系统优化（0.5学时）

一、标尺工具

二、参考线

三、放大与抓手工具

四、系统优化

**考核要求：**

1、文件的新建、打开、保存

2、辅助工具的使用

**第二章Photoshop选区工具**

**教学要点：**

1、选框工具

2、套索工具

3、魔棒与快速选择工具。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 选框工具（1学时）

一、选框工具（M）

二、选框工具的属性

第二节 套索工具（2学时）

一、套索工具（L）

二、套索工具的属性【磁性套索】

第三节 魔棒与快速选择工具（1学时）

一、魔棒

二、快速选择工具

**考核要求：**

1、选框的使用

2、套索的使用

**第三章 图像裁剪与图像变形**

**教学要点：**

1、裁剪工具的使用

2、调整图像和选区

3、图像变形。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

**教学内容：**

第一节 裁剪工具（1学时）

一、裁剪工具

二、透视裁剪工具

第二节 调整图像和选区（1学时）

一、图像大小与画布大小

二、调整选区

第三节 图像变形（2学时）

一、移动图像和图像变形

二、复制与自由变换

**考核要求：**

1、裁剪工具的使用

2、调整图像和选区

**第四章 图层**

**教学要点：**

1、了解图层功能

2、掌握图层样式与图层混合模式。

**教学时数**：4

**教学内容：**

图层认识与图层功能（2学时）

一、功能简述【图层面板：F7】

二、图层类型

三、图层面板的认识和使用

四、图层的基本操作

五、图层的编辑

第二节 图层样式与图层混合模式（2学时）

一、图层样式

二、应用的图层样式

三、添加图层效果的使用方法

四、混合图层

**考核要求：**

1、使用图层进行图片处理

2、图层的编辑

**第五章 渐变与油漆桶工具**

**教学要点：**

1、掌握渐变工具

2、掌握油漆桶工具

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、渐变工具

渐变工具的属性

渐变下拉列表框

渐变工具的5中渐变方式

色彩混合模式。

不透明度。

仿色。

透明度。

二、油漆桶工具

**考核要求：**

1、使用渐变工具进行图片处理

2、使用油漆桶工具进行图片处理

**第六章 绘图工具**

**教学要点：**

1、掌握画笔工具的使用

2、了解颜色替换工具与混合器画笔应用

**教学时数**：

4学时

**教学内容：**

第一节 画笔工具（2学时）

一、相关快捷键

二、铅笔工具

三、画笔笔头的种类

四、更改画笔的设置

五、画笔面板属性设置

第二节 颜色替换工具与混合器画笔（2学时）

一、颜色替换工具

二、混合器画笔工具

**考核要求：**

1、使用画笔工具图片处理

2、熟悉颜色替换工具与混合器画笔应用

**第七章 修复工具**

**教学要点：**

1、了解修复工具的类型

2、掌握修复工具的应用

**教学时数**：

2学时

**教学内容：**

一、修复工具的类型

图章工具：分为两类：仿制图章和图案图章。

修复工具：污点修复画笔、修复画笔工具、修补工具、内容感知移动工具、红眼工具

二、修复工具的作用

仿制图章工具：能够将一幅图像的全部或部分复制到同一幅图或其他图像中。

图案图章工具：图案图章工具可以将定义的图案内容复制到同一幅图向或其他图像中。

污点修复画笔工具：可以快速移去照片中的污点和其他不理想部分。

修复画笔工具：可将一幅图案的全部或部分连续复制到同一副图像或其他图像中。

修补工具：功能和使用方法与修复画笔工具类似，可以消除选区内的杂纹并模糊图像，使接缝拼接得更好，且一次性修复的范围较大。

内容感知移动工具：可以将图像场景中的某个物体，移动到图像的中的任何位置，完成极其真实的PS合成效果。

红眼工具：能够很好地消除拍照产生的红眼。

**考核要求：**

使用图章工具与修复工具。

**第八章 文字工具**

**教学要点：**

1、熟练在软件中输入文字

2、熟悉在软件中编辑文字

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、输入文本的基本操作

输入点文本：需要手动回车换行

输入段落文本：可以自动换行，因为有文本框。

二、文字的编辑

增加字号：【Ctrl+Shift+>】减小字号：【Ctrl+Shift+<】

增加字距：【Alt+右箭头】减少字距：【Alt+左箭头】

增加行距：【Alt+下箭头】减少行距：【Alt+上箭头】

三、文字格式的设置

**考核要求：**

独立完成平面图规定格式文字的添加

**第九章 控制图像色彩和色调**

**教学要点：**

1、图像色调控制

2、特殊色调控制

3、图像色彩控制

**教学时数**：

2学时

**教学内容：**

一、图像色调控制

对图像的色调进行控制主要是对图像明暗度的调整。

色阶命令

自动控制色调

自动对比度

自动颜色校正

曲线命令

二、特殊色调控制

反相：可以将像素的颜色改变为它们的互补色。如白变黑、黑变白等。快捷键【Ctrl+I】。

色调均化：会重新分配图像像素亮度值，以便于更平均地分布整个图像的亮度色调。

阈值：可以将一幅彩色图像或灰度图像转换成只有黑白两种色调的高对比度的黑白图像。

色调分离：可以指定图像中每个通道的色调级（或亮度值）的数目，然后将这些像素映射为最接近的配色调。

去色：主要作用是去除图像中的饱和色彩。

渐变图：主要功能是将预设的几种渐变模式作用于图像。

三、图像色彩控制

色彩平衡：会在彩色图像中改变颜色的混合，从而使整体图像的色彩平衡

控制亮度和对比度：主要用来调节图像的亮度和对比度。

调整色相和饱和度：主要用于改变像素的色相及饱和度，而且它还可以通过给像素指定新的色相和饱和度，实现给灰度图像染上色彩的功能。

替换颜色：可以先选定颜色，然后改变它的色相、饱和度和亮度值。它相当于【色彩范围】加上【色相/饱和度】的功能。

可选颜色：与其他颜色校正工具相同，【可选颜色】可以校正不平衡问题和调整颜色。

**考核要求：**

让学生了图像色彩和色调调整方法

**第十章 钢笔和路径**

**教学要点：**

1、路径的功能和特点

2、建立路径

3、编辑路径

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

路径的功能和特点

建立路径的组件

Paths面板的组成

路径编辑工具

建立路径

使用钢笔工具建立路径

使用自由钢笔工具建立路径

绘制形状

使用矩形工具建立路径

使用圆角矩形工具或椭圆工具建立路径

使用多边形工具建立路径

使用直线工具建立路径

使用自由形状工具建立路径

编辑路径

选择路径的锚点

改变路径锚点的设置属性

移动路径

打开和关闭路径

编辑路径的基本操作

应用路径

路径与选区范围间的转换

对路径填充和描边

输出剪贴路径

**考核要求：**

利用钢笔路径工具制作出矢量图。

**第十一章 通道和蒙板的应用**

**教学要点：**

1、通道的应用

2、蒙版的使用方法

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

通道的应用（2学时）

通道的基本功能

通道面板组成

蒙版的应用（2学时）

蒙板的类型及定义

图层蒙版

矢量蒙版

剪贴蒙版

新填充或调整层

文字蒙版

**考核要求：**

掌握蒙版技术及各种蒙版的相关特点与操作方法

**第十二章 滤镜**

**教学要点：**

1、滤镜的功能

2、滤镜的特点

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、滤镜的功能：

Photoshop共内置了17组滤镜，可以通过滤镜菜单进行访问 Filter(滤镜)是Photoshop的特色之一，具有强大的功能。滤镜产生的复杂数字化效果源自摄影技术，滤镜不仅可以改善图像的效果并掩盖其缺陷，还可以在原有图像的基础上产生许多特殊的效果。

二、滤镜的特点：

只能应用于当前可视图层，且可以反复应用，连续应用。但一次只能应用在一个图层上。

滤镜不能应用于位图模式，索引颜色和48bit RGB模式的图像，某些滤镜只对RGB模式的图像起作用，如Brush Strokes滤镜和Sketch滤镜就不能在CMYK模式下使用。还有，滤镜只能应用于图层的有色区域，对完全透明的区域没有效果。

有些滤镜完全在内存中处理，所以内存的容量对滤镜的生成速度影响很大。

有些滤镜很复杂亦或是要应用滤镜的图像尺寸很大，执行时需要很长时间，如果想结束正在生成的滤镜效果，只需按Esc键即可。

上次使用的滤镜将出现在滤镜菜单的顶部，可以通过执行此命令对图像再次应用上次使用过的滤镜效果。

如果在滤镜设置窗口中对自己调节的效果感觉不满意，希望恢复调节前的参数，可以按住Alt键，这时取消按钮会变为复位按钮，单击此钮就可以将参数重置为调节前的状态。

**考核要求：**

Photoshop的滤镜内容非常多，而且每组都有自己的特点，需对每个滤镜多进行练习，测试，才能掌握好其功能、特点与用法。

**第十三章 动作与批处理**

**教学要点：**

1、动作的基本功能

2、动作建立和使用

**教学时数：**2

**教学内容：**

一、动作的基本功能：

动作（Action)功能类似于Word软件中的宏功能，它可以将Photoshop中的某几个操作像录制宏一样记录下来，并反复使用，这样可以使较为烦琐的工作变得简单易行。自动功能还可以对多个文件进行批处理，从而大幅度地提高工作效率。

二、动作建立和使用

1、记录动作

2、执行动作

3、修改动作

4、保存和安装动作

5、批处理图片

**考核要求：**

录制动作并用动作处图像，管理动作和动作组。

**三、参考书目**

本课程参考教材：

1、[美]David Xenakis ，《PHOTOSHOPcs6 使用指南》，机械工业出版社，2013年。

2、曾俊荣，《Photoshop cc技术大全》，人民邮电出版社，2014年。

3、吴必虎著，《旅游规划原理》，中国旅游出版社，2010年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件及计算机软件。

建议全部内容的课程在多媒体计算机教室上，用课件结合计算机操作进行讲授，增加直观性和生动性。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

人力资源管理

**一、说明**

**（一）课程性质**

人力资源是企业生存和发展的最重要的资源。市场经济，尤其是知识经济下企业的竞争集中体现于人力资源的竞争。人力资源开发与管理成为当代企业基本的管理职能。为适应我国经济转型，企业的当务之急是从原有的重视物质资源、金融资本转而重视人力资源、人力资本并做好对其的开发管理工作，增强企业的竞争力。为此，我国业迫切需要一大批具有现代人力资源理念、意识、知识，熟练运用人力资源开发和管理的方法和技术的管理人才。在重视“学理论”、“建观点”的同时，也非常重视“培技能”。因此，本课程在于使学生掌握人力资源管理的重要性；人力资源开发与管理的运用，为我国的旅游事业的发展做出贡献。通过对人力资源计划、工作分析、人员招聘、培训、职业生涯管理、绩效考核、薪酬管理、员工激励涉及的理论和实践的系统讲授，非常重视案例教学法和体验式学习法结合，要求学生积极参与案例的准备与讨论，勤于思考、勤于实践，培养自己的实际操作能力，巩固学到的知识，理解相关内容，培养分析和解决问题的能力。课程依据现代企业经营管理实践，从人力资源管理的角度，阐述人力资源管理在企业竞争优势构建和维持过程中的地位与角色，分析人力资源管理的政策、实践与企业发展的关系及其机制，以此建构能够指导企业实践的理论体系。该课程属于专业核心课程，承担了对人力资源管理政策与实践的原理的介绍。

**(二)课程教学目标**

《人力资源管理》是旅游管理、酒店管理专业学生的一门专业必修课，具较强的系统性、创新性、针对性和实用性。通过对本课程的学习，旨在使学生理解现代企业人力资源管理的理念和角色，熟悉现代人力资源管理的六大模块，理解人力资源管理不同业务活动之间的内在联系，掌握开展人力资源管理活动所需的基本技能。学会用人力资源管理理论分析和解决企业实际问题的方法，同时培养学生爱岗敬业的精神，对工作的性质、任务、作用及其意义应有比较全面的了解；同时培养学生良好的从业意识，开拓市场的精神和竞争意识；并初步具备从事工作的能力和处理问题的能力。为毕业后成功地走上社会参加企业经营管理实践打下基础。

**（三）教学内容**

本课程教学内容总共划分为八个章节，具体包括人力资源管理导论、战略性人力资源管理、员工招聘与人才管理、员工甄选、员工培训与开发、绩效管理和薪酬管理等主要人力资源管理模块知识。

**（四）教学学时：**

总学时：54学时

总学时数为 54节，总学分：3学分。其中授课学时

《人力资源管理》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章节 | 教学内容 | 学时 | 讲授学时 | 实践学时 |
| 1 | 人力资源管理绪论 | 10 |  |  |
| 2 | 工作分析与工作设计 | 6 |  | 2 |
| 3 | 人力资源规划 | 6 |  |  |
| 4 | 招聘管理 | 9 |  | 2 |
| 5 | 培训管理和职业发展 | 6 |  | 2 |
| 6 | 薪酬管理 | 7 |  |  |
| 7 | 绩效管理 | 6 |  |  |
| 8 | 劳动关系管理 | 4 |  |  |

**（五）教学方式**

授课：在讲课过程中，改变传统的教学模式，由“代理式”教学方式转变为“体验性”教与学的方法，把教师主讲、课堂讨论、课外搜集、社会调查等结合起来，以促进教学氛围的提升；从而激发学生的学习兴趣。本课程以理论教学为主，多媒体教学辅之。

**（六）考核方式**

期末闭卷考试（60%）与平时成绩（含讨论、期中论文、实践：通过研究实例，编写一份创业计划书等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

**二、本文**

**第一章 人力资源管理绪论**

**教学要点：**

掌握人力资源与人力资源管理的概念、职能、特点；掌握传统人事管理与现代人力资源管理的区别；了解人力资源管理的思想及发展历史、中国人力资源管理发展现状问题及其趋势；掌握人力资源管理的概念、特点；重点掌握人力资源管理体系的基本原理。

**教学时数：**

10学时

**教学内容：**

绪论（2学时）

一、为什么要学习人力资源开发与管理？

1、经济全球化彻底改变了企业活动的范围

2、科学技术进步

3、消费者地位的提升

二、怎样帮助企业迎接挑战

1、必须改变思想观念

2、必须扮演新的角色

3、必须掌握新技能

三、研究对象

四、人力资源开发与管理的内容

五、影响人力资源管理变革的主要因素

1、人力资源管理发展的趋势

2、人力资源管理发展趋势对公司的影响

3、人力资源管理的变化

六、课程学习方法及课程安排

1、课程内容概述

2、、学习方法介绍

3、阅读书籍简介

第一节人力资源管理概述（2学时）

一、人力资源含义

1、资源

2、人口资源

3、劳动力资源

4、人力资源

5、人才资源

6、四概念之间的关系

二、人力资源的特点

1、生物学

2、能动性

3、动态性

4、智力性

5、再生性

6、社会性

三、人力资源管理的概念界定

1、从目标上看

2、从内容上看

3、从实质上看

四、人力资源管理的特点

1、综合性

2、实践性

3、发展性

4、民主性

5、社会性

第二节人力资源管理概述（2学时）

一、人力资源管理基本问题

二、人力资源管理者和部门

三、人力资源管理环境

四、人力资源管理的目标和任务

1、取得最多的使用价值

2、发挥最大的主观能动性

3、培养全面的人

第三节 人力资源管理的产生与发展（4时）

一、人力资源管理的理论基础

1、从经验管理、科学管理是企业管理的第一次飞跃

2、科学管理到文化管理企业管理的第二次飞跃

二、人力资源管理的发展

三、中国人力资源管理的发展

四、传统人事管理与现代人力资源管理的区别

1、在管理的内容上

2、在管理形式上

3、在管理的方式上

4、在管理的策略上

5、在管理的技术上

6、在管理的体制上

7、在管理的手段上

8、在管理的决策上

五、中国企业人力资源管理的现状及存在问题

1、总量过剩与结构性短缺并存

2、中国企业缺乏合格的经营者，更缺乏企业家

3、缺乏拔尖的技术人才

4、缺乏训练有素的骨干技术工人

5、作为企业外部利益相关者，合格的政府公务员十分缺乏

6、员工缺乏劳动热情和积极性

7、员工缺乏精神支柱

8、缺乏强有力的经营者激励约束机制

六、中国企业人力资源管理存在问题

1、没摸着石头过河

2、 “西部牛仔”现象

3、企业的忙乱文化

4、有效沟通不畅

5、有效授权困难

6、人治与法制

7、八仙过海

8、以为我本

9、无章不依，有章不循

**考核要求：**

识记：人力资源与人力资源管理的概念、职能、特点；人力资源管理的内容构成；传统人事管理与现代人力资源管理的区别；。

领会：直线经理在人力资源管理中的角色；人力资源管理价值创造的理念；中国企业人力资源管理的现状及存在问题。

应用：传统人事管理与现代人力资源管理的区别；对人力资源与人力资源管理的特点进行对比分析，

**第二章 工作分析与工作设计**

**教学要点：**

本章对员工在不同工作岗位上的工作内容及工作人员任职资格的描述和研究过程进行了分析。掌握工作分析的概念与意义；了解工作分析的构成；掌握工作分析的内容和步骤；正确掌握工作分析信息收集的方法；掌握工作描述和工作规范概念和作用；了解工作规范的要素；掌握工作设计的概念、内容和作用；了解工作设计的方法。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 工作分析概述（2学时）

一、工作分析概念及其术语

1、工作描述

2、工作规范

二、工作分析的意义与作用

三、工作分析的构成

1、 工作描述

2、任职者资格

第二节工作分析实施（2学时）

一、工作分析的原则

1、系统原则

2、无重叠原则

3、无空白原则

二、工作分析过程

是一个全面的分析评价过程，是一项系统性很强的工作。在实践中，一般把它分成5个步骤来实施。

1、准备阶段

2、设计阶段

3、调查阶段

4、分析阶段

5、完成阶段

三、 工作说明书的编写

1、工作描述的内容

2、工作规范的主要方面

3、工作说明书编写的规则

第三节 工作分析方法（2学时）

1、访谈法

2、问卷法

3、观察法

4、日志法

5、工作实践法

6、关键事件法

**考核要求：**

识记：工作分析的概念、内容及相关术语；工作分析的内容和步骤；正确掌握工作分析信息收集的方法；

领会：工作分析的构成；掌握工作分析信息收集的方法；工作分析的实施过程；工作规范的要素；工作设计的方法。

应用：利用工作分析的方法编制工作说明书及工作规范。

**第三章 人力资源规划.**

**教学要点：**

掌握人力资源规划的定义；了解人力资源规划的作用和种类；掌握人力资源规划的内容；掌握人力资源规划的程序和步骤；了解人力资源规划政策的制定；了解制定人力资源规划时应注意的问题；掌握人力资源规划的预测与供给方法。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节人力资源规划概述（3学时）

一、人力资源规划的定义

二、人力资源规划的作用

1、推动组织战略与目标的实现

2、实现人力资源管理工作的有序化

3、有助于调动员工的创造性和主动性

三、人力资源规划的种类

1、按规划的时间

2、按规划的范围

3、按规划的性质

四、人力资源规划的内容

1、总体规划

2、业务规划

五、 人力资源规划的程序

1、准备阶段

2、预测阶段

3、实施阶段

4、评估阶段

六、人力资源管理规划的影响因素

1、宏观环境与政策的变化

2、组织形式的变化

3、组织的战略与计划

4、技术创新与技术升级换代

5、劳动力市场的情况

6、管理体制与方法的变化

第二节 人力资源需求、供给预测与平衡（3学时）

一、人力资源需求预测

1、人力资源需求预测是指为实现既定目标而为未来所需要员工种类、数量和质量的估算。

2、人力资源需求预测步骤

3、人力资源需求预测方法

二、 人力资源供给预测

1、 人力资源供给预测步骤

2、 人力资源内部供给预测方法

三、人力资源供需的平衡

**考核要求：**

识记: 人力资源规划的定义；人力资源规划的内容；人力资源规划的程序和步骤；

领会：人力资源规划的作用和种类；人力资源规划政策的制定及制定人力资源规划时应注意的问题；

应用：熟练掌握人力资源需求、供给预测方法，编制人力资源管理规划。

**第四章 招聘管理**

**教学要点：**

通过本章的学习，理解人力资源测试中的信度与效度，熟悉信度与效度的具体类型，掌握测试验证的过程，了解人力资源管理测试的主要类型与特点，掌握面试的类型、面试的过程，以及面试中常见的错误与预防措施。

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节 员工招聘概述（1学时）

一、 招聘的含义与作用

二、 招聘活动的主要承担者

三、 招聘的途径

1、内招

2、外招

四、招聘的基本原则

1、遵循国家的法律、政策

2、控制成本

3、因事择人

4、用人所长

五、招聘管理工作

1、招聘网络的开发与维护

2、相关文件和工具设计

3、笔试与面试题库建设

4、对招聘人员的培训

5、人才库建设

第二节员工招聘的基本程序（2学时）

一、确定招聘计划与策略

1、确定职位空缺；

2、选择招聘渠道；

3、制定招聘计划；

4、选择招聘来源和方法；

5、 回收应聘资料；

6、评估招聘效果。

二、 招聘广告的设计

三、 招聘测试表格与要求

四、 选拔录用

五、 招聘活动评估

第三节 人员甄选或测评的基本概念（2学时）

一、 为什么科学测评是重要的?

1、有助于提高员工和组织绩效

2、有助于降低员工偏差行为

3、．有助于降低成本

二、信度与效度的概念与类型

1、重测信度

2、复本信度

3、内容效度

4、效标效度

三、测验的验证

1、分析工作描述和工作规范

2、选择测试项目

3、实施测试

4、将测试得分与效标关联起来

5、交叉验证

第四节 人力资源测评的运用（2学时）

一、人力资源测评的类型

1、认知能力测试

2、身体能力测试

3、人格测试

4、兴趣测试

5、成就动机测试

二、人力资源测评的实施

1、电脑测试

2、纸笔测试

第五节 面试（1学时）

一、面试的概念与类型

1、结构化面试

2、非结构化面试

3、面试问题的类型

二、面试的实施

1、一对一面试

2、系列面试

3、电话或视频面试

三、面试中常见的错误

1、快速判断

2、强调负面特征

3、不熟悉招聘岗位的工作

4、 应聘者顺序

5、在压力状态下开展面试

6、非语言行为的影响

7、逢迎

四、面试的过程

1、结构化面试

2、了解背景信息、

3、营造轻松的环境

4、提问问题

5、结束面试

6、回顾面试

**考核要求：**

识记：信度与效度的类型；人力资源测试的类型；面试的类型与过程。

领会：面试中常见的错误；不同测试的差异。

应用：学会开展结构化面试。

**第五章 培训管理和职业发展**

**教学要点：**

通过本章的学习，了解员工培训与开发的作用，理解社会化、定向与员工培训的差异，熟悉员工定向活动的目的、内容与主要方式，掌握培训过程的主要环节，熟悉传统培训与基于网络的培训方法，掌握员工培训评价的内容与检验方法。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 培训开发概述（2学时）

一、 培训开发的概念

二、 培训开发的原则

1、参与

2、激励

3、应用

4、因人施教

三、 影响员工培训的因素

1、管理者的支持与参与

2、培训者的认识水平和业务能力

3、受训者的积极性

4、培训方案的有效设计

四、培训的分类

1、按培训与工作的关系

2、按培训的目的

3、按培训对象在公司的地位

4、按培训的范围

5、按培训的组织形式

6、按培训的地点

五、培训的过程

1、培训需求分析

2、培训方案设计

3、培训实施

4、培训评估

第二节 培训方法 （2学时）

一、传统培训方法

1、在职培训

2、非正式学习

3、师徒制

4、．技工培训

5、行为榜样

二、基于网络的培训方法

1、模拟学习

2、基于网络的学习

3、虚拟教室

4、移动学习

三、管理者评价中心

1、管理者在职培训

2、行动学习

3、管理游戏

4、外部的研讨会

5、基于大学的学习项目

第三节 培训评估 （2学时）

一、培训评估的内容

1、反应

2、学习

3、行为

4、结果

二、培训评估的方法

1、实验法

2、访谈法

3、调查法

4、测试法

**考核要求:**

识记：培训与开发的内涵；培训步骤；传统培训方法的内容；基于网络的培训方法；培训评估的内容。

领会：培训需求的分析；培训方法的选择；培训结果评估内容之间的关系。

应用：制作员工培养方案；实施培训项目评估。

**第六章 薪酬管理**

**教学要点：**

重点掌握薪酬管理的内涵；理解薪酬管理的作用；掌握薪酬管理的内容；掌握员工薪酬设计的基本原则；理解员工薪酬设计的基本流程；了解薪酬的几种形式；掌握工资制度的实施；了解员工福利的几种形式及其意义。重点是研究企业中员工的薪酬管理。难点是工资制度的实施。

**教学时数：**

7学时

**教学内容：**

第一节薪酬管理概述（2学时）

一、报酬、薪酬与薪酬管理

二、薪酬管理的意义

三、薪酬管理的原则

1、 合法性。

2、 公平性。

3、 及时性。

4、 经济性。

5、 动态性。

四、薪酬管理的主要影响因素

1、外在因素

2、内在因素

第二节基本薪酬（3学时）

一、基本薪酬设计考虑的因素

1、内部公平性

2、外部竞争性

二、基本薪酬设计的结构

1、基本工资

2、岗位工资

3、绩效工资

4、技能工资

5、辅助工资

三、基本薪酬设计的步骤

1、职位分析

2、职位评价

3、薪酬调查

4、根据薪酬曲线来确定薪酬等级

5、 设定薪酬比例的范围

6、 企业薪酬调查案例分析

四、工作评价

1、工作评价的内涵

2、工作评价的一般方法

3、工作评价的流程

4、美式评价法

5、海式评价法

6、要素计点法工作评价的案例分析

五、 我国薪酬变动沿革与趋势

我国员工薪酬结构的变动：

1、供给制时代

2、基职工资时代

3、奖金时代

4、津贴时代

第三节 辅助工资和员工福利（2学时）

一、辅助工资

1、加班工资

2、津贴

3、补贴

二、员工福利

1、社会保险

2、休假制度

3、住房公积金

4、经济性福利

5、设施性福利

6、娱乐性福利

7、员工服务福利

8、其他福利

三、工作-家庭福利

1、工作-家庭福利计划的内涵

2、工作-家庭福利计划的类型

**考核要求：**

识记：薪酬的内涵；薪酬水平制定的过程；员工福利的内容。

领会：宽度薪酬；股票激励；团队薪酬；灵活性福利的设置。

应用：学会运用要素计点法进行工作评价。

**第七章 绩效管理**

**教学要点：**

通过本章的学习，理解绩效的不同内涵与层次，绩效管理的内涵及其与绩效评价的区别，熟悉绩效管理的过程，掌握绩效管理的三种主要方法，绩效评价的主要方法，熟悉绩效评价中常见的问题及预防，熟悉绩效面谈的内容与要点。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 绩效管理的基本概念 （1学时）

一、 绩效的内涵

1、行为视角

2、结果视角

3、能力视角

二、 绩效评价的内涵

1、为什么要进行绩效评价

2、绩效评价的过程

三、 绩效管理的内涵

1、绩效管理的过程

2、绩效评价的主体

四、绩效管理与绩效评价的区别

1、目标不同

2、内容不同

第二节 绩效管理的方法 （2学时）

一、KPI指标的制定与实施

1、KPI的概念

2、KPI指标的制定

3、KPI指标的评价

4、 KPI指标的评价

二、MBO的实施

三、BSC方案的实施

第三节 绩效评价的方法（1学时）

一、图尺度法

二、交替排序法

三、配对比较法

四、关键事件法

五、行为锚定法

第四节 绩效评价中存在的问题（1学时）

一、绩效评价中常见的问题

1、宽大或严格偏差

2、晕轮效应

3、中心化取向

二、绩效评价中常见问题的解决方案

1、确保公平

2、阐明标准

3、避免晕轮效应

4、避免中心取向

5、不要太严格或宽容

第五节绩效管理过程（1学时）

一、绩效管理的基本流程

1、准备阶段

2、实施阶

3、评价阶段

4、总结阶段

5、应用阶段。

**考核要求：**

识记：绩效的内涵；绩效管理的过程；绩效面谈的步骤。

领会：绩效评价与绩效管理的区别；绩效管理中常见问题的产生原因；绩效面谈有效性的提升。

应用：企业不同业务部门KPI指标体系设计。

**第八章 劳动关系管理**

**教学要点：**

掌握劳动关系的内涵和劳动关系的构成要素与特征；理解劳动安全与劳动保护的任务、内容及相关的管理制度；掌握劳动合同的概念、订立、履行、变更、解除及终止方面的规定。熟悉劳动争议的处理原则和方法；了解常用的劳动合同范本。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节劳动关系管理（2学时）

一、劳动关系概念

二、劳动关系的构成要素

三、劳动关系的特征

四、处理劳动关系的原则与意义

五、企业改善劳动关系的途径

第二节劳动合同管理（1学时）

一、劳动合同与企业劳动合同

二、企业劳动合同的订立原则

三、劳动合同的内容

四、企业劳动合同的订立程序

五、企业劳动合同变更

六、企业劳动合同的解除与终止

第三节劳动争议管理（1学时）

1、劳动争议的种类

2、劳动争议的内容

3、劳动争议的处理程序和机构

4、解决劳动争议的原则

**考核要求：**

识记：劳动关系的内涵和劳动关系的构成要素与特征；劳动合同的概念与订立原则；解决劳动争议的原则

领会：劳动者的权力；劳动合同的订立、履行、变更、解除及终止方面的规定；劳动争议的处理方法；

应用：依据劳动关系的基本理论分析我国企业劳动关系的状况，存在问题，并加以解决。

**三、参考书目**

教材：

侯光明、刘存福主编，《人力资源管理》（第二版），高等教育出版社，2015年5月。

参考书：

1、吕勤编《人力资源管理》，旅游教育出版社，2015年9月版。

2、秦志华 ，《人力资源管理》，中国人民大学出版社， 2000年版。

3、中国就业培训技术指导中心组织编写，《企业人力资源管理》（第三版），中国劳动社会保障出版社， 2014年版。

4、Gary Dessler．《Fundamentals of Human Resource Management》，中国人民大学出版2014年第2版(教育部高校工商管理类教学指导委员会双语教学推荐教材)。

5、Gary Dessler．《人力资源管理》(英文版第4版)，中国人民大学出版社，2017年第1版。

6、[彭剑锋](http://www.amazon.cn/s/ref=dp_byline_sr_book_1?ie=UTF8&field-author=%E5%BD%AD%E5%89%91%E9%94%8B&search-alias=books) (编者)．《战略人力资源管理：理论、实践与前沿》，中国人民大学出版社，2014年第1版。

7、[彭剑锋](http://www.amazon.cn/s/ref=dp_byline_sr_book_1?ie=UTF8&field-author=%E5%BD%AD%E5%89%91%E9%94%8B&search-alias=books)，《人力资源管理概论》，复旦大学出版社，2016年第2版。

8、[吴冬梅](https://book.jd.com/writer/%e5%90%b4%e5%86%ac%e6%a2%85_1.html" \t "_blank)等著，《人力资源管理案例分析》，机械工业出版社，2011年第2版。

9、李诚，《人力资源管理的12堂课》（第四版），中国劳动社会保障出版社， 2014年版。

10、陆杰，《企业人力资源管理实战案例解析》，中国劳动社会保障出版社， 2004年版。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。用课件进行讲授，增加直观性和生动性。同时采用营销策划方案设计、案例式教学、情景教学法、拓展式作业巩固教学法、项目导向式教学、小组讨论式教学等方法。积极利用电子书籍、电子期刊、网站等网络资源，精选网站，注重相关知识点的知识链接，扩大学生的知识视野，充实学生的学习内容。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游规划专题研究

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程为专业平台任选课，是旅游管理专业的重要应用课程之一，是研究旅游规划与开发的重要工具性课程，本课程主要以专题的形式为学生讲述旅游规划的基础知识与理论，使得学生对于知识有系统的掌握，能更好地将理论用于实践。

**（二）教学目的**

通过本课程的教学使学生掌握旅游资源规划的基本要求，了解旅游规划的各组成部分与其具体内容，更全面更细致的了解旅游规划的具体内容。使得学生能够在旅游规划的具体实践中有更加清晰地逻辑思维和更为完整的规划方案。

**（三）教学内容**

《旅游规划专题研究》课程主要介绍旅游控制性详细规划和修建性详细的内容。内容涉及对规划区范围内的旅游项目、旅游设施、房屋建筑、园林绿化、环境卫生和其他公共设施做出的具体布置和规划。具体内容包括给排水规划、景观规划、旅游安全规划、游览线路与道路交通规划、绿化规划、旅游标识系统规划、环境卫生设施规划、旅游服务设施体系规划、投资与效益概算以及智慧旅游规划、全域旅游规划、生态旅游规划、旅游扶贫规划、旅游人力资源规划等专项规划。

**（四）教学时数**

1、2课时/周，总计：36课时

2、进度安排

《旅游规划专题研究》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 主要内容 | 总学时 | 课堂教学 | 备注 |
| 一 | 给排水规划专题 | 4 | 2（多媒体教学） | 2讨论 |
| 二 | 景观规划专题 | 4 | 2（多媒体教学） | 2讨论 |
| 三 | 旅游安全系统规划专题 | 4 | 2（多媒体教学） | 2讨论 |
| 四 | 旅游交通规划专题 | 4 | 2（多媒体教学） | 2讨论 |
| 五 | 园林与绿化规划专题 | 4 | 2（多媒体教学） | 2讨论 |
| 六 | 旅游标识系统规划专题 | 4 | 2（多媒体教学） | 2讨论 |
| 七 | 通信规划专题 | 4 | 2（多媒体教学） | 2讨论 |
| 八 | 旅游服务设施体系规划专题 | 8 | 6（多媒体教学） | 2讨论 |
| 合计 |  | 36 | 20 | 16 |

**（五）教学方式**

采用讲授、讨论、讲座及案例等教学法。该课程理论课主要在多媒体教室采用讲授与讨论、讲座、案例分析等方法进行。

**（六）考核方式**

开卷笔试。

**二、本文**

**第一章 给排水规划专题**

**教学要点：**

1、给排水规划的基本概念

2、景区给排水规划的具体内容

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节给排水概念简介（1学时）

一、给水排水工程规划的意义及内容

1、给水排水工程规划的意义

2、给水排水工程规划的内容

二、给水排水工程规划的原则与步骤

1、给水排水工程规划的工作原则

2、给水排水工程规划的工作步骤

三、给水排水工程规划的基础资料

1、自然因素资料

2、给水排水工程现状资料

　3、环境保护资料

4、先前建设与规划资料

第二节景区给排水规划（3学时）

一、供水规划  
　　旅游区供水规划就是截取天然的地表水或地下水，经过一定处理，使其符合国家饮用水标准，用经济合理的输配方式，输送到各用水区，满足旅游活动的正常开展和游客、当地居民及旅游区员工的正常用水需求。当旅游区在城市中时，可利用城市市政给排水的基础设施。  
　　1、预测用水量  
　　常见的旅游区用水预测方法有两种。  
　　（1）分类预测法：将旅游区的用水量分为生活用水量、公建用水量和其他用水量三部分，分别进行预测，然后加总。  
　　（2）综合预测法。综合预测法将旅游区各种人员的用水量、各类活动的用水量综合起来计算。  
　　2、选择水源地  
　　水源地选择应先从旅游区内部入手，因山就势，建立高位水库、蓄水池、拦河坝等，利用重力供水：或者利用地表水，如河流湖泊、溪流泉水等。有条件的旅游区，也可选择地下水作为水源，但需要测量其流量是否能满足旅游区的需求，化验其水质，是否能作为生活用水水源。  
　　3、确定取水方式  
　　有条件的旅游区可以选择自流方式，但有些旅游区只能选择抽水方式。究竟采取哪种取水方式，应根据旅游区的情况，充分考虑地形、经济、环保等因素确定。  
　　4、净水方案及制水能力规划  
　　所有的水源，必须引入蓄水池，经过净化达到国家饮用水标准才能使用。必须制订详细的净水方案，制水能力要与预测的旅游区用水总量相一致。  
　　5、输水管网及配水干管布局规划  
　　确定输水管道的走向、管径的大小和敷设方式等。输水管网一般应敷设在地下，不能影响旅游区的美观。  
　　6、加压站位置及数量  
　　很多蓄水池由于位置较低，很难向位置高的地方供水，必须加压。有些旅游区在供水时需要多级加压，应规划出加压站的位置和数量。  
　　7、水源地保护措施  
　　对旅游区水源地要规划相应的保护措施。在取水点周围半径lOOm内禁止停泊船只，禁止游泳及其他可能污染水源的活动；在水源地周围1000m和下游100m范围内不得排入生活污水；不能在蓄水、供水的上游地区布置接待设施、生活设施等。  
　　二、排水规划  
　　旅游区的游人和当地居民都会产生一定数量的污水，为了确保旅游区的环境卫生，保护游客、当地居民和旅游区员工的身体健康，维护旅游目的地的生态平衡，旅游区必须配备一定的污水排放和处理设施。旅游区排水规划的主要要点有以下几个方面。  
　　1、预测污水排放量  
　　旅游区排污量的预测，一般以旅游区的供水量为参照物，按其80％计算，具体计算公式为旅游区排污总量=旅游区供水总量X 80％  
　　2、确定污水类型、污染源位置  
　　主要分析旅游区产生的污水类型，确定主要的污水排放地点。  
　　3、确定排水方式  
　　旅游区的排水方式主要有雨污合流制和雨污分流制，究竟采用哪种排水方式，应根据旅游区的具体情况而定。  
　　一般情况下，为减少工程造价，多采用雨污分流制。雨水就近用明渠方式排入溪涧河沟。污水应分区就近处理后排放。一些污水排放量大的旅游区，可建立污水处理设施，经过集中处理后排放；污水排放量小的旅游区，可采用多级沉淀过滤消毒后，排入隐蔽的山谷，自然净化。  
　　4、确定排水管道的走向、管径  
　　旅游区地形一般较为复杂，排水管道敷设工程量较大，可采用明渠或暗沟相结合的方式，利用地形高差进行修建。排水管道的走向要充分考虑地形、经济、美观等因素。排水管径的大小应与排污量相一致，最小的污水管和雨水管的最小管径为300mm，最小设计坡度为0.002(塑料管)。  
　　5、排污工程规划  
　　旅游区主要的排污工程包括旅游厕所、污水处理设施、雨水排放设施、垃圾处理设施等。  
　　（1）旅游厕所。旅游厕所(tourism toilet)是指在旅游者活动场所建设的、主要为旅游者服务的公用厕所。将其划分为五级，即一星级、二星级、三星级、四星级、五星级，星级越高表明厕所的等级越高。  
　　旅游厕所应规划在景区公路、游道两侧。景区公路两侧的旅游厕所按20km/座的标准规划，游道上按1000m/座的标准规划。  
　　旅游厕所外观新颖美观，与周边环境和建筑相协调；根据建设地点及周边环境选择厕所主体造型，形成独特景观；户外旅游厕所周边需要有绿地、花坛。  
　　（2）污水处理设施。旅游区内较为集中的污水通过排污管网集中到污水池，利用污水处理设备进行处理。分布较散和较远的生活污水(如旅游厕所)可采用化粪池进行初级处理。  
　　（3）雨水排放设施。旅游区雨水排放采取散水、蓄水并重，综合治理的原则。雨水就近用明渠方式排入溪涧河沟，或进行截留蓄水。大多数旅游区无需建设专门的雨水排放系统，以减少投资。但对于不能自然排放或自然排放不畅的旅游区，则需设立排水暗沟。在道路工程设施建设的同时，要预留足够的泄水通道。  
　　（4）垃圾处理设施。旅游区生活、生产垃圾可以通过规划、管理予以控制。文章来自网络，由广州泽德水泵整理游客产生的垃圾要有专门的垃圾箱或垃圾桶收集，垃圾箱或垃圾桶应安放在游览线上或游客集中的地方，并派专人管理，定期收集清运。

三、具体案例分析

**考核要求：**

1、掌握与识记给排水规划的基本概念

2、掌握与理解景区给排水规划的具体内容

**第二章景观规划专题**

**教学要点：**

1、战略规划的内容和步骤

2、信息系统规划流程

3、生命周期法和结构化系统开发方法及面向对象技术

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节景观规划概述（1学时）

一、景观规划的定义

景观规划有两种不同的定义。一个是Forman（1995）：空间上镶嵌出现和紧密联系的生态系统的组合，在更大尺度的区域中，景观是互不重复且对比性强的基本结构单元，它的主要特征是[可辨识性](https://baike.so.com/doc/6488541.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)、空间重复性和[异质性](https://baike.so.com/doc/947113.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)。一个是[肖笃宁](https://baike.so.com/doc/817519.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)（1997）：一个由不同土地单元镶嵌组成，具有明显视觉特征的[地理实体](https://baike.so.com/doc/6572153.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)；它处于生态系统之上，大[地理区域](https://baike.so.com/doc/6750261.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)之下的中间尺度；兼具经济、生态和[美学价值](https://baike.so.com/doc/2403347.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)。

二、景观规划的发展与主要流派

　　1、景观规划的发展

2、景观规划的主要流派

三、景观规划基础理论

1、景观规划的基本要素分析

2、景观规划中的视觉形态要素

3、景观规划中的心理行为要素

4、景观规划中的环境生态要素

5、景观分析评价

第二节各类景观规划分析概述（1学时）

一、公共建筑景观环境设计

二、广场与街道景观环境设计

三、街头绿地与公园景观设计

四、居住区景观规划环境设计

五、城市绿地系统规划

六、旅游地景观规划设计与风景名胜规划

第三节景观规划的基本内容与原则（2学时）

一、景观规划的基本内容

　　1、景观环境空间规划设计

2、景观环境感受规划设计

3、景观绿化与生态规划设计

二、景观规划的原则

1、以人为本体现博爱

环境设计的最终目的是应用社会、经济、艺术、科技、政治等综合手段，来满足人在城市环境中的存在与发展需求。它使城市环境充分容纳人们的各种活动，而更重要的是使处于该环境中的人感受到人类的高度气质，在美好而愉快的生活中鼓励人们的博爱和进取精神。人是城市空间的主体，任何空间环境设计都应以人的需求为出发点，体现出对人的关怀，根据婴幼儿、青少年、成年人、老年人、残疾人的行为心理特点创造出满足其各自需要的空间，如运动场地、交往空间、无障碍通道等。时代在进步，人们的生活方式与行为方式也在随着发生变化，城市景观设计应适应变化的需求。

2、尊重自然显露自然

自然环境是人类赖以生存和发展的基础，其地形地貌、河流湖泊、绿化植被等要素构成城市的宝贵景观资源，尊重并强化城市的自然景观特征，使人工环境与自然环境和谐共处，有助于城市特色的创造。古代人们利用风水学说在城址选择，房屋建造，使人与自然达成"天人合一"的境界方面为我们提供了极好的参考榜样。今天在钢筋混凝土大楼林立的都市中积极组织和引入自然景观要素，不仅对达成城市生态平衡，维持城市的持续发展具有重要意义，同时以其自然的柔性特征"软化"城市的硬体空间，为城市景观注入生气与活力

3、保护资源节约资源

设计中要尽可能使用再生原料制成的材料，尽可能将场地上的材料循环使用，最大限度地发挥材料的潜力，减少生产、加工、运输材料而消耗的能源，减少施工中的废弃物，并且保留当地的文化特点。德国海尔布隆市砖瓦厂公园，充分利用了原有的砖瓦厂的废弃材料，砾石作为道路的基层或挡土墙的材料，或成为增加土壤中渗水性的添加剂，石材可以砌成挡土墙，旧铁路的铁轨作为路缘，所有这些废旧物在利用中都获得了新的表现，从而也保留了上百年的砖厂的生态的和视觉的特点。

**考核要求：**

1、熟识景观规划的基本概念

2、理解与掌握景观规划的内容和步骤

**第三章旅游安全系统规划专题**

**教学要点：**

1、旅游安全系统规划概述

2、景区规划中旅游安全系统的构建

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

1. 旅游安全规划概述（2学时）

一、旅游安全系统的定义   
　　自旅游者离开常住地到达目的地再返回常住地的全过程中，安全问题始终伴随着旅游者。旅游安全贯穿于旅游活动的全过程，涉及到与旅游者发生关系的各个旅游部门以及社会环境。   
　　钱学森教授曾把系统的概念描述为：由相互作用和相互依赖的若干组成部分结合而成的具有特定功能的有机整体。   
　　旅游安全系统应该表述为：由旅游者和各个旅游部门及社会环境共同组成的一个有机整体，它们在旅游安全上相互作用、相互联系，从而构成一个具有安全保障功能的系统。   
　　二、旅游安全系统的组成   
　　旅游安全系统是一个具有安全保障功能的系统，它主要包括三个子系统：预防系统、应急救援系统和管理保障系统。   
　　1、预防系统   
　　预防系统是为了预防安全事故的发生而设置的系统。在旅游安全系统中，预防系统十分重要。一方面，预防系统可以使游客远离危险区域；另一方面，预防系统可以保护景区的重要资源不受外界的侵害。   
　　预防系统主要包括监控与预警系统、标识系统、交通保障系统、安全设施系统。   
　　（1）监控与预警系统

监控与预警系统包括监控系统和预警系统。监控系统是为了全面掌握旅游区的安全情况而设置的系统。预警系统是为了预防自然灾害、环境污染及游客超量而设置的系统。预警系统一是对可能发生事故及灾害的区域提前发出预测和预警信息，防止或避免其发生；二是对已经发生的事故发布报警信息，减少事故损失，保卫人们生命财产安全，控制其发展。   
　　（2）标识系统

标识系统主要是指对旅游途中标识牌的规划设计、安装和维护保养。它的最主要目地是引导游客安全有序的进行旅游活动。此外，标识系统在加大对旅游安全的宣传教育，增加人们对旅游活动过程中潜在危险的了解，提高游客的自我保护意识方面也有很大作用。   
　　（3）交通保障系统

交通保障系统主要包括公路、游步道、客运索道、桥梁、停车场及其他交通方式的规划设计、建设和维护保养。   
　　（4）安全设施系统

安全设施系统主要包括对山洪、海潮、水坝泄洪、雷电、地热的安全防护安排，对地表输电线、旅游消防设施、避雷设施等工程设施的规划设计、维护，以及对水上活动安全设施、攻击型野生动物防范设施、照明设施等的安排和维修保养。   
　　2、应急救援系统   
　　应急救援系统是为了实施安全救援、迅速解决安全事故而设置的系统。当旅游事故发生时，迅速的启动应急救援系统可以减少损失，挽救生命。   
　　应急救援系统包括核心机构、救援机构和外围机构，是由旅游接待单位、旅游救援中心、保险、医疗、公安、武警、消防、通讯、交通等多部门、多人员参与的社会联动系统。   
　　3、管理保障系统   
　　能否建立一个健全的管理保障系统是构建旅游安全系统的关键。一个合理完善的管理保障系统不仅能保障旅游区的日常安全管理，还要在事故发生时采取及时有效的措施。管理保障系统包括景区的安全管理机构、安全管理制度、安全政策法规体系等。   
　　三个系统相互作用、相互联系，共同组成一个有机系统，从而更好的为旅游安全提供保障。

1. 景区规划中旅游安全系统的构建（2学时）  
   　　一、预防系统的建设   
   　　1、监控与预警系统   
   　　随着现代信息技术的发展，通过“网络摄像头”便可以实现一天24小时对某一地区的实时监控。景区规划时应该考虑建立一套覆盖景区的实时监控系统，实现景区和整个旅游安全系统的“无缝”连接，全面掌握景区治安情况。   
   　　预警系统的建设可以分为以下三个部分：自然灾害预警、环境污染预警和环境容量预警。首先，在自然灾害预警方面，景区安全预警系统可以将气象、环境、地质、交通、海上救助等部门联网，实时监测地质、潮差、天气、海水水质情况，并将指标数据进行对比分析，预测可能引发的各种严重危及旅游安全的灾难与事故。同时根据可能产生危害程度的不同，发出不同级别的警报。其次，在环境污染预警方面，为了控制和缓解污染，确保旅游者身体健康，必须实时监测景区空气质量、气象要素、海水水质、单位面积游客量情况等，对污染物超标可能发生污染事故的地区发出预警信息。最后，环境容量预警旨在提醒旅游者合理选择相应时期内的旅游目的地，避免旅游地客人的过分集中、人满为患，而造成的对旅游者、旅游地生态环境和人文环境的损害与破坏。   
   　　2、标识系统   
   　　首先，标识牌应有适宜的布局地点、安放高度和角度，数量要充足，不宜杂，不宜多，不宜滥。布局应合理有序、有一定的连续性。尤其是在一些道路迂回曲折的景点，容易发生事故和造成污染的地方，一定要设置标识牌，提醒游客注意。   
   　　其次，标识牌的内容应简明、准确、科学、完整、醒目。例如，“小心路滑”、“注意防火”、“请保护文物”、“请文明游览”。   
   　　最后，标识牌的选材应具有生态性。生态性是指标识牌的制作材料应该尽量就地取材，避免对当地的生态环境造成太多的破坏，尤其对于室外标识牌最好采用天然材料诸如石材和木材等，因为天然的标识牌在废弃不用后比较容易被生物降解。   
   　　3、交通保障系统   
   　　交通保障系统的规划应满足两条原则，首先，在设计时应避开危险区域及需要保护资源的区域，以减轻环境的压力；其次，设计应符合国家标准。例如：紧邻陡崖的游道，要及时清除上方险石，必要时外加金属网防护。同时还要参考安全水位线，修筑逃生通道，将健身步道与逃生通道相结合。   
   　　在为索道选线时，要避开传统的步行登山道路，以保证道路两旁的自然景观、文物古迹不受破坏；在建造过程中，要大量使用新技术、新工艺，以减少对自然环境的破坏。   
   　　4、安全设施系统   
   　　在建设安全设施系统时，要坚持以下几个原则：一、以保护景区游客安全为主；二、不破坏生态系统；三、与景区的旅游容量相适应。例如：在景区中配置与防火要求相适应的消防栓。在重要建筑物内，特别是全木结构的旅游设施，要配备足够的灭火器。建在水库与河边、林中的旅游服务设施，要考虑在雷雨季节旅游避雨时的安全。对旅游船舶应按船舶检验标准配备救生设施，严禁超员超载，环保船上必须设立各项安全标志牌，配备齐全各种消防器材，必须按船位配备救生衣（圈），包括专项水上游乐项目都必须配备救生衣（圈），确保旅游者的安全。   
   　　二、应急救援系统的建设   
   　　1、核心机构   
   　　即旅游救援指挥中心，统管旅游救援工作。旅游救援指挥中心的建立可以考虑由政府牵头组织全国性的紧急救援中心主管全国旅游安全救援工作；在全国假日办、国家旅游局的基础上，联合公安、消防、武警部队等相关机构。   
   　　2、救援机构   
   　　旅游救援机构划分为医疗性和非医疗性旅游救援机构两大类。主要包括医疗部门、消防部门和公安部门。

3、外围机构   
　　外围机构与旅游安全系统有着密切的联系，并对旅游安全问题的解决与旅游安全系统的建设有着直接的联系。主要包括：景区（点）、旅游企业、旅游地、保险机构、新闻媒体、通讯部门等。旅游地社会经济发展水平、医疗、卫生状况影响着所在区域的景区旅游安全问题的数量、性质以及救援工作的质量。   
　　一个完善的旅游安全急救系统要以救援指挥中心为核心，统一规划旅游安全急救工作，一旦发生旅游安全事故，各方面能够快速、有序的开展工作，发挥集体的力量，顺利解决问题。   
　　三、管理保障系统的建设   
　　能否建立健全的适合本景区的管理保障系统是构建旅游安全系统的关键。一个合理完善的管理保障系统不仅能保障景区的日常安全管理，还要在事故发生时采取及时有效的措施。管理保障系统包括景区的安全管理机构、安全管理制度、安全政策法规体系等。   
　　1、设立景区旅游安全管理机构   
　　在景区规划中设立专门性的安全管理机构，负责景区日常安全管理工作和景区安全的防范、预警、救援、控制、管理和指挥等工作。景区旅游安全管理机构可设立安全保卫管理委员会，直属最高管理层，下设安全保卫委员会办公室，分设计划与发展组、教育组、监察执行组、旅游监察大队等机构。   
　　2、制定景区安全管理制度   
　　景区安全管理制度是在国家相关法规条例指导下，为保证景区员工和旅游者人身和财产安全所制定的符合景区安全管理实际情况的章程、程序办法和措施，是景区安全管理必须遵守的规范和准则，主要包括安全岗位责任制、领导责任制、重要岗位安全责任制、安全管理工作制度、经济责任制等。景区规划应根据自身情况建立适合本景区的安全管理制度，并在实施过程中不断完善管理制度。   
　　3、构建景区旅游安全政策法规体系   
　　政策法规从政策法律的权威性和强制性的角度来规范和控制从业人员的行业行为，约束旅游者行为，从而为景区创建安全的旅游环境提供保障。由于各个景区自然环境的不同，旅游安全事故很有可能不在国家级和地方级旅游法规规定的范围之内，景区规划应根据景区的特殊情况制定适合本景区的旅游法规，以应对特殊旅游安全事故的发生。   
　　此外，景区规划应将国家级、地方级以及景区自己制定的政策法规三种形式联系起来，从而形成一个完整的、有效的、操作性强并能规范与指导旅游活动安全、有序地进行的旅游安全政策法规系统。

**考核要求：**

1、了解旅游安全系统规划概述

2、掌握与识记景区规划中旅游安全系统的组成与构建方式

**第四章 旅游交通规划专题**

**教学要点：**

1、旅游交通规划概述。

2、旅游交通规划的原则。

3、旅游交通规划的内容。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节旅游交通规划概述（1学时）

一、定义

旅游交通规划是旅游交通业协调、有序发展的基本保障。旅游交通规划是在深入调查研究和科学分析及预测基础上对旅游交通业未来发展的筹划与安排。旅游交通规划是在对旅游交通业过去、现在及今后发展的考察、调查、研究、分析和预测的基础上，针对旅游交通现实和潜在的市场需求，适应旅游业发展对交通运输的要求，编制的旅游交通未来发展的蓝图，描绘旅游交通业的发展目标、发展战略、总体规模、建设重点和分阶段建设方案。

1. 旅游交通的类型

1、主流交通工具

2、非主流交通工具

（1）机械类

（2）自然力类

（3）畜力类

（4）人力类

（5）索类

第二节旅游交通规划的原则（1学时）

一、市场导向原则

在商品经济条件下，旅游交通服务只有能够满足旅游市场需求，才能具有市场竞争力并赢得较大的市场占有率。旅游交通规划必须遵循市场导向原则，根据市场需求，确定旅游交通的运输能力、设施与线路布局、营运方式等，以保持旅游交通供给与需求的总体平衡。

二、综合配套原则

旅游交通是一个综合性产业，横向与食、行、住、游、购、娱六大要素共同构成旅游业，关系十分密切；纵向与公路、铁路、航空、水运等交通方式之间以及各交通方式的运输工具、线路、始终停靠站(机场、港口码头)等设施之间，也存在着相互配合、相互制约的联系。在制定旅游交通规划时，必须坚持综合配套原则，保持旅游交通纵向、横向联系协调一致，以完善的旅游交通体系促进整个旅游业的健康发展。

三、经济效益原则

旅游交通作为一个经济产业，必须讲究合理的投入产出，以良好的经济效益保证该产业的良性循环运转。旅游交通是一个资金、技术密集型服务行业，基础设施建设和人员培训的投人额巨大，在营运过程中又有较大的设备损耗和燃料消耗，导致了旅游交通投资回收周期长、回报率低等特点。因此，旅游交通更要注重投入产出的科学性，把经济效益作为决定旅游交通能否实现良性循环发展的决定因素。

四、突出重点原则

旅游交通是一个庞大的、伸缩性很强的系统工程，在建设过程中往往受到社会、经济、政治等大环境发展变化的影响。在规划时，必须抓住主要矛盾和事关全局的关键环节，突出重点，兼顾一般。突出重点的主要目的，是制定相应的倾斜政策，集中人力、财力和物力，保证重点项目顺利实施，为一般项目的建设奠定基础。旅游交通的重点，是指对外旅游交通枢纽、旅游交通的主导方式、通往主要旅游客源地和旅游区的旅游干线通道等。

五、地方特色与国际标准相统一原则

旅游交通业的发展应符合本地实际情况，依据其特有的地理、地形和客源地、旅游区(景点)的分布特点，因地制宜地设计和建设具有地方特色的旅游交通体系。旅游道路的开辟以不破坏景观和生态环境的完整为出发点，旅游交通要从实际上出发，合理规划，合理布局；同时，要在保持特色的前提下，与国际标准、惯例接轨，尤其是旅游交通服务更要向国际标准看齐，提供国际水平的优质服务。例如，采用先进的交通运输工具、多种文字指路牌、国际通用路标。服务人员具备一定的外语知识等。

六、便于游览原则

便于游览是旅游交通区别于一般社会交通的主要特性之一，在规划上应予充分体现。这包含着两个方面的内容：一是“旅速游慢、旅短游长”，即旅行速度要快，旅行时间要短，使旅游者把尽可能多的时间用于游览，从容地参加各种游乐活动；二是“旅中有游，游旅结合”，把旅行与游览合二为一，使旅游者在乘坐交通工具的过程中得以欣赏沿途风光、风情，体验乘坐特殊交通工具的乐趣。

第三节旅游交通规划的内容（2学时）

一、外部交通规划

1、外部交通定义

　　2、基本原则

　　3、基本内容

（1）航空交通规划

（2）铁路交通规划

（3）公路交通规划

　　二、内部交通规划

　　1、内部交通定义

　　2、基本原则

　　3、内部交通规划内容

（1）道路

（2）游道

（3）特种交通工具

三、交通配套设施规划

1、停车场规划

2、加油加气站规划

3、洗车场规划

4、维修站规划

**考核要求：**

1、了解旅游交通规划的基本概念。

2、熟悉与理解旅游交通规划的原则。

3、掌握旅游交通规划的内容。

**第五章 园林与绿化规划专题**

**教学要点：**

1、园林与绿化规划概念

2、园林与绿化规划的要点与内容

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节园林与绿化规划概念（2学时）

一、园林绿化的概念

在一定的地域运用工程技术和艺术手段，通过改造地形（或进一步筑山、叠石、理水）种植树木花草、营造建筑和布置园路等途径创作而成的美的自然环境和游憩境域，就称为园林。园林包括[庭园](https://baike.baidu.com/item/%E5%BA%AD%E5%9B%AD" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)、宅园、小游园、花园、公园、[植物园](https://baike.baidu.com/item/%E6%A4%8D%E7%89%A9%E5%9B%AD/5889" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)、动物园等，随着园林学科的发展，还包括森林公园、风景名胜区、自然保护区或国家公园的游览区以及休养胜地。

1. 园林的分类

1、从布置方式上划分

（1）规则式代表是[西方园林](https://baike.baidu.com/item/%E8%A5%BF%E6%96%B9%E5%9B%AD%E6%9E%97" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)代表国家意大利宫殿和中国的[皇家园林](https://baike.baidu.com/item/%E7%9A%87%E5%AE%B6%E5%9B%AD%E6%9E%97" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)

（2）自然式代表是中国的私家园林[苏州园林](https://baike.baidu.com/item/%E8%8B%8F%E5%B7%9E%E5%9B%AD%E6%9E%97" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)岭南园林

（3）混合式代表是现代的建筑规则式和自然式的搭配

2、从开发方式上划分

（1）一类是利用原有自然风致，去芜理乱，修整开发，开辟路径，布置园林建筑，不费人事之工就可形成的自然园林。如唐代[王维](https://baike.baidu.com/item/%E7%8E%8B%E7%BB%B4" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)的辋川别业是将私家别墅营建在具山林湖水之胜的天然山谷区，可称为山林别墅；如湖南大庸县的[张家界](https://baike.baidu.com/item/%E5%BC%A0%E5%AE%B6%E7%95%8C" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)、四川松潘县的[九寨沟](https://baike.baidu.com/item/%E4%B9%9D%E5%AF%A8%E6%B2%9F" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)，具有优美风景的大范围自然区域，略加建设、开发，即可利用，称为[自然风景区](https://baike.baidu.com/item/%E8%87%AA%E7%84%B6%E9%A3%8E%E6%99%AF%E5%8C%BA" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)；如[泰山](https://baike.baidu.com/item/%E6%B3%B0%E5%B1%B1" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)、黄山、[武夷山](https://baike.baidu.com/item/%E6%AD%A6%E5%A4%B7%E5%B1%B1" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)等，开发历史悠久，有文物古迹、神话传说、[宗教艺术](https://baike.baidu.com/item/%E5%AE%97%E6%95%99%E8%89%BA%E6%9C%AF" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)等内容的，称为[风景名胜区](https://baike.baidu.com/item/%E9%A3%8E%E6%99%AF%E5%90%8D%E8%83%9C%E5%8C%BA" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)。

（2）另一类是人工园林，即在一定的地域范围内，为改善生态、美化环境、满足游憩和文化生活需要而创造的环境，如小游园、花园、公园等。

三、园林与绿化规划的原则

1、要科学管理和养护：建立一套园林绿化管理系统的计算机软件。其内容包括：绿化档案，数据汇总，分析图示，即结合多媒体技术，实现动态浏览，实行机械化养护和科学管理。水肥管理是树木管理的核心，浇水一次要浇足浇透。

2、重视整形修剪、除杂草。成年树在一定高度进行剪截，可以刺激隐藏表皮层内的隐芽萌发，形成年轻枝条，更新复壮.杂草可采取人工拔草、喷除草剂等方法防治。

3、病虫害“以预防为主，综合防治”为原则。综合防治措施有植物检疫、生物防治、栽培措施防治、化学防治等。如前所述，树种选择要互相搭配，避免将两个转主寄生的树木邻近栽植，如果把苹果梨等与松柏种植在一起，很容易导致锈病的发生。行道树也要每隔一段距离换个树种，病害发生时可起隔离作用。

第二节园林与绿化规划的要点与内容（2学时）

一、施工要点

园林绿化工程主要包含：园林[土石方](https://baike.baidu.com/item/%E5%9C%9F%E7%9F%B3%E6%96%B9" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)平衡整理，园林土建施工，园林装饰施工，木作，钢构，小型景观建筑，大小乔木栽植，灌木栽植，花卉栽植，以及绿化养护工程。  
　　1、定点划线。按照绿化规划图的株行距划线。  
　　2、挖坑。根据园林绿化工程中苗木规格确定坑的宽度与深度。(1)胸径7~10厘米的乔木和高度2~2、5米的灌木及高度2、5~3米的常绿树(包括冠径120厘米以上的黄杨球等)，其树坑直径应达100厘米，深度应达70厘米。低于上述标准的苗木，可适当减小坑径与深度；高于上述标准的苗木，应适当加大坑径与深度。(2)3~4年的绿篱材料，应挖宽、深各30厘米的条形沟或环状沟，小苗宜浅，大苗应深。  
　　3、换土。在建筑垃圾地段或土石山坡植树，挖出砖灰石块后，应从别处取熟化土填坑。  
　　4、掘苗。挖掘苗木时要尽量保护根条，多带须根，[落叶乔木](https://baike.baidu.com/item/%E8%90%BD%E5%8F%B6%E4%B9%94%E6%9C%A8" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)直径伽晴、5厘米以上的根不短于20厘米；常绿树要带土球缠草绳，做到根部土球不松不散，土球直径不小于冠径的1/4~1/3，依树形而定，因柱形叮小，圆锥形应大。  
　　5、运苗。落叶乔、灌木起苗后，应剪去部分枝条，以便运输；常绿树木要尽量保护枝叶，以保持树形美观。争取当天起运，当天栽植。  
　　6、[栽植](https://baike.baidu.com/item/%E6%A0%BD%E6%A4%8D" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)。园林绿化工程中栽树前要对劈裂、折伤的根系进行修剪，要求剪口光滑平整，以利愈合。有病菌的地方要进行土壤或根部消毒，难生根的名贵树种可浸生根粉溶液。施基肥，拣出砖石瓦块等杂物，按定植点栽树，填一半土用脚踏实后再填。行列式植树要求整齐一致；丛状式栽植或弧形栽植、对称栽植等要符合设计要求。  
　　7、灌水。栽后立即整修树盘或留好树池，当天灌水，灌足灌透。过一周后，视土壤干湿情况再灌一次，以保证成活率达95%以上。  
　　8、立柱。大树移栽后，为防止灌水后树体倾斜，及时用三根支柱撑牢，对常绿大树及风大地段栽植尤为重要。  
　　9、修剪。园林绿化工程中花灌木栽植后应疏剪干枯枝，短截折坏、碰伤枝，适当回缩多年生枝，以促使新枝萌发。[绿篱](https://baike.baidu.com/item/%E7%BB%BF%E7%AF%B1" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)栽植后，要拉线[修剪](https://baike.baidu.com/item/%E4%BF%AE%E5%89%AA" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)，做到整齐、美观。修剪后及时清理现场。  
　　10、检查验收。园林绿化工程施工结束前由技术人员检查[验收](https://baike.baidu.com/item/%E9%AA%8C%E6%94%B6" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%AD%E6%9E%97%E7%BB%BF%E5%8C%96/_blank)，达到质量要求后，交付绿化单位管理。

1. 园林与绿化规划的内容

（一）软质景观规划设计

1、景区绿地的规划与建设

（1）景区绿化与景区环境

（2）景区绿地的规划

（3）景区绿地的建设

2、植物的选择与配置

（1）植物的选择

（2）植物的配置

3、景区绿地的管理和养护

（1）景区绿地的管理

（2）景区绿地的养护

（二）硬质景观规划设计

1、地形地貌设计

（1）地形地貌

（2）景区地坪设计

（3）地面铺装

2、地面构筑物设计

（1）台阶和坡道

（2）环境小品

（3）其他构筑物的设计

**考核要求：**

1、掌握园林与绿化规划的概念

2、了解园林与绿化规划的要点与内容

**第六章 旅游标识系统规划专题**

**教学要点：**

1、旅游景区标识系统概述

2、旅游景区标识系统规划内容

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节旅游景区标识系统概述（2学时）

一、旅游景区标识系统定义   
　  在中国的古代，标识和标志没有明显的区别，几乎可以认为是含义相同的。在现代汉语中，标识与标志存在这一些细微的分野，主要体现在使用的领域与使用的习惯上，在私人的活动或是受众面比较小的领域，一般采用“标志”，而在一些受众面比较大，且与商业活动有关的领域，一般叫做“标识”。所以，代表一个旅游景区的符号或是标号，我们就称之为旅游景区标识。简言之，旅游景区内能够客观的反应旅游景区特点的图片、文字、标记等等，我们称之为旅游景区的标识系统。   
　　二、旅游景区标识系统的功能   
　　1、引导功能。也就是使游客通过对于标识的认知，继而对于景区有一个直观了解，旅游时更有针对性。   
　　2、管理功能。从宏观的角度看，旅游管理部门能够通过旅游标识的统计，对于旅游景区的服务项目以及主营项目有一个简单的了解，便于以后开展管理工作。   
　   3、宣传功能。现代社会是一个高速发展的社会，现代人的生活节奏普遍较快。旅游的过程中，如果让一个人去耐心看一本旅游的宣传册，可能一般的人会拒绝。而每个人都能通过最简单的方式，用最少的时间去认识一个旅游标识，无疑后者的优势是明显的。好的旅游标识系统，可以起到广告的作用，为旅游景区增加客源。   
　　4、解说功能。旅游标识系统除了具备上述三种主要的功能之外，还可以起到解说的功能，游客通过对于旅游标识的阅读与欣赏，会大概的了解该景点的重点在何处，该景点的特色是什么，有的时候旅游标识系统可以代替导游员的一部分作用。

二、旅游景区标识系统的分类  
　　1、按照功能分类

（1）环境保护标识

（2）引导标识

（3）管理标识

（4）宣传标识

2、按旅游资源构成景区分类

（1）自然类景区标识系统

 当服务对象是自然类景区时，在设计时应尽量保持原有地貌、水体、气候、动植物等自然地理要素，并从中提取主要元素作为系统主线。

例如湖南美景创意标牌标识有限公司为九连山国家级自然保护区设计的标识系统就以木纹作为主要色调，既倡导了保护自然生态的科普主题文化，又充分融入景区自然环境，整体美观大方，与九连山景点特色相呼应。设计元素选用红豆杉的枝叶做装饰，抽象的九石连峰运用，以及书铺屋顶的点缀等细节化处理，都充分表现了九连山国家级自然保护区返璞归真的气质。

（2）人文类景区标识系统

 在设计人文类景区标识系统时，要突出其多功能综合性和文化性特征，以此作为标识系统设计和设置的依据，并在创意构思、具体形式、装饰风格上给予充分体现。被列入各级文物保护单位的景区，建立标识系统时，还应同时遵循相关法规。

韶山毛泽东故居景点的标识系统设计简洁大气，以麻绳做局部装饰，体现自然古朴独特风格，结合景区文化特色，营造红色旅游视觉体验，将标识牌与历史人文有效融合，展现差异化的景区文化背景。

（3）复合型景区标识系统

复合型景区顾名思义，既有自然风光又有文化特色，这类型的景区标识系统要与景区整体宏观规划相统一，符合景区人文及自然特色，并视其所处具体位置，根据实际情况及特色，合理设计和设置标识标牌。

湘西德夯风景区既有秀丽的山水风光，又有苗家少数民族风情。该景区标识系统设计融入苗家花纹、牛角等少数民族特征，石材与木材的搭配彰显古朴与自然。在安装时考虑到布点位置，采用贴墙式、预埋式、L铰链钢丝固定等多种安装方式，保证标识标牌的美观和实用性。

第二节旅游景区标识系统规划内容（2学时）

一、旅游景区标识系统规划内容

1、路标、路牌设计

2、入口标志设计

3、游览示意图设计

4、公路指示标设计

**考核要求：**

1、了解与识记旅游景区标识系统相关概念

2、掌握旅游景区标识系统规划内容

**第七章 通信规划专题**

**教学要点：**

1、旅游通信规划概述

2、旅游通信规划的内容

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节旅游通信规划概述（2学时）

一、旅游通信的定义

通信(Communication)就是信息的传递，是指由一地向另一地进行信息的传输与交换，其目的是传输消息。通信是[人](https://baike.so.com/doc/5346202-5581649.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)与人之间通过某种媒体进行的信息交流与传递，从广义上说，无论采用何种方法，使用何种媒质，只要将[信息](https://baike.so.com/doc/933443-986650.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)从一地传送到另一地，均可称为通信。  
 二、旅游通信的分类   
　　1、按传输媒质分类

（1）有线通信：是指传输媒质为导线、电缆、光缆、波导、纳米材料等形式的通信，其特点是媒质能看得见，摸得着(明线通信、电缆通信、光缆通信)。

（2）无线通信：是指传输媒质看不见、摸不着(如电磁波)的一种通信形式，(微波通信、短波通信、移动通信、卫星通信、散射通信)。

2、按信道中传输的信号分类

（1）模拟信号：凡信号的某一参量(如连续波的振幅、频率、相位，脉冲波的振幅、宽度、位置等)可以取无限多个数值，且直接与消息相对应的，模拟信号有时也称连续信号，这个连续是指信号的某一参量可以连续变化

（2）数字信号：凡信号的某一参量只能取有限个数值，并且常常不直接与消息相对应的，也称离散信号。

3、按工作频段分类

（1）长波通信

（2）中波通信

（3）短波通信

（4）微波通信

4、按调制方式分类

（1）基带传输：是指信号没有经过调制而直接送到信道中去传输的通信方式。

（2）频带传输：是指信号经过调制后再送到信道中传输，接收端有相应解调措施的通信方式。

5、按按通信双方的分工及数据传输方向分类

对于点对点之间的通信，按消息传送的方向，通信方式可分为单工通信、半双工通信及全双工通信三种。

（1）单工通信，是指消息只能单方向进行传输的一种通信工作方式。单工通信的例子很多，如广播、遥控、无线寻呼等。这里，[信号](https://baike.so.com/doc/5419011-24191446.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)（消息）只从广播发射台、遥控器和无线寻呼中心分别传到收音机、遥控对象和BP 机上。

（2）半双工通信方式，是指通信双方都能收发消息，但不能同时进行收和发的工作方式。对讲机、收发报机等都是这种通信方式。所谓全双工通信，是指通信双方可同时进行双向传输消息的工作方式。在这种方式下，双方都可同时进行收发消息。

（3）全双工通信的信道必须是双向信道。生活中全双工通信的例子非常多，如普通电话、[手机](https://baike.so.com/doc/5339213-5574654.html" \t "https://baike.so.com/doc/_blank)等。

第二节旅游通信规划的内容（2学时）

一、旅游景区通讯规划

1、有线电话规划

2、无线电话规划

二、邮政、网络规划

1、邮政规划

（1）邮政设施标准

（2）服务范围

（3）发展目标

（4）主要网点布置

2、网络规划

（1）接入方式

（2）线路走向

（3）运营商选择

（4）网络速率

三、旅游信息中心规划

1、有专人值守的亭台、柜阁等

2、触摸式多媒体

3、旅游咨询电话

4、无人看管的旅游信息资料发放点

5、旅游电子网站

6、设置地点规划

**考核要求：**

1、了解与识记旅游通信规划相关概念

2、掌握旅游通信规划的内容

**第八章 旅游服务设施体系规划专题**

**教学要点：**

1、旅游服务设施概述

2、旅游服务设施体系规划内容

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

第一节旅游服务设施概述（2学时）

一、旅游服务设施定义   
　旅游服务设施是指旅游景点通过各种设施、设备、方法、手段、途径和“热情好客”的种种表现形式，在为旅客提供能够满足其生理和心理的物质和精神的需要过程中，创造一种和谐的气氛，产生一种精神的心理效应，从而触动旅客情感，唤起旅客心理上的共鸣，使旅客在接受服务的过程中产生惬意、幸福之感，进而乐于交流，乐于消费的一种设施。

二、旅游服务设施规划原则

1、需求导向原则

2、多样化原则

3、特色化原则

4、系统化原则

5、协调性原则

6、大集中、小分散原则

第二节旅游服务设施体系规划内容（6学时）

一、旅游住宿设施规划

1、选址

2、规模

3、类型结构

4、建筑风格

5、特色旅游住宿设施品鉴

二、旅游餐饮设施规划

1、类型

2、设施规模

3、设施布局

三、旅游购物设施规划

1、旅游商品设计

2、购物设施布局

3、购物设施规模

四、旅游康体娱乐设施规划

1、类别

（1）歌舞类

（2）体育健身类

（3）文娱类

（4）游戏类

（5）附属类

2、开发娱乐设施的目的

3、旅游娱乐设施布局应考虑的因素

五、游客接待中心规划

1、游客接待中心的功能

2、选址

3、建筑风格

4、成功案例品鉴

六、旅游解说系统规划

1、解说系统及其构成

2、规划重点

（1）导游人员

（2）多媒体解说系统

（3）图文解说系统

七、景点其他旅游服务设施规划

1、电话亭设计

2、小卖点设计

3、厕所设计

（1）数量

（2）规模

（3）建筑风格

（4）管理

4、垃圾箱设计

5、指示牌设计

6、投诉中心设计

7、安全救护设施

（1）急救站

（2）卫生所

（3）治安办公室

**考核要求：**

1. 了解与识记旅游服务设施相关概念
2. 掌握旅游服务设施体系规划内容

**三、参考书目**

1、周丽君主编，《旅游规划学》，东北师范大学出版社，2013年12月。

2、[同济大学](http://book.jd.com/writer/%E5%90%8C%E6%B5%8E%E5%A4%A7%E5%AD%A6_1.html" \t "_blank)，[天津大学](http://book.jd.com/writer/%E5%A4%A9%E6%B4%A5%E5%A4%A7%E5%AD%A6_1.html" \t "_blank)，[重庆大学](http://book.jd.com/writer/%E9%87%8D%E5%BA%86%E5%A4%A7%E5%AD%A6_1.html" \t "_blank)，[华南理工大学](http://book.jd.com/writer/%E5%8D%8E%E5%8D%97%E7%90%86%E5%B7%A5%E5%A4%A7%E5%AD%A6_1.html" \t "_blank)，[华中科技大学](http://book.jd.com/writer/%E5%8D%8E%E4%B8%AD%E7%A7%91%E6%8A%80%E5%A4%A7%E5%AD%A6_1.html" \t "_blank)联合编写，《控制性详细规划》，中国建筑工业出版社，2011年6月。

3、夏南凯,田宝江等编著，《控制性详细规划》（第2版），同济大学出版社，2005年7月。

4、[张立明](https://baike.baidu.com/item/%E5%BC%A0%E7%AB%8B%E6%98%8E/6126145" \t "_blank)著，《旅游景区解说系统规划与设计》，中国旅游出版社第1版，2006年9月。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。建议大部分内容的课程在多媒体教室上，用课件进行讲授，增加直观性和生动性。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

跨文化交流

**一、说明**

**（一）课程性质**

《跨文化交流》是文化产业专业任选课，该课程阐述了有关跨文化交流这门学科的基本概况、术语和基本理论，侧重于给跨文化流这门跨学科课程一种方法论的学习，并为学生在实践中解决跨文化交流活动中出现的诸多问题给予专业方法上的引导。

**（二）教学目的**

本课程的教学目的在于通过对本学科的基本术语及基本理论的讲授及相关案例的分析，在知识上让学生掌握有关跨文化交流的基本概况、术语和基本理论；在能力上具备应用跨文化流相关知识解释并解决文化冲突等问题的能力；在情感上培养和增强学生的跨文化交流意识和民族文化意识。

**（三）教学内容**

该课程的基本术语和基本理论，例如：基础理论,比如文化冲突、文化纬度理论等。该课程还讨论如何运用相关学科知识解决跨文化交流活动中的具体问题，例如语用学理论在跨文化交流活动中的具体应用等。

**（四）教学时数**

1、时数：2/周，总计：36课时

2、进度：

《跨文化交流》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 |
| 一 | 跨文化交流的基本概念 | 4 |
| 二 | 跨文化交流学的概况 | 2 |
| 三 | 跨文化交流学的常用术语 | 6 |
| 四 | 跨文化交流学的基本理论 | 10 |
| 五 | 文化的结构特征 | 10 |
| 六 | 跨文化交流综合案例分析 | 4 |
| 合计 |  | 36 |

**（五）教学方式**

根据章节的内容，采用教师课堂讲授法和学生参与式研讨教学法相结合的教学方法，在基础理论知识部分以教师讲授为主，在知识拓展篇及实践应用篇部分要着重使用启发式、参与式研讨的教学方法，培养学生主动参与思考的能力及习惯，并引导学生能学以致用，提高跨文化交流的能力。

**（六）考核方式**

本课程采用平时成绩（含课堂讨论、课堂笔记、平时小论文等成绩，共占40%）与期末课程论文（占总评成绩的60%）相结合的考查方式。

在大纲的考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能熟记有关文化、变迁、冲突等基本概念的定义，并能正确认识和表达，是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

**二、本文**

**基础理论篇**

**第1章 跨文化交流的基本概念**

**教学要点：**

有关文化、交流（交际）以及跨文化交流（交际）概念的界定、文化与跨文化交流的关系。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节文化（1学时）

一、什么是文化

中西方“文化”一词的词源性。

二、有关文化概念的界定

广义的文化是指人类创造的一切物质产品和精神产品的总和；狭义的文化专指包括语言、文学、艺术以及一切意识形态在内的精神产品。

三、文化的特征

可习得性、指导性、可变性、民族性等。

第二节交流（1学时）

一、跨文化交流与跨文化交际

二、跨文化交流—现象与行为；跨文化交际—交际行为。交流（交际）概念的界定

三、中西方对交流的界定、交流的层次和要素

1. 文化与跨文化交流的关系 (2学时)

一、文化与交流

文化即是交际，交际即是文化。《超越文化》美爱德华霍尔（1988）

二、文化与跨文化交流之间关系的解读

1、文化参与了交流的每个步骤，决定着交际的成功与否。

2、交流也会反作用于文化，对文化的发展产生影响。

**考核要求：**

1. 了解有关文化这一概念的多种定义方式。
2. 掌握跨文化交流课程体系内对文化的定义。
3. 领会文化与交流，文化与跨文化交流之间的关系。

**第2章 跨文化交流学的概况**

**教学要点：**

跨文化交流学的学科发展史及概况

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 跨文化交流学的学科发展史（1学时）

1. 跨文化交流学在国外的发展

20世纪前—1950—1970—1972

1. 跨文化交流学在我国的发展

80年代初期—1995

1. 跨文化交流学的学科发展现状（1学时）
2. 跨文化交流学的学界主流研究现状：多角度、多学科、多层次

**考核要求：**

1. 了解跨文化交流学的学科形成过程，了解跨文化交流学在国外及我国国内的形成确立过程。了解有关跨文化交流学的学科发展和研究现状。
2. 对本课程所学知识体系在学科体系中的位置有全面的认识和初步的把握。

**第3章 跨文化交流学的常用术语**

**教学要点：**

文化冲突、刻板印象、民族中心主义、文化认同、异质文化、文化适应

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

1. 文化冲突（1学时）
2. “文化冲突”这一术语的提起

Culture Shock（Kalvero Oberg 1954 美·人类学家）

二、定义及其产生的原因

文化距离、民族中心主义、知觉的偏见和固执、东道国的社会支持

1. 刻板印象（1学时）

一、“刻板印象”这一术语的提起

指的是人们对某一文化产生的比较固定、概括而笼统的看法。

二、定义及其产生的原因

社会化的结果（即来源于社会传统和规范）、个人经验和大众传媒。

1. 民族中心主义(1学时)

一、“民族中心主义”这一术语的提起

（William Graham Sumner 1906美·社会学家）

二、定义及其产生的原因

以其个人所属群体为一切事物的中心为出发点来看待事物。

一、“文化认同”这一术语的提起

二、定义

是指对本群体文化或外来文化的价值采取一种认可的态度。

1. 异质文化（1学时）

一、“异质文化”这一术语的提起

二、定义

广义是指与主体文化不同的文化。

狭义是指不同的文化，即异质文化

1. 文化适应（1学时）

一、“文化适应”这一术语的提起

二、定义

**考核要求：**

1、了解文化冲突、刻板印象、民族中心主义等术语提起的的背景。

2、领会这些跨文化交流现象背后的原因，并能应用术语对跨文化交流中的现象进行辨别。

**第4章 跨文化交流学的基本理论**

**教学要点：**

文化冲突理论、文化纬度理论、六大价值取向理论、蔡安迪斯个人主义与集体主义理论、高语境文化与低语境文化理论、文化适应理论、减少不确定理论。

**教学时数：**

10学时

**教学内容：**

1. 文化冲突理论（1学时）

一、文化冲突理论形成的过程及最具代表性的学者简介

二、文化冲突理论的具体内容

三、如何应用文化冲突理论解决跨文化交流问题

1. 文化纬度理论（3学时）

一、霍氏文化维度理论形成的背景

二、主要针对的问题

三、霍氏理论的主要内容

1. 六大价值取向理论(3学时)
2. 克拉克洪的六大价值取向理论具体内容及与霍氏理论的异同点
3. 六大价值取向理论的具体应用
4. 高语境文化与低语境文化理论（1学时）
5. 霍尔的高语境文化与低语境文化理论产生的背景
6. 霍氏理论与其他跨文化交流理论的关系
7. 文化适应理论（1学时）
8. 文化适应理论的形成过程及其理论发展现状
9. 减少不确定理论（1学时）
10. 减少不确定理论的内容及与霍氏理论的比较

查尔斯·伯杰和理查德·卡拉布瑞格于1975年提出，人际关系中常常充满了不确定性 ,个体将通过交往来减少这种不确定性 ;减少不确定性是人际交往的核心动力。 URT 来源于信息论、认知失调论和归因论。

**考核要求：**

1、了解跨文化交流学基本理论形成的过程。

2、掌握跨文化交流学基本理论的具体内容及相互之间的联系，应用跨文化交流理论分析解决跨文化交流中遇到的问题。

**知识拓展篇**

**第5章 文化的结构特征**

**教学要点：**

民族性、感知、时间与空间、语言、非语言交际行为、价值观、思维

**教学时数：**

10学时

**教学内容：**

1. 民族性（1学时）
2. “文化的结构特征”概念的提出：跨文化交流-不同文化间的人与人的交往（德，马勒茨克）
3. 民族性的定义

民族性格是各民族在形成和发展过程中形成的，在文化特点上的共同心理状态。

1. 感知（1学时）
2. 视觉、触觉与嗅觉等感知与跨文化交流间的关系
3. 感知并不是独立的心里范围，它与其他的心理范围，如：注意力，思维、语言、记忆、情感等相互作用。
4. 感知不仅仅是被动的接受，还是一种主动的加工塑造的过程。
5. 时间与空间(2学时)
6. 文化中的时间观、空间观

文化给予时间观和空间观的形成以巨大影响

1. 中西方时间观空间观的比较

循环型与直线型、面向过去与面向未来、农耕文明与工业文明

1. 语言（3学时）
2. 语言与文化及与跨文化交流间的关系

语言是文化的载体、文化对语言施加影响

正确使用语言进行交际是跨文化交流的重要因素

二、词汇和语用规则与跨文化交流间的关系

文化的差异决定了不同文化中词汇的意象差异。

词汇和语用规则的正确使用与否决定着跨文化交流中语言交际行为的成败。

1. 非语言交际行为（1学时）

一、非语言交际行为的分类

服饰、肢体、表情、语调等

二、跨文化交流与非语言交际行为间的关系

非语言交际行为是跨文化交流成功与否的重要因素，是语言交际行为的必要补充。

1. 价值观（1学时）

一、价值观的定义

二、价值观对跨文化交流的影响

1. 思维（1学时）

文化的差异对思维方式的影响

**考核要求：**

1、了解马勒茨克“文化的结构特征”这一理念提出的背景。

2、领会不同文化在文化结构特征上的差异对跨文化交流造成的影响，运用文化结构特征的观点从另一角度对跨文化交流中出现的问题进行分析。

**实践应用篇**

**第6章 跨文化交流综合案例分析**

**教学要点：**

尝试运用跨文化流相关理论和方法具体分析和解决跨文化交流中的问题。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节如何运用所学理论解决实际问题（1学时）

一、文化纬度理论、六大价值取向理论在跨文化交流中的运用

二、跨文化交流中常见的问题与文化冲突

第二节跨文化交流综合案例分析（3学时）

**考核要求：**

熟练运用前五章中学到的理论知识去具体分析跨文化交流案例，针对具体问题能从多角度看待和处理，具备良好的跨文化交流心态和民族文化自尊心、自信心。

**三、参考书目**

1、吴为善，《跨文化语言交际》，商务印书馆，2007年。

2、贾玉新，《跨文化交际学》，上海外语教育出版社，1997年。

3、胡文仲，《跨文化交际学选读》，湖南教育出版社，1990年。

4、林大津，《跨文化交际研究》，福建人民出版社，1996年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

本课程在课堂讲授环节主要采用教师板书与多媒体课件相结合的教学方式，所使用教具主要为传统教具与多媒体设备，多媒体设备的使用的课堂中的使用占百分之五十以上。对于理论知识部分以板书为主、多媒体课件为辅，在知识拓展部分以及实践应用部分则需要更多的借助多媒体手段其形象性、丰富性的特征更好地帮助学生理解和掌握所学知识。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游景区开发与管理

**一、说明**

**（一）课程性质**

《旅游景区开发与管理》为旅游管理专业必修课，是旅游管理专业的重要理论课程之一，是旅游专业的应用性重要导引性课程。

**（二）教学目的**

培养学生的实践操作能力，培养适应旅游景区开发与管理方面的人才。为各级旅游局、旅游景区提供具有管理知识、管理技能的专业性人才，为旅游学院旅游管理、文化产业管理、酒店管理等专业开辟新的就业空间和渠道发挥助力。通过本课程的学习，使学生了解景区规划开发基本概念与基本理论，掌握旅游景区开发与规划的一般原则和方法；把握不同层次旅游地、旅游景区旅游规划和开发的范式，理解不同类型旅游地规划的程序、内容；了解旅游景区管理模式，中外旅游景区开发与管理的异同。通过学习，增强学生交流和沟通能力、独立学习能力，提高学生信息技术能力、合作和团队工作能力等；运用不同类型景区管理工作重点、管理目标和模式，以及国内外成功景区的经验借鉴创新旅游景区管理工作。要求学生理解和掌握旅游景区规划和开发的基本概念、基本知识、基本理论；掌握旅游景区管理的目标模式；掌握国外旅游景区开发、经营管理的经验，使学生创造性将这些经验和做法于我国的对应景区结合起来，了解中国旅游景区管理的热点与趋势。

**（三）教学内容**

本课程的学习内容有旅游景区、旅游资源、旅游目的地等基本概念；可持续发展理论、生态旅游理论、旅游体验轮、旅游景区生命周期理论、旅游规划相关理论等相关理论；景区开发规划的原则，以及旅游景区规划与开发的相关知识；景区管理的制度、规范和政策，以及景区管理目标，景区标准化管理的内容及目标；主题公园、旅游度假区、自然保护区、风景名胜区、森林公园、文化遗产景区、地质公园、世界遗产等各种类型景区的管理知识学习；有效借鉴美国黄石国家公园、日本广岛中央森林公园、南非尼加拉私人狩猎区、印度尼西亚巴厘岛、尼泊尔国家公园、肯尼亚马赛马拉保护区、西班牙毕堡等景区管理和发展旅游业的经验；捕捉旅游景区管理的热点和发展趋势，将旅游景区管理方面的相关知识、理论、经验与实践有机结合。

**（四）教学时数**

1、时数： 2课时/周，总计：36 课时

2、进度：

《旅游景区开发与管理》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 课堂教学 | 讨论（实践）课 |
| 一 | 导论 | 1 | 1 |  |
| 二 | 可持续发展观与旅游体验论 | 3 | 2 | 1 |
| 三 | 旅游景区开发的社会影响 | 3 | 2 | 1 |
| 四 | 旅游景区规划 | 2 | 2 |  |
| 五 | 旅游景区的目标模式 | 2 | 2 |  |
| 六 | 主题公园管理 | 3 | 3 |  |
| 七 | 旅游度假区管理 | 3 | 2 | 1 |
| 八 | 自然保护区旅游管理 | 3 | 2 | 1 |
| 九 | 风景名胜区旅游管理 | 3 | 3 |  |
| 十 | 森林公园旅游管理 | 2 | 1 | 1 |
| 十一 | 文化遗产景区管理 | 3 | 2 | 1 |
| 十二 | 地质公园旅游管理 | 1 | 1 |  |
| 十三 | 世界遗产旅游管理 | 2 | 2 |  |
| 十四 | 国外旅游景区管理 | 2 | 2 |  |
| 十五 | 中国旅游景区管理的热点与趋势 | 2 | 2 |  |
| 总结 | 对本学期所教授的内容进行梳理 | 1 | 1 |  |
| 合计 |  | 36 | 30 | 6 |

**（五）教学方式**

本课程结合课程性质特点采用专题式讲解和实操，在教学中进行讨论，项目分解法等形式展开教学；讲授中充分运用启发式和小组式进行课堂教学；注重学生自学的能力、分析问题和解决问题能力的培养，使学生在获取专业知识的同时，提高自我获取知识的能力。同时为了增强学生的学习效果，还采用讲练结合法、多媒体辅助法等。

**（六）考核方式**

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：单项选择题、多项选择题、名词解释题、辨析题、简答题、论述题、实务题。

**二、本文**

**第一章 导论**

**教学要点：**

1、旅游景区的概念

2、旅游景区的构成要素与特征

3、旅游景区的分类

4、旅游景区的管理模式分类

**教学时数：**

1学时

**教学内容：**

第一节 旅游景区的概念

一、旅游资源

二、旅游景区

三、旅游目的地

第二节 旅游景区的构成要素与特征

一、旅游景区构成要素

（一）Gunn的同心圆模型(The Concentric Rings Model)

（二）地方感模型(A Sense of Place Model)

（三）系统模型(Attraction System)

二、旅游景区的特征

第三节 旅游景区的分类

第四节 旅游景区的管理模式分类

旅游景区管理模式分为两大类：分类管理与标准管理

1、遗产型管理模式

2、剧场型管理模式

3、标准型管理模式

**考核要求：**

1、掌握 旅游景区的概念

2、了解 旅游景区的分类

3、掌握 旅游景区的构成要素与特征

4、掌握并运用 旅游景区构成要素中涉及的三种模型，即掌握并应用同心圆模型、地方感模型、系统模型；

**第二章 可持续发展与旅游体验论**

**教学要点：**

1、可持续发展概念及内涵

2、生态旅游概念

3、七条共识

4、旅游体验论内容

5、体验概念，畅爽体验和现代体验理论的发展趋势

6、各个阶段的特征，延长生命周期的方法、手段及措施。

**教学时数：**

3学时，讲授2学时，实践1学时

**教学内容：**

第一节 可持续发展观

一、可持续性

二、核心理念：公平观

三、旅游可持续发展理论

第二节 生态旅游

一、生态旅游的兴起

二、生态旅游的概念

三、生态旅游的内涵

四、生态旅游的几种常见形式

（一）文化型生态旅游

（二）科普型生态旅游

（三）生活型生态旅游

（四）自然保护型生态旅游

五、生态旅游者行为准则

第三节 旅游体验论

一、体验经济时代的特征

二、体验的本质与类型

三、高峰体验：畅爽( Flow)

四、塑造“畅爽”体验的方法

五、现代体验理论发展

第四节 旅游景区生命周期

一、Butler的旅游景区生命周期理论

二、旅游景区生命周期理论的启示

三、旅游景区生命周期理论的修正

**考核要求：**

1、识记 体验概念，畅爽体验和现代体验理论的发展趋势。

2、掌握 可持续发展概念及内涵；七条共识。

3、应用 通过对本章的学习，学习、体会延长生命周期的方法、手段及措施，并确定研究方向。

**第三章 旅游景区开发的社会影响**

**教学要点：**

1、旅游社会影响研究

2、对目的地的人口结构与职业的影响、对目的地文化和遗产的影响、社会准则的改变、对日常生活的影响等方面的具体影响计后果

3、旅游对景区的社会影响机制

4、相关方法对旅游景区开发的社会影响调控

**教学时数：**

3学时，讲授2学时，实践1学时

**教学内容：**

第一节 旅游社会影响研究概述

一、旅游影响研究的脉络

二、旅游社会影响的定义及其研究内容

三、旅游社会影响研究的目标

第二节 旅游景区开发的社会影响

一、目的地的人口结构与职业

二、对目的地文化和遗产的影响

三、社会准则的改变

四、对日常生活的影响

第三节 旅游对景区的社会影响机制

一、旅游社会影响的直接作用机制——社区居民

二、居民对旅游的态度的“生命周期”

三、影响居民对旅游态度的因素

第四节 旅游景区开发的社会影响调控

一、旅游承载力

二、犯罪的预防

三、文化的保护

四、社区参与

五、教育

考核要点：

1、识记 旅游社会影响研究

2、了解 旅游社会影响研究运用

3、掌握 对目的地的人口结构与职业的影响、对目的地文化和遗产的影响、社会准则的改变、对日常生活的影响等方面的具体影响计后果

4、应用 应用相关方法对旅游景区开发的社会影响调控。

**第四章 旅游景区规划**

**教学要点：**

1、旅游规划的相关理论

2、旅游景区规划流程

3、旅游景区规划的发展趋势

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 旅游规划的相关理论

一、规划

二、旅游规划

三、旅游规划的分类

四、规划思想的演变：从编制蓝图到动态系统规划

五、规划的悖论

第二节 旅游景区规划流程

一、准备

二、确定开发目标

三、可行性分析

四、制订方案

五、方案的评价与选择

六、实施

七、监控反馈

八、调整策略

第三节 旅游景区规划的发展趋势

一、传统规划与现代规划的差异

二、可持续旅游规划

三、旅游景区规划的生态设计伦理

**考核要点：**

1、了解 旅游景区规划流程

2、掌握 旅旅游规划的相关理论；旅游景区规划的发展趋势

**第五章 旅游景区管理的目标模式**

**教学要点：**

1、旅游景区管理目标与理念

2、小资、BoBo与乐活族的生活情调

3、产品服务配置与布局

4、旅游循环经济的概念，及资源管理方式：梯度开发、循环利用、合理加减

5、综合管理模式的内容

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 管理目标与理念

一、目标

二、理念

第二节 产品服务配置与布局

一、旅游项目配置原则

二、旅游服务管理

三、旅游景区选址与空间布局：最适人居环境理念

四、价值链管理

第三节 资源管理方式：梯度开发、循环利用、合理加减

一、梯度开发、循环利用

二、旅游循环经济

第四节 综合管理模式

一、治理结构

二、服务社区

三、政府角色

**考核要点：**

1、识记 综合管理模式的内容。

2、了解 小资、BoBo与乐活族的生活情调。

3、掌握 旅游景区管理目标与理念；旅游循环经济的概念，及资源管理方式：梯度开发、循环

利用、合理加减

4、运用 产品服务配置与布局。

**第六章 主题公园管理**

**教学要点：**

1、主题公园的概念

2、主题公园的分类

3、主题公园的发展历程

4、并应用主题公园的区位选择

5、并应用主题确定和产品创新管理，明确经营策略以及发展趋势

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 主题公园的基本概念

一、主题公园的概念

二、主题公园的分类

第二节 主题公园的发展历程

一、国外主题公园的发展历程

二、我国主题公园的发展历程

第三节 区位选择

一、主要影响因素

二、区位导向

第四节 主题确定和产品创新管理

一、主题选择

二、主题公园成败的关键因素

三、产品创新管理概念

四、产品不断创新

第五节 经营策略的发展趋势

一、区位选址贴近市场

二、主题策划寓教于乐

三、品牌设计精益求精

四、突出参与性，不断创新

五、经营方式：弹性票价，服务多样

六、重视与房地产商贸开发相结合

**考核要点：**

1、了解 主题公园的发展历程

2、掌握 主题公园的概念；主题公园的区位选择。

3、应用 通过对本章的学习，学会主题确定和产品创新管理，明确经营策略以及发展趋势。

**第七章 旅游度假区管理**

**教学要点：**

1、旅游度假区的分类

2、旅游度假区的发展历程

3、旅游度假区的选址

4、旅游度假区经营成功的的关键因素。

**教学时数：**

3学时，讲授2学时，实践1学时

**教学内容：**

1. 旅游度假区的分类

一、旅游度假区的含义及其特征

二、旅游度假区的类型

第二节 旅游度假区的发展历程

一、温泉旅游度假区

二、海滨旅游度假区

三、滑雪旅游度假区

四、四季型旅游度假区

第三节 旅游度假区的选址

一、旅游度假区选址的资源条件

二、旅游度假区选址的区位条件

三、区位选择因素的权衡

第四节 旅游度假区开发与管理

一、度假区的竞争优势来源

二、旅游度假区的经营与管理

**考核要点：**

1、识记 旅游度假区的分类

2、了解 旅游度假区的发展历程

3、掌握 旅游度假区的选址

**第八章 自然保护区旅游管理**

**教学要点：**

1、自然保护区概念及我国的分类

2、自然保护区的功能

3、世界和我过自然保护区的发展概况

4、我国自然保护区管理体制与管理模式

5、我国自然保护区的旅游开发的模式，领会自然保护区旅游可持续发展的措施

6、国外自然保护区经验借鉴

**教学时数：**

3学时，教授2学时，实践1学时

**教学内容：**

第一节 自然保护区概述

一、自然保护区的定义

二、自然保护区的分类

三、自然保护区的功能

四、世界与我国的自然保护区发展概况

第二节 自然保护区的管理模式

一、自然保护区管理机构的设置

二、自然保护区管理体制与管理模式

三、自然保护区科学管理体系

第三节 自然保护区的旅游开发与管理

一、自然保护区实施旅游开发的意义

二、自然保护区旅游开发的原则

三、自然保护区与生态旅游

四、自然保护区旅游可持续发展的措施

第四节 国外自然保护区经验借鉴

一、加拿大自然保护区的建立模式

二、澳大利亚自然保护区的管理经验

**考核要点：**

1、了解 世界和我过自然保护区的发展概况

2、掌握 自然保护区概念及我国的分类；

我国自然保护区管理体制与管理模式；

我国自然保护区的旅游开发的模式；

3、领会 自然保护区旅游可持续发展的措施。

**第九章 风景名胜区旅游管理**

**教学要点：**

1、风景名胜区的概念

2、常见的人类游览活动对风景名胜区破坏的主要表现

3、风景名胜区规划纲要，领会规划理念与规划战略目标

4、风景名胜区经营管理相关内容

5、风景名胜区资源保护的具体内容

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 风景名胜区概述

一、风景名胜区等级的划分及管辖

二、风景资源的功能

第二节 风景名胜区规划管理

一、风景名胜区总体规划

三、规划指导思想与原则

四、规划理念与规划战略目标

五、规划管理

第三节 风景名胜区经营管理

一、经营的目标与功能

二、风景名胜区产权问题

三、风景名胜区的统一管理

第四节 风景名胜区资源保护

一、风景名胜区保护的一般理念

二、自然资源的保护

**考核要点：**

1、识记 风景名胜区的概念。

2、了解 风景名胜区规划纲要，领会规划理念与规划战略目标

3、掌握 常见的人类游览活动对风景名胜区破坏的主要表现；

风景名胜区资源保护的具体内容。

**第十章 森林公园旅游管理**

**教学要点：**

1、森林公园概念

2、森林公园的性质与功能

3、森林公园开发规划的内容

4、森林公园的组织管理

5、森林公园资源保护

**教学时数：**

2学时，讲授1学时，实践1学时

**教学内容：**

第一节 森林公园的性质与功能

一、森林公园的概念

二、森林公园的性质

三、森林公园的功能

第二节 森林公园开发规划管理

一、森林公园开发规划原则

二、森林公园开发规划的内容

三、森林公园的组织管理

第三节 森林公园资源保护

一、森林旅游的开发与影响

二、森林公园的保护

**考核要点：**

1. 识记 森林公园概念。
2. 了解 森林公园的性质与功能
3. 掌握 森林公园开发规划的内容
4. 应用 结合本章所学内容及相关理论提出对森林公园保护的一些措施。

**第十一章 文化遗产景区旅游管理**

**教学要点：**

1、遗产资源的开发与管理

2、博物馆的管理

3、历史文化名城的分类、开发与管理

**教学时数：**

3学时，教授2学时，实践1学时

**教学内容：**

第一节 文化遗产资源的开发与管理

一、中国文化遗产管理体制现状

二、文化遗产景区的开发管理

第二节 博物馆的管理

一、我国博物馆的发展现状

二、博物馆的旅游开发

第三节 历史文化名城的开发与管理

一、历史文化名城的概念及分类

二、历史文化名城的保护

三、文化名城的开发管理

**考核要点：**

1. 了解 博物馆的管理

2、掌握 遗产资源的开发与管理；

历史文化名城的分类、开发与管理。

**第十二章 地质公园旅游管理**

**教学要点：**

1、地质公园概念

2、地质公园类型划分

3、世界地质公园评审指标及赋分方法

4、地质公园的开发模式

**教学时数：**

1学时

**教学内容：**

第一节 地质公园概述

一、地质公园类型划分

二、地质公园的分布

三、地质公园的功能

第二节 地质公园评选方法

一、世界地质公园的申报条件与评审程序

世界地质公园评审指标及赋分

第三节 地质公园开发与管理

一、地质公园的开发

二、地质公园的管理

三、我国地质公园的发展方向

考核要点：

1. 识记 地质公园概念。
2. 掌握 地质公园类型划分；

世界地质公园评审指标及赋分方法；

地质公园的开发模式。

**第十三章 世界遗产旅游管理**

**教学要点：**

1、世界遗产管理理念、目标任务

2、世界遗产管理的基本方法

3、世界遗产管理模式

4、世界级遗产、国家级遗产以及非物质文化遗产的经营体制

5、世界遗产开发与保护的关系

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 世界遗产管理理念

一、管理的目标任务

二、管理的理念

三、管理的基本方法

第二节 世界遗产管理模式和经营体制

一、管理模式

二、经营体制

第三节 世界遗产开发与保护的关系

一、关于开发与保护的关系

二、关于遗产地开发与保护的管理问题

**考核要点：**

1、了解 世界遗产管理理念、目标任务

2、掌握 世界遗产管理的基本方法，以及世界遗产管理模式。

3、应用 分析遗产地开发与保护的管理问题，并能结合实际解决实际问题。

**第十四章 国外旅游景区管理的经验借鉴**

**教学要点：**

1、美国的黄石公园国家公园管理模式

2、日本的广岛中央森林公园的设施分类及功能分区

3、领会西班牙毕堡古根汉姆艺术博物馆这个建筑带动毕堡这个城市复兴的内涵

4、南非尼加拉私人狩猎保护区—通过旅游业的发展

5、厄瓜多尔的加拉帕哥斯群岛发展生态旅游的经验一级项目设计

6、印度尼西亚巴厘岛成为旅游度假的天堂的成功经验

7、宗教国家尼泊尔在国家公园奇特旺国家开展生态旅游的成功经验、做法以及生态旅游项目设计、旅游产品的设计

8、肯尼亚马赛马拉保护区发展旅游业的经验，尤其是生态旅游的经验。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 美国的国家公园——以黄石公园为例

一、美国的国家公园系统

二、美国的国家公园管理局

黄石国家公园管理模式综述

第二节 日本的自然公园——以广岛中央森林公园为例

一、日本的公园分类体系

二、日本的《自然公园法》

三、广岛中央森林公园

四、对日本自然公园的评价

第三节 西班牙的毕堡——一个建筑带动一个城市的复兴

一、背景

二、创造性的衔接： “古根汉姆毕堡”之建筑

三、建筑推销城市

第四节 南非尼加拉私人狩猎保护区——旅游业造就的社区受益体系

一、南非旅游业概况

二、尼加拉私人狩猎保护区使当地社区受益

第五节 厄瓜多尔的生态旅游——以加拉帕哥斯群岛为例

一、厄瓜多尔——生态旅游的先行者

二、加拉帕哥斯群岛生态旅游模式

第六节 印度尼西亚巴厘岛——旅游度假的天堂

一、巴厘岛概况

二、巴厘岛获得巨大成功的经验分析

第七节 尼泊尔的国家公园——以皇家奇特旺国家公园为例

一、蓬勃发展的国际旅游业

二、皇家奇特旺国家公园

第八节 肯尼亚旅游业的发展经验——以马赛马拉保护区的生态旅游为例

一、肯尼亚旅游业发展概况

二、肯尼亚的经验：发展以当地居民（社区）为出发点的生态旅游

三、马赛马拉保护区实例

**考核要点：**

1. 了解 西班牙毕堡古根汉姆艺术博物馆这个建筑带动毕堡这个城市复兴的内涵
2. 掌握 美国的黄石公园国家公园管理模式；

日本的广岛中央森林公园的设施分类及功能分区；

南非尼加拉私人狩猎保护区—通过旅游业的发展；

厄瓜多尔的加拉帕哥斯群岛发展生态旅游的经验一级项目设计；

印度尼西亚巴厘岛成为旅游度假的天堂的成功经验；

宗教国家尼泊尔在国家公园奇特旺国家开展生态旅游的成功经验、做法以及生态旅游

项目设计、旅游产品的设计；

肯尼亚马赛马拉保护区发展旅游业的经验，尤其是生态旅游的经验。

**第十五章 中国旅游景区管理的热点与趋势**

**教学要点：**

1、旅游景区门票价格的定义，了解其功能

2、制定旅游景区门票价格的因素

3、旅游景区门票上涨的是与非

4、国外门票价格管理经验，并借鉴性的运用到我国景区门票价格制定这一实践中

5、旅游景区门票价格管理的对策，把握其发展趋势

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 旅游景区门票价格上涨

一、旅游景区门票价格的定义与功能

二、制定旅游景区门票价格的因素

三、旅游景区门票上涨的是与非

四、国外门票价格管理经验借鉴

第二节 文化创意旅游

一、创意旅游的定义

二、创意旅游的效应

三、创意旅游的借鉴

第三节 旅游景区数字化

一、景区数字化的发展背景

二、数字化景区概念

三、我国旅游景区数字化建设的发展现状

四、数字化建设对景区发展的重要意义

五、数字风景名胜区的建设策略

**考核要点：**

1、了解 制定旅游景区门票价格的因素；

旅游景区门票上涨的是与非；

旅游景区门票价格管理的对策，把握其发展趋势

2、掌握 旅游景区门票价格的定义，了解其功能。

3、应用 国外门票价格管理经验，并借鉴性的运用到我国景区门票价格制定这一实践中。

**三、参考书目**

1、【英】约翰·斯沃布鲁克著，《旅游景区开发与管理》（第二版）。

2、马勇、李玺，《旅游规划与开发》，科学出版社，2006年。

3、保继刚等，《旅游规划案例》，广东旅游出版社，2003年。

4、辛建荣，《旅游区规划与管理》，南开大学出版社，1999年。

5、网络参考资料等。

6、保继刚，《旅游地理学》，高等教育出版社，2000年。

7、郭亚军，《旅游景区管理》，高等教育出版社，2006年。

8、杨桂华、钟林生、明庆忠，《生态旅游》，高等教育出版社，第二版。

9、刘益，《欠发达地区旅游影响研究》，科学出版社。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

客源国概况

**一、说明**

**（一）课程性质**

《客源国概况》（Country of origin）是旅游学院为旅游管理专业学生开设的专业必修课。本大纲根据该专业的特点和教学需要编写，作为本课程组织教学和教学考核的依据。

客源国概况是一门介绍、研究中国主要客源国家和地区的自然地理、历史人文、政治经济、文化、民俗、旅游业等内容的学科。本课程旨在通过对主要客源国家上述各个方面的学习和研究，熟悉、掌握相关内容，学习旅游业发达国家的经验，尊重游客的风俗习惯，以有效地指导旅游实际工作，更好地服务游客，促进我国旅游业的持续发展。

**（二）教学目的**

通过本课程的学习，可以使学生扩大知识面，使学生对我国主要客源国的政治、经济、文化、民俗、旅游业以及地理、人文概况等有一个全面的、准确的认识和了解。对中国各主要海外客源国的基本情况有一个初步地了解和认识，在归纳、总结和分析各主要客源国的旅游需求的基础上，可以使学生对未来国际旅游业的发展趋势和我国旅游业应采取的措施有一个比较清醒的认识。一方面，可以为国家培养更多的既把握国际旅游需求脉络又了解国情的旅游管理人才；另一方面，也为学生日后走上旅游管理工作岗位开创一个宽泛的视野和坚实的基础。

**（三）教学内容**

讲述中国主要客源国家和地区的自然地理、历史人文、政治经济、文化、民俗、旅游业等内容的学科。一是客源国家的有关知识。二是介绍与解读列入联合国教科文组织的《世界遗产名录》中的有代表性的最精华的部分。

**（四）教学时数**

1.时数：2课时/周，总计：36课时

2.进度：见《客源国概况》教学进度表

《客源国概况》教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章 次 | 内 容 | 总学时 | 课堂教学 | 讨论（实践）课 |
| 一 | 世界旅游业和中国海外客源市场 | 6 | 6 |  |
| 二 | 亚洲和太平洋地区 | 12 | 10 | 2 |
| 三 | 欧洲地区 | 6 | 6 |  |
| 四 | 北美地区 | 6 | 3 | 3 |
| 五 | 中国香港、澳门特别行政区和台湾地区及华侨和外籍华人 | 6 | 3 | 3 |
| 合计 | 5章 | 36 |  |  |

**（五）教学方式**

教师正确处理教与学的关系，贯彻“少而精”的原则。在教学中既要系统地讲授，又要突出重点，同时还要有理论分析和概括。此外，在教学中还应恰当地介绍学术上的不同观点，努力吸收科学上的成果，不断地更新教学内容。在教学手段上，采取讲授为主，适时地组织课堂讨论、作业等教学活动。

1、使用多媒体教学。帮助同学们直观了解世界各地风土人情和旅游概况，同时围绕教学内容进行课堂的讲解。

2、分组教学，经常交流。

**（六）考核方式**

期末开卷考试或写论文（60%）与平时成绩（含讨论、上课提问、作业等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在开卷试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：单项选择题、名词解释题、简答题、论述题等。

**二、本文**

**第一章 世界旅游业和中国海外客源市场**

**教学重点：**

1、世界旅游业发展的经历及当前面临的新形势；

2、世界旅游业的发展和中国海外客源市场概况；

3、中国旅游业进行的历史性转变及发展前景；

4、世界各旅游区的分布。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 世界旅游业概况（2学时）

一、近代旅游业的产生

二、现代旅游业

三、21世纪的世界旅游业新变化和新趋势

四、世界旅游业的发展特点

五、世界旅游业的发展前景

第二节 世界旅游区（1学时）

一、亚洲 ([Asia](http://baike.baidu.com/view/130660.htm" \t "_parent))及太平洋地区

1、亚洲

2、大洋州概况

二、欧洲地区

三、亚美利加洲（简称美洲）

四、非洲地区

第三节 世界人文概况（1学时）

一、人口和人种

二、民族和语言

三、世界宗教

第四节 中国旅游业及中国入境客源市场（2学时）

一、中国旅游业

1、中国旅游业的历史

2、中国旅游业的历史性转变

3、中国旅游业的任务和前景

4、中国旅游业发展的趋势

二、中国入境客源市场

1、中国入境客源市场的历史

2、中国入境客源市场的现状

3、中国入境客源市场开发前景

**考核要求：**

1、了解世界概况。

2、掌握世界六大旅游区。

**第二章 亚洲和太平洋地区**

**教学重点：**

1、亚洲和太平洋地区国家经济发展水平；

2、亚太地区、特别是东亚太地区有潜力的客源产出地；

3、亚太地区重要客源国的政治、经济概况；

4、亚洲及太平洋地区各主要旅游国家的自然与人文情况；

5、该地区各主要旅游国家民风民俗及旅游发展的概况。

**教学时数：**

12学时

**教学内容：**

第一节 日本（2学时）

一、日本的自然地理与人文概况

1、自然地理

2、人文概况

3、基本国情

4、简史

5、经济

6、教育

7、新闻出版

二、日本的艺术

三、日本的民风民俗

1、日本历史名人

2、社交礼仪

3、禁忌

4、日本人的姓

5、日本的节日

6、日本的公共澡堂

四、旅游现状

1、经典景点

1、东京

2、镰仓

3、横滨

4、京都

5、大阪

6、奈良

五、外交

六、与中国关系

第二节 韩国（1学时）

一、韩国的自然地理与人文概况

1、自然地理

2、历史

3、教育

4、总统

5、经济

二、韩国的民风民俗

1、文化

2、运动

3、韩食

4、家庭生活

5、姓名

6、节日

除夕、上元节、寒食节、秋夕节、冬至节等。

三、韩国旅游业发展概况

1、名胜

2、历史名人

3、旅游业现状

四、外交

五、与中国关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

第三节 印度尼西亚（1学时）

一、自然地理与人文概况

1、国情概况

2、地理概况

3、人文概况

二、历史

三、政治

实行总统内阁制。

四、经济

五、民俗风情

1、节日

2、习俗礼仪

3、印度尼西亚美食

六、旅游业发展概况

1、旅游景点

1、“神仙岛”──巴厘岛

2、塔巴南

3、多巴湖

4、爪哇的巴黎──万隆

5、日惹

6、北苏门答腊

7、棉兰

8、巴拉巴特

2、旅游业发展现状

七、与中国的关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

第四节 马来西亚（2学时）

一、自然地理与人文概况

1、自然地理

2、人文概况

3、简史

4、政治

5、经济

6、军事

二、民风民俗

1、美食

2、禁忌

3、舞蹈

4、峇峇文化

5、节日

三、旅游业发展概况

1、吉隆坡

2、兰卡威

3、云顶高原

4、马六甲

5、刁曼岛

四、与中国的关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

第五节 新加坡（1学时）

一、自然地理与人文概况

1、自然地理

2、人文概况

二、民风民俗

1、主要民族

2、宗教概况

3、民俗礼仪

三、新加坡旅游业发展概况

第六节 菲律宾（1学时）

一、自然地理与人文概况

1、自然地理

2、人文概况

3、国家象征

4、经济

5、简史

6、政治

7、首都：[马尼拉](http://news.xinhuanet.com/ziliao/2002-08/29/content_542848.htm" \t "_parent)

二、民风民俗

1、服饰

1、男子国服

2、女子国服

2、饮食

3、姓氏

4、斗鸡

5、新闻媒介

6、外交

三、旅游业发展概况

1、马尼拉

2、宿务

3、碧瑶

四、与中国关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

第七节 泰国（2学时）

一、自然地理与人文概况

1、自然地理概况

2、简史

3、政治

4、经济

5、文化

二、民风民俗

1、泰国的节日

2、泰国菜

3、泰拳

4、习俗与礼仪

5、佛教与泰国

三、旅游业发展概况

1、曼谷

2、芭堤雅

3、普吉岛

4、清迈

四、与中国关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

第八节 澳大利亚（1学时）

一、自然地理与人文概况

1、自然地理

2、简史

3、经济

4、政治

二、民风民俗

1、主要节日

2、文体活动

3、文化艺术

4、土著居民的风俗

5、交往礼仪与禁忌

6、饮食特色

7、首都趣史

三、旅游业发展概况

1、堪培拉

2、悉尼

3、墨尔本

4、布里斯班

5、达尔文城

6、珀斯

7、特色旅游

四、与中国关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

**考核要求：**

1、了解东亚太地区各客源国的地理概况、人文概况、民俗风情。

2、掌握东亚太地区各客源国的旅游业概况。

**第三章 欧洲地区**

**教学重点：**

1、欧洲地区客源国的情况；

2、欧洲各国的政治、经济、人文习俗和旅游发展状况；

3、英、德、法等主要客源国的自然与人文概况；

4、六个客源国旅游业发展概况。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 英国（1学时）

一、自然地理

1、自然地理

2、人文概况

二、民俗风情

1、饮食习俗

2、生活习俗

3、禁忌

三、旅游业发展概况

1、旅游城市---伦敦

2、苏格兰威士忌中心

3、巴斯---英格兰的澡盆

4、格林威治

5、剑桥

6、牛津

四、与中国的关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

第二节 德国（1学时）

一、自然地理与人文概况

1、自然地理

2、人文概况

3、简史

二、民风民俗

三、旅游业发展概况

1、柏林(Berlin)

2、汉堡港

3、慕尼黑

4、科隆

5、莱比锡

6、法兰克福

7、斯图加特

四、其他资讯

五、与中国的关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

第三节 法国（1学时）

一、自然地理与人文概况

1、地理位置

2、人文概况

3、简史

4、经济

5、政治

二、民风民俗

三、旅游业发展概况

1、著名景点

2、首都[巴黎](http://news.xinhuanet.com/ziliao/2002-09/13/content_560697.htm" \t "_parent)

四、与中国的关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

第四节 意大利（1学时）

一、自然地理与人文概况

1、自然地理

2、国家象征

3、人文概况

4、简史

5、政治

6、经济

7、新闻出版

二、文学艺术

三、意大利的民风民俗

1、美食

2、购物

3、节日

4、民俗

四、旅游业发展概况

1、罗马

2、佛罗伦萨

3、水城威尼斯

4、米兰大教堂

5、那不勒斯

6、西西里岛

五、与中国的关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

第五节 俄罗斯联邦（1学时）

一、国家概况

1、自然地理

2、人文概况

3、简史

4、政治

5、经济

6、教育

二、文学艺术和文化名人

1、文化

2、历史名人

三、民风民俗

1、风俗

2、忌讳

3、节日

四、旅游业发展概况

1、莫斯科

2、圣彼得堡

五、旅游资讯

1、餐饮美食

2、货币、汇率

3、时差、电话

六、与中国的关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

第六节 西班牙（1学时）

一、自然地理与人文概况

1、自然地理

2、国家象征

3、人文资源

4、简史

5、政治

二、民风民俗

1、礼仪

2、节日

3、美食

三、旅游业发展概况

1、首都马德里

2、巴塞罗那

3、巴伦西亚城

4、塞维利亚

5、科尔多瓦

四、与中国的关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

**考核要求：**

1、了解欧洲旅游区各客源国的地理概况、人文概况、民俗风情。。

2、掌握欧洲旅游区各客源国的旅游业概况。

**第四章 北美地区**

**教学重点：**

1、北美地区政治、经济、人文习俗和旅游发展状况的认识；

2、美国的政治、经济、文化，对外政策与中美关系；

3、美国旅游业和客源市场；

4、美国及加拿大的自然地理、人文状况及简要历史。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 美国（4学时）

一、国情掠影

1、基本知识

2、地理

3、国粹

4、美国历史

5、政治

6、经济

7、文化

8、民俗

二、经典旅游景点

三、旅游资讯

1、特色购物

2、货币、汇率

3、时差、电话

四、与中国的关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

第二节 加拿大（2学时）

一、自然地理与人文概况

1、自然地理

2、人文概况

二、简史

三、经济

四、政治

五、文化

六、旅游城市

1、渥太华

2、多伦多

3、温哥华

4、魁北克城

5、蒙特利尔

七、与中国的关系

1、外交关系

2、贸易关系

3、旅游关系

**考核要求：**

1、了解北美旅游区各客源国的地理、人文概况、民俗风情。

2、掌握北美旅游区各客源国的旅游业概况。

**第五章 香港、澳门和台湾地区及华侨和外籍华人**

**教学重点：**

1、港澳台的历史、地理、人文和政治、经济、文化、民俗及旅游业概况；

2、港澳台的简要历史；

3、港澳台的政治经济发展的特点；

4、港澳台与祖国大陆的关系。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 香港（2学时）

一、自然地理与人文概况

1、自然地理

2、人口与居民

3、宗教信仰

4、区旗、区徽

5、经济

二、民风民俗

三、旅游业

第二节 澳门（1学时）

一、历史沿革

二、市名由来

三、地理人文

四、行政区的标志

1、区旗

2、区徽

3、市花

4、货币

5、节日盛事

五、政治体制

六、经济

七、文化

八、澳门的对外关系

九、旅游业

1、旅游资源与景点

2、旅游业的历史和现状

十、澳门与祖国大陆的关系

第三节 台湾省（2学时）

一、自然地理与人文概况

二、民风民俗

1、姓氏

2、饮食

3、婚丧

4、人际交往禁忌

5、民间节庆

6、祭典活动

7、高山族习俗

三、旅游业发展概况

第四节 华侨及外籍华人（1学时）

一、基本概念

1、华侨

2、外籍华人

3、归侨

4、侨眷

二、中国政府对华侨和外籍华人的方针政策

1、华侨现状

2、华侨分布

**考核要求：**

1、了解港澳台及华人华侨的人文概况。

2、掌握港澳台的旅游业概况。

**三、参考书目**

1、王兴斌主编，《中国旅游客源国（地区）概况》, 旅游教育出版社, 2013年，第六版。

2、李树藩、王德林，《最新各国概况》,长春出版社，2000年。

3、刘宏煊，《中国睦邻史》，世界知识出版社，2001年。

4、于向东主编，《中国旅游海外客源市场概况》，东北财经大学出版社，1999年。

5、韩杰，《现代世界旅游地理学》，青岛出版社，1997年。

**四、本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

大部分内容的课程在多媒体教室上，用课件进行讲授，增加直观性和生动性。

本课程采用面授辅导与学生自学相结合的教学方式，在面授教学中，要将系统教授与重点、难点教授相结合，力求通过形象化的教学使学生对所学内容加深理解。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

艺术审美

**一、说明**

**（一）课程性质**

《艺术审美》课程为学院专业平台任选课，开设于第四学期，共36学时。此课程是高等院校旅游管理（航空服务校企合作培养）专业学生培养提高审美意识与能力，陶冶情操，深化情怀，完善人文素质的重要课程之一。此课程要求学生比较系统地掌握艺术美学的基础知识，了解艺术发生和发展的基本规律和基本原理，认识艺术的创作心理机制，重点领会文化艺术系统、艺术种类及各艺术门类的审美特征。本课程将学术性、知识性、趣味性、熔于一炉，力求深入浅出；通过教学，使学生在艺术的天地里陶冶情趣，提高审美鉴赏力，提高自身创造美和欣赏美的能力。

**（二）教学目的**

通过教与学，引导学生进入艺术殿堂之门，使学生掌握艺术美学的基本原理、艺术创造及艺术批评的基本规律；通过互动启发式艺术审美与鉴赏实践活动，要求学生理解与把握艺术语言，体验与领悟艺术作品鉴赏的完整过程，激发自主分析与赏析艺术作品的能力；引导学生初步掌握艺术研究的方法，进而按照艺术的特殊规律进行艺术鉴赏与审美，并初步解决学生在艺术审美鉴赏中的困难问题；培养与提高学生艺术的审美与欣赏能力，提高学生自身人文素质，提高自身对真、善、美的认识，进而形成正确的人生观、价值观、世界观。

**（三）教学内容**

第一章艺术的相关概念与释义

第二章审美的相关概念与释义

第三章艺术的审美特征

第四章实用艺术审美

第五章造型艺术审美

第六章语言艺术审美

第七章综合艺术审美

第八章表情艺术审美

**（四）教学时数**

1、时数：2 学时/周，总计：36学时

2、进度：

《艺术审美》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 章节 | 课程内容 | 学时数 | | | |
| 合计 | 讲授 | 实操 | 机动 |
| 第一章 | 艺术的相关概念与释义 | 2 | 2 |  |  |
| 第二章 | 审美的相关概念与释义 | 2 | 2 |  |  |
| 第三章 | 艺术的审美特征 | 2 | 2 |  |  |
| 第四章 | 实用艺术审美 | 2 | 1 | 1（作品鉴赏） |  |
| 第五章 | 造型艺术审美 | 4 | 2 | 2（作品鉴赏） |  |
| 第六章 | 语言艺术审美 | 2 | 1 | 1（作品鉴赏） |  |
| 第七章 | 综合艺术审美 | 8 | 1 | 7（作品鉴赏） |  |
| 第八章 | 表情艺术审美 | 12 | 2 | 10（作品鉴赏） |  |
|  | 总复习 | 2 | 2 |  |  |
| 总计 | | 36 | 15 | 21 |  |

**（五）教学方式**

采用音响设备和投影设备等多媒体辅助教学，教学过程中以案例分析与作品鉴赏为依托，在艺术的审美与鉴赏实践活动中，由感性认识上升到理性认识；艺术审美欣赏是一门抽象思维很强的课程，因此在教学中对艺术语言要进行必要的讲授、分析和示范，通过形象的艺术语言，唤起学生对美的追求，加强学生的想象和形象思维，提高学生的领悟能力，对美的感受能力和创造力；再者，当今艺术文化发展速度很快，需要及时补充新的教学内容，注视当今文化艺术新动向，提高本课程的教学水平。

**（六）考核方式**

本课程考核方式为考察：课堂各类别艺术作品赏析展示（60%）与平时成绩（含课堂活动、课堂参与、课堂考勤等成绩，共占40%）结合。

考核内容：要求学生依据自己所喜爱或擅长的某一艺术领域，选取一项具有代表性的艺术作品，在课堂上开展艺术作品赏析展示。

考核方式：艺术作品赏析ppt文本制作展示、解说；艺术作品音频、视频展示、解说。

**二、本文**

**第一章 艺术的相关概念与释义**

**教学要点：**

通过本章学习，了解艺术的概念、性质、分类、特点、作用、艺术作品的审美构成，从而对本课程的基本内容及指导思想有一个概括的认识。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、艺术概念、释义及分类

艺术是人类按照美的规律创造世界，同时也按照美的规律创造自身的实践活动。

“艺术”是一个宽泛的概念，不仅指日常生活中满足人们主观与情感需求的各种艺术作品与各种娱乐方式，还有比现实更有典型性的社会意识形态，包括文学、绘画、雕塑、建筑、音乐、舞蹈、戏剧、电影和曲艺等，还包括富有创造性的看待事物、处理事物的方式和方法。

二、艺术是现实美和理想美的审美统一

从根本上说，艺术根源于现实美。现实美无疑是丰富多采，取之不尽的。但是，现实美也有缺陷，比较分散，受时间、空间的限制，不能充分体现艺术家的审美理想，不能充分满足人们的审美需要。人总是有理想的，总是有更高的审美要求的，因此，艺术家不会满足于对现实美的摹仿、再现，而要在现实的基础上展现出更加美好的理想世界，以满足自己更高的审美需要，促进人们去创造更加美好的未来。这样，艺术必然是现实美和理想美的审美统一、再现和表现统一的结晶。

三、艺术是实与虚的审美统一

艺术要反映现实，但艺术不照搬现实，它要借助想象、虚构创造与现实世界有联系，而又不同的理想世界、想象世界；要通过审美的集中和概括，通过对普通实际生活形象一定程度的变形，创造出更高、更典型、更美的艺术形象，因此，艺术必定是实与虚的审美统一。

**考核要求：**

1、了解艺术的概念、性质、分类、特点与作用。

2、掌握艺术作品的审美构成。

**第二章 审美的相关概念与释义**

**教学要点：**

通过本章学习，了解审美的概念、性质、特点、作用与意义，把握培养提高艺术鉴赏能力的途径与方法。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、美学

美学是指从人对现实的审美关系出发，以艺术作为主要对象，研究美、丑、崇高等审美范畴和人的审美意识、美感经验，以及美得创造、发展及其规律的科学。美学是以对美的本质及其意义的研究为主题的学科。美学是哲学的一个分支。

二、优美

优美是指审美主体在观赏具有审美价值的客观对象时，主客体之间所呈现出来的和谐一致的美，优美作为美的一般形态，以和谐、协调、一致、均衡和统一为特点。

三、审美

审美是超越现实的体验方式，即“领会事物和艺术品的美”。领会，既是智慧的参与，更需要情感的体验和主动地探究。

四、审美意识

审美意识也叫审美思想，是对审美对象的认识或反映。

五、审美感觉

审美感觉是整体性的感觉。在审美经验中，人们不仅外部感觉参与活动，还激起了身体内部的感觉，当人的全部感觉发生整体活动时，这种感应就是审美感觉。

六、审美想象

审美想象是指在审美活动过程中，审美主体不是消极地直接观察对象，而是积极地调动和改造由于审美客体的刺激再现出来的过去记忆中的表象，从而丰富和完善审美对象，或创造出新对象的过程。

七、审美造型

自觉或不自觉地利用自己关于自己的审美思想、审美意识来改变自己、塑造自己，从而改变自己的面貌和形态，获得一些与过去全然不同的感觉，丰富与强大内心世界。

**考核要求：**

1、了解审美的概念、性质、特点、作用与意义。

2、把握培养提高艺术鉴赏能力的途径与方法。

**第三章 艺术的审美特征**

**教学要点：**

通过本章学习，要求学生整体认知艺术的审美特征。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、美感性

艺术既然是审美意识的集中和升华，是现实美和理想美的审美统一，艺术就是美的结晶，必须能给人以美的感受，这就是艺术的美感特征。美感特征是艺术的基本特征。现实事物不美并不丧失其本质，艺术不美就不成其为艺术。

二、情感性

艺术是人对现实的审美结晶，也即情感体验的结晶。它包含着理性认识，但表现为情感体验的形式，或者说，艺术是以情感为核心的。从对生活的感受到产生创作冲动、进入艺术创作、最后成形，艺术家无不把自己的喜怒哀乐、肯定与否定的强烈情感倾注于其中，凝结于作品的艺术形象中。

三、自由性

艺术是对现实的审美结晶，而审美是令人解放的，是充分自由的。这可以从几个方面来理解：一是艺术作为对现实情感体验，不完全受概念的束缚，情感体验是自由的领域；一是艺术不体现对生活的欲望要求，不为欲望所纠缠。所以，艺术可谓自由的女儿。

四、形象性

艺术不是用概念反映现实，而是通过具体、生动、鲜明的感性形式反映现实，这就是艺术的形象性特征。

五、超越性

艺术的根本目的在于通过审美方式把握和感悟人生，使人的自由生命本性在超越现实的层面获得充分肯定。艺术审美的超越性还体现在对未来的期待与指向上，即艺术启示了人生发展的积极方向。

**考核要求：**

认知艺术的审美特征。

**第四章 实用艺术审美**

**教学要点：**

通过建筑、工艺、设计、书法等门类，了解实用艺术语言的基本特点，并结合作品赏析，加深对实用艺术的具体特征的理解，学会初步运用欣赏实用艺术的一般方法去欣赏各类别具体作品。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、实用艺术的含义和类别

实用艺术是一种实用性和审美性紧密结合在一起的艺术类型，具有物质生产与艺术创作、实用功能与审美功能相统一的特征。

1、建筑

2、工艺

3、设计

4、书法

二、实用艺术的审美特征

1、实用功能与审美功能的统一

2、注重形式感与形式美

3、内容表现上的正面性、抽象性和象征性

**考核要求：**

1、了解实用艺术语言的基本特点。

2、掌握实用艺术的本质特征。

3、初步运用欣赏实用艺术的一般方法去欣赏各类别具体作品。

**第五章 造型艺术审美**

**教学要点：**

通过绘画、雕塑、摄影等类别，了解造型艺术语言的特点；并结合作品的赏析，提高对视觉空间艺术的本质特征的理解，特别是加深对中国优秀传统艺术文化的认知；学会初步运用欣赏造型艺术的一般方法，欣赏各类别具体的艺术作品。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

一、造型艺术的含义和类别

造型艺术是一种用一定物质材料，如颜料、绢、布、纸、木、石、铜、胶卷、相纸等，通过构图、透视、用光等艺术手段，塑造直观、静态的视觉形象，以此来反映社会生活、表现审美意识和思想情感的艺术的总称。

1、绘画

2、雕塑

3、摄影

二、造型艺术的审美特征

1、“应物象形”的造型性

2、诉诸视觉的直观性

3、瞬间性、静止性和永固性

**考核要求：**

1、了解造型艺术语言的基本特点。

2、掌握造型艺术的本质特征。

3、初步运用欣赏造型艺术的一般方法去欣赏各类别具体作品。

**第六章 语言艺术审美**

**教学要点：**

通过诗歌、散文、小说、剧本等类别，了解语言艺术语言的特点；并结合作品的赏析，提高对语言艺术的本质特征的理解，特别是加深对中国优秀传统艺术文化的认知；学会初步运用欣赏语言艺术的一般方法，欣赏各类别具体的艺术作品。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

一、语言艺术的含义和类别

语言艺术指的是用语言的符号——文字作为物质材料，以修辞作为表现手段，借助词语来唤起人们的想象，以此来塑造艺术形象，反映社会生活，表现艺术家的审美意识、审美理想的艺术，通常称之为文学。

1、诗歌

2、散文

3、小说

4、剧本

二、语言艺术的审美特征

1、塑造艺术形象的间接性

2、反映生活的广阔性、丰富性

3、表达思想的深刻性

**考核要求：**

1、了解语言艺术语言的基本特点。

2、掌握语言艺术的本质特征。

3、初步运用欣赏语言艺术的一般方法去欣赏各类别具体作品。

**第七章 综合艺术审美**

**教学要点：**

通过戏剧、戏曲、电影、电视等类别，了解综合艺术语言的特点；并结合作品的赏析，提高对综合艺术的本质特征的理解，特别是加深对中国优秀传统艺术文化的认知；学会初步运用欣赏综合艺术的一般方法，欣赏各类别具体的艺术作品。

**教学时数：**

8学时

**教学内容：**

一、综合艺术的含义和类别

综合艺术指的是综合运用多种艺术体裁所使用的物质材料和表现手段，塑造典型的形象，反映社会生活，表现艺术家的审美情感、审美理想的艺术。

1、戏剧

2、戏曲

3、电影

4、电视

二、综合艺术的审美特征

1、广泛而有机的综合性

2、时空的再造性和情节的逼真性

3、以表现尖锐、集中的矛盾冲突为依归的表演性

**考核要求：**

1、了解综合艺术语言的基本特点。

2、掌握综合艺术的本质特征。

3、初步运用欣赏综合艺术的一般方法去欣赏各类别具体作品。

**第八章 表情艺术审美**

**教学要点：**

通过音乐、舞蹈等类别，了解表情艺术语言的特点；并结合作品的赏析，提高对表情艺术的本质特征的理解，特别是加深对中国优秀传统艺术文化的认知；学会初步运用欣赏表情艺术的一般方法，欣赏各类别具体的艺术作品。

**教学时数：**

12学时

**教学内容：**

一、表情艺术的含义和类别

表情艺术指的是借助于音响、节奏、旋律或人体动作，同时经过表演这个环节，来塑造艺术形象，反映人们的审美情感和社会生活的艺术。表情艺术有广义和狭义的两种含义：广义的包括音乐、舞蹈、曲艺、杂技、戏剧、电视、电影等；狭义的专指音乐和舞蹈。

1、音乐

2、舞蹈

二、表情艺术的审美特征

1、表情性是表情艺术的本质属性

2、节奏与旋律是表情艺术最基本的表现手段

3、表演性是表情艺术赖以存在的基础

**考核要求：**

1、了解表情艺术语言的基本特点。

2、掌握表情艺术的本质特征。

3、初步运用欣赏表情艺术的一般方法去欣赏各类别具体作品。

**三、参考书目**

1、乔闻种，《艺术、审美与修养》，机械工业出版社，2014年1月第一版。

2、王德胜，《美学教程》，人民教育出版社，2001年。

3、朱晓军，《艺术概论教程》，中国传媒大学出版社，2009年。

4、朱光潜，《西方美学史》上、下卷，人民文学出版社，1979年第二版。

5、叶朗，《中国美学史大纲》，上海人民出版社，1985年版。

6、各章节具体参考书目（略）

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

“讲、学、作品鉴赏”合一的授课方式。贯穿以学生为中心，学生主导课堂，教师做引导与辅助的宗旨；倡导课堂体验、实践、参与、合作与交流；以作品鉴赏为主，侧重学生选取的艺术作品鉴赏展示；多种教学方法交错使用：案例式、直观式、互动式、参与式等传统的教学手段与板书、音响设备、投影设备、多媒体课件等现代教育技术手段灵活运用。

无论是理论教学还是实践教学的设计与组织，离开现代教育技术是无法想像的。在整个教学体系中我们全程使用多媒体技术、网络技术、数字影音技术及相应的教学软件，学生可以课上课下、校内校外很方便的获得课程学习的各种信息与资料，教与学突破物质和时空的局限，达到优化教学效果的目的。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，努力实现跨学校多媒体资源的共享，以提高课程资源利用效率。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

文化遗产导论

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程为学院专业选修课程，不仅是旅游管理专业的重要的基础性课程之一，也是学习文化产业管理专业重要的实践拓展课程。该课程主要介绍文化遗产的性质特点类型，文化遗产的开发、文化遗产的保护与管理、世界文化遗产申报过程的等问题。主要研究文化遗产的重要价值和作用，以及文化与旅游产业开发行为过程中文化遗产的保护与开发的相关理论与实践知识，它以文化学概论、文化资源学、社会调查原理与方法等课程为基础，融合社会学、人类学、文化学、历史学等相关学科，建构了具备独立的逻辑框架和知识系统的理论体系，还与学科前沿探索、田野实践、专题研究紧密结合，呈现出综合性、实践性等特点。

**（二）教学目的**

本课程的核心在于提高文化素养，增进文化认同，促进文化传承，目标涵盖了知识、技能和素质三个方面。

知识：通过本课程的学习，使学生掌握关于文化遗产的基本概念、基本形态和保护过程监控等基础理论；

技能：通过本课程的学习，使学生在了解社会科学研究的基础理论的基础上，掌握从事田野实践的基础方法，并能够把所学理论运用到对文化遗产现实的调查与分析过程中来，独立完成课程设定的实践目标；

素质：通过本课程的学习，使学生树立起正确的社会科学研究方法观念，从方法论的角度认识田野调查实践在社会科学研究中的重要地位；增进对文化遗产的了解，增进对中华民族传统文化的了解和热爱，提高学生的传统文化修养，激发学生尊重传统文化、传承中华文明的文化自觉，从而实现专业发展目标。

**（三）教学内容**

本课程对文化遗产的概念、性质和分类，进行系统全面的阐述，并从资源论、价值论、经济分析等三个方面, 构建文化遗产学的基本理论。主要介绍物质文化遗产、非物质文化遗产、自然和文化双重遗产三类重要文化遗产的保护和利用的意义、目的、原则、模式、方法等以及文化遗产相关的法律和政策。

**（四）教学时数**

1、时数：2课时/周，总计：36课时

2、进度：

《文化遗产导论》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 |
| 一 | 导论：文化遗产概述 | 2 |
| 二 | 文化遗产的分类 | 6 |
| 三 | 文化遗产的价值及影响价值评估的主要因素 | 6 |
| 四 | 文化遗产的保护 | 6 |
| 五 | 文化遗产的管理 | 6 |
| 六 | 遗产的呈现与表述 | 6 |
| 七 | 世界主要国家文化遗产管理体制改革的经验和方法 | 4 |
| 合计 |  | 36 |

**（五）教学方式**

主要以“研究型学习”课程教学法为主，采用研究、讨论、讲座等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上经常交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

期末课程论文（60%）或开卷考试（60%）与平时成绩（含讨论、作业等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、理解三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

理解：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，理解占50%。题型一般包括：填空题、名词解释题、简答题、论述题。

**二、本文**

**第一章 导论**

**教学要点：**

1、文化遗产相关概念及现有保护措施

2、保护文化遗产的意义

3、文化遗产的研究任务

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节文化遗产相关概念及现有保护措施（0.5学时）

一、文化遗产学概念

文化遗产学是一门研究文化遗产的界定、分类、价值评估与传承和保护方法的学问。

文化遗产学的视野

1、概念的提出及世界各国的积极响应

2、文化遗产定义解读

三、现有措施

保护；保存；保持；修复；重建；复位

第二节保护文化遗产的意义（0.5学时）

(一) 社会意义：保护文化遗产就是保护文化基因。

(二)经济意义

第三节文化遗产的研究任务（1学时）

1、文化遗产的形成、发展和消亡规律的探索。

2、文化遗产的真实价值及其货币化评价与管理体系的探索。

3、文化遗产管理和经营的科学方式和管理制度的探索。

4、科学的文化遗产政策、法规体系的探索。

**考核要求：**

1、识记遗产的概念、分类和原则，“文化遗产”概念。

2、理解保护文化遗产的意义、文化遗产的研究任务。

**第二章 文化遗产的分类**

**教学要点：**

1、文化遗产的基本特征及分类意义

2、遗产的类别

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节文化遗产的基本特征及分类意义（2学时）

一、基本特征

1、历史性特征

2、艺术性特征

3、科学性特征

4、纪念性特征

二、遗产分类的意义

遗产分类是遗产保护的基础和重要内容；

遗产分类反映了保护者对遗产性质的认识水平；

正确的遗产分类是实施正确保护的前提条件。

第二节遗产的类别（4学时）

一、文化遗产的分类

（一）文化遗产

（二）自然遗产

（三）合理的遗产分类阶元表

1、自然遗产

（1）地学遗产：①地史遗产②地质遗产③地貌遗产

（2）生物遗产：①动物遗产②植物遗产

（3）自然景观

2、文化遗产

（1）物质文化遗产：遗址、建筑及纪念物

（2）非物质文化遗产：产业工艺、风俗节庆、音乐演艺、宗教信仰

（3）文化景观

3、混合遗产

4、列入《世界遗产名录》标准

**考核要求：**

1、了解文化遗产的基本特征及分类意义。

2、理解文化遗产的具体分类。

**第三章 文化遗产的价值及影响价值评估的主要因素**

**教学要点：**

1、文化遗产的价值

2、影响文化遗产价值评估的主要因素

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节文化遗产的价值（4学时）

一、历史价值

二、艺术价值

三、文化价值

四、科学价值

五、教育价值

六、经济价值

第二节影响文化遗产价值评估的主要因素（2学时）

一、遗产的优秀度

二、遗产的跨越度

三、遗产的稀缺度

四、遗产的承载度

五、遗产的原生度

六、遗产的濒危度

七、遗产的知名度

**考核要求：**

1、识记文化遗产的价值。

2、理解影响文化遗产价值评估的主要因素。

**第四章 文化遗产的保护**

**教学要点：**

1、世界主要国家文化遗产保护历程

2、文化遗产的保护原则

3、我国的文化遗产保护现状及特点

4、世界遗产的评选

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节保护历程（1学时）

一、古董与古建筑

二、文化遗产面临的破坏

三、各国保护历程

1、法国

2、英国

3、日本

4、中国

四、国际组织保护遗产宪章

五、世界历史文化遗产保护发展趋势

（一）基本趋势

1、保护对象不断增加。

2、保护内容涵盖更广。

3、保护深度加大。

4、保护方法更加综合化。

第二节文化遗产保护原则（3学时）

一、历史文化遗产保护的原则：真实性原则，完整性原则，延续性原则；

（一）原真性/真实性

（二）原整性／整体性

1、定义

2、完整性保护原则

3、保存遗产完整性认识的历史。

4、遗产保护的完整性要素：遗产空间结构的完整性；遗产历史过程的完整性；

遗产文化结构的完整性；遗产文化背景的完整性；

5、在遗产的“本体保护”与“环境保护”。

6、遗产保护的完整性原则。

（三）可读性

（四）可持续性/延续性保护原则

二、自然遗产的真实性和文化遗产的完整性

（一）关于自然遗产的真实性问题

（二）文化遗产也存在完整性的问题

（三）遗产保护的连续性与可读性

三、遗产保护的基本理念

最少干预原则；可持续干预原则；可识别干预效果原则。

第三节我国的文化遗产保护（1学时）

一、文化遗产保护的现状

（一）特点

1、丰富的遗产：地域辽阔、历史悠久、民族众多。

2、保护任务繁重：数量多、矛盾多。

3、保护技术后继无人：古器物保护技术、文物修复技术、古建筑维修技术。

4、非物质文化遗产保护任务艰巨。

二、物质文化遗产的保护

（一）现状概述

（二）保护理念及保护方式

1、与科学研究相契合，构建物质文化遗产保护技术体系。

2、具全球化的眼光。

3、树立可持续发展理念。

4、在保护方法上，可以通过对物质文化遗产进行考察、记录、分类，构建物质文化遗产保护的法律体系。

三、非物质文化遗产保护原则

（一）现状概述

（二）保护原则

1、非物质文化遗产保护的“有形化”原则。

2、以人为本原则。

3、整体保护原则。

4、活态保护原则。

5、民间事民间办原则。

6、原真性保护原则。

7、保护文化多样性原则。

8、精品保护原则。

9、濒危性保护原则。

10、保护与开发并重原则。

第四节世界遗产的评选（1学时）

1972年，联合国教科文组织大会通过了《保护世界文化和自然遗产公约》

一、世界遗产委员会

1、定义。   

2、主要工作。

二、世界遗产名录 

（一）申报步骤：

1、签署《公约》，成为缔约国。

2、列出一个预备名单。   

3、从预备名单中筛选要列入《世界遗产名录》的遗产。

4、填写提名表，寄给联合国教科文组织世界遗产中心。

5、联合国教科文组织世界遗产中心检查提名是否完全，并送交世界自然保护联盟和国际古迹遗址理事会评审。   

6、专家到现场评估遗产的保护和管理情况。按照文化与自然遗产的标准，世界自然保护联盟和国际古迹遗址理事会对上交的提名进行评审。   

7、世界自然保护联盟和国际古迹遗址理事会提交评估报告。

8、世界遗产委员会主席团的7名成员审查提名评估报告，并向委员会提交推荐名单。 

9、由21名成员组成的委员会最终决定入选、推迟入选或淘汰的名单。

**考核要求：**

1、了解世界主要国家（美国、中国）文化遗产保护历程。

2、理解文化遗产保护原则。

**第五章 文化遗产的管理**

**教学要点：**

1、我国文化遗产管理体制及其发展

2、中国文化遗产体制改革

3、当前我国文化遗产管理中的突出问题

4、我国文化遗产管理体制改革方案

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节文化遗产管理体制（1学时）

一、我国文化遗产管理体制及其发展

（一）文化遗产管理体制结构及其特征

（二）管理制度  
 1、法律法规。

2、具体管理制度：非营利性与营利性相结合

（三）运行机制：资金机制、监督机制和经营体制。

1、资金机制。

2、监督机制。

3、经营机制。

二、中国文化遗产管理体制形成过程

（一）传统管理期（1949-1981）

１、传统管理期遗产管理体系的特点

（１）非营利性的行政管理体系

（２）“保护为主、抢救第一”是整个文物保护管理的指导思想

（３）实施特点

（二）转型过渡期（1982-2002）

1、转型过渡期的特征

（１）转型过渡期基本形态

（２）转型过渡期文化遗产管理的挑战

（３）转型过渡期文化遗产管理理念的创新

2、转型过渡期管理评估  
（１）经济建设、产业发展和遗产保护的矛盾异常突出

（２）遗产管理体制的转型没有定规

（三）完善建设期（2003年至今）

1、完善建设期的管理特征：人本化、法制化、社会化、精细化

第二节中国文化遗产体制改革（1学时）

一、改革动因

二、文化遗产体制的改革模式

第三节当前我国文化遗产管理中的突出问题（2学时）

1、文化遗产的公益功能发挥不足

2、文化遗产的经济功能发挥无序

3、文化遗产的管理矛盾处理乏力

第四节我国文化遗产管理体制改革方案（2学时）  
（一）文化遗产管理体制改革原则：分级管理、主体公益

（二）方案：大整合方案；小整合方案

（1）中央集权管理国家级以上文化遗产

（2）属地分权管理省县（市）级文化遗产。

（三）分类管理：公益业务事业化管理，营利业务市场化经营。

（１）公益业务事业化管理

（２）营利性业务市场化经营

**考核要求：**

1、识记我国文化遗产管理体制的结构及其特征。

2、理解当前我国文化遗产管理中的突出问题。

**第六章 遗产的呈现与表述**

**教学要点：**

1、物质文化遗产

2、非物质文化遗产

3、文化景观

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节物质文化遗产（2学时）

一、概念

二、分类

三、具体表现形式

1、文物

2、建筑群

3、遗址

4、城市文化遗产

（一）城市单体文物保护单位

（二）历史街区

（三）历史文化名城（第三个层次）

1、历史文化名城的类型

（1）故都类历史文化名城

（2）传统风貌类历史文化名城平遥

（3）风景名胜类历史文化名城苏州、敦煌等

（4）民族及地方特色类历史文化名城拉萨、大理

（5）近代革命纪念意义的历史文化名城延安、遵义、南昌

（6）海运交通、边防、手工业等特殊历史文化名城泉州、景德镇、自贡、大同、武威

（7）一般史迹类历史文化名城如省会级地区中心，历史悠久，文化延续性强，但特征不明显。

2、历史文化名城保护内容

一是保护文物古迹和历史地段；

二是保护和延续古城的格局和风貌特色；三是继承和发扬优秀历史文化传统。

（四）、历史文化名镇（村）

第二节非物质文化遗产（2学时）

一、概念的演化

1、非物质遗产 2、口头与无形遗产 3、无形文化遗产

二、定义

三、内涵

1、口头传说和表述，包括作为非物质文化遗产媒介的语言。

2、表演艺术

3、社会风俗、礼仪、节庆

4、有关自然界和宇宙的知识和实践

5、传统的手工艺技能

6、与上述内容相关的文化空间

四、特点

五、非物质文化遗产和物质文化遗产的区别

六、保护意义

第一，是世界文化多样性的生动体现；

第二，是人类创造力的表征，对于非物质文化遗产的保护，体现了对人类创造力的尊重；

第三，是人类可持续发展的重要保障；

第四，是密切人与人之间的关系以及他们相互之间交流和了解的重要渠道。

第三节文化景观（2学时）

一、文化景观的设置缘由

二、文化景观概念的演变

三、文化景观的定义

四、文化景观的类型

1、由人类有意设计和建筑的景观。

2、有机进化的景观。

3、关联性文化景观。

五、文化景观的理解

六、我国文化景观的局限

我国对文化景观的申报焦点和研究力度大多停留在建筑景观和关联性文化景观，对有机进化的景观尤其持续性景观关注不够。

持续性景观更有利于提示，确立世界遗产的宗旨不是为了“凝固”景观而是为了维护其和谐稳定的动态演变的环境。

**考核要求：**

l、识记物质文化遗产的概念、具体分类及特点。

2、识记非物质文化遗产的概念、具体分类及特点。

3、了解文化景观的概念、具体分类及特点。

4、理解美、日、法、瑞士文化遗产保护的模式及特点。

5、了解美、日、法、瑞士文化遗产保护模式对我国文化遗产保护的经验与启示。

**三、参考书目**

1、顾军，苑利著，《文化遗产报告世界文化遗产保护运动的理论与实践》，社会科学文献出版社， 2005年版。

2、马立智编著，《中国的世界文化遗产》，哈尔滨地图出版社, 2005年版。

3、徐嵩龄等编，《文化遗产的保护与经营 中国实践与理论进展》，社会科学文献出版社, 2003年版。

4、牟延林，谭宏，刘壮主编，《非物质文化遗产概论》，北京师范大学出版社, 2010年版。

5、彭兆荣主编，《文化遗产学十讲》，云南教育出版社，2012年版。

6、王晨，王媛，《文化遗产导论》，清华大学出版社，2016年版。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。建议大部分内容的课程在多媒体教室上，用课件进行讲授，增加直观性和生动性。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

西部民族民俗旅游

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程为专业平台任选课程，是旅游管理专业的重要理论课程之一，是研究旅游管理的重要导引性和工具性课程。

**（二）教学目的**

通过对西部民族民俗文化的基本发展脉络的分析和对西部各民族不同文化主要内容的概括介绍，使学生受到良好的民俗文化的熏陶，提高学生的理论素养和知识涵养，同时弘扬了各民族民俗精神，加强学生的爱国主义情操，培养学生的民族自豪感。使学生既可以从宏观方面着眼，了解西部民族丰富文化内涵，研究其较深层次的思想观念、文化及与社会历史发展的关系，也可以从微观方面入手，研究比较具体的民族文化、民俗风情及该民族人类的精神世界、生活情趣、民族信仰之间的关系。同时，培养学生的理论分析能力，研究能力，理论联系实际的能力。通过对西部民族民俗深刻内涵的评析，烘托出西部民族文化现代化和中国民族文化世界化这一时代课题，并能更好地为发展旅游业服务。

**（三）教学内容**

课程系统的介绍了西部各民族民俗文化，融西部民族文化的生成、传承与主要成就介绍及西部民族的精神文化等理论探讨为一体，以西部民族民俗的形成、发展、现状、理论化、融合与演变、民俗特色风情等为大线索展开论述。对西部各民族民俗文化的结构、特征、价值、功能、成就、问题及保护开发模式等问题进行重点讲述。课程教学内容分为15章，包括三部分内容，第一部分对民俗旅游学进行讲述，重点介绍了民族民俗的概念、基本特征、社会功能、起源发展及演变；民俗旅游的概念、特征和功能；西部民俗旅游的发展历程、主要成就、存在问题以及民俗旅游资源的保护与开发。第二部分主要介绍西北民族民俗旅游，分别对西北地区的回族、维吾尔族、蒙古族、哈萨克族、东乡族和土族进行了其物质、精神、社会和语言民俗的剖析。第三部分主要介绍西南民族民俗旅游，即对壮族、苗族、彝族、藏族、侗族及布布依族的物质、精神、社会和语言民俗进行讲述。

**（四）教学时数**

1、时数： 2/周，总计：36课时

2、进度：

《西部民族民俗旅游》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 |
| 一 | 民俗概述 | 3 |
| 二 | 民俗旅游概述 | 3 |
| 三 | 民俗旅游资源的保护与开发 | 2 |
| 四 | 回族民俗旅游 | 2 |
| 五 | 维吾尔族民俗旅游 | 2 |
| 六 | 蒙古族民俗旅游 | 2 |
| 七 | 哈萨克族民俗旅游 | 2 |
| 八 | 东乡族民俗旅游 | 4 |
| 九 | 土族民俗旅游 | 2 |
| 十 | 壮族民俗旅游 | 3 |
| 十一 | 苗族民俗旅游 | 3 |
| 十二 | 彝族民俗旅游 | 2 |
| 十三 | 藏族民俗旅游 | 2 |
| 十四 | 侗族民俗旅游 | 2 |
| 十五 | 布依族民俗旅游 | 2 |
| 合计 | 十五章 | 36 |

**（五）教学方式**

主要采用教授、讨论等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上经常交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：单项选择题、多项选择题、名词解释题、辨析题、简答题、论述题。

**二、本文**

**第一篇民俗旅游学概述**

**第一章民俗概述**

**教学要点：**

1、西部民族民俗旅游课程概述

2、民族民俗概述、基本特征和社会功能

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 民族民俗概述

一、基本概念界定

二、民俗的类别

第二节 民俗的基本特征和社会功能

一、民俗的基本特征

二、民俗的社会功能

第三节 中国民俗的起源、发展和演变

一、远古民俗

二、古代民俗

三、近现代民俗

**考核要求：**

1、识记 民族民俗概述、民俗的类别等基础概念。

2、掌握 民族民俗的类别；中国民俗的起源、发展和演变。

3、运用 了解民族学研究的方法，选定相关题目，进行实际研究。

**第二章 民俗旅游概述**

**教学要点：**

1、民俗旅游的相关概念及构成

2、西部民俗旅游的发展过程

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 民俗旅游的概念、特征和功能

一、民俗旅游的概念

二、民俗旅游的特征

三、民俗旅游的功能

第二节 民俗旅游的构成

一、民俗旅游者

二、民俗旅游业

三、民俗旅游资源

第三节西部民俗旅游

一、西部民俗旅游的发展历程

二、西部民俗旅游的发展成就

三、西部民俗旅游存在的问题

**考核要求：**

1、识记 民俗旅游、民俗旅游者等基础概念。

2、了解 我国各类民俗旅游资源。

3、掌握 民俗旅游的特征；

西部民俗旅游的发展历程，现阶段发展成就及存在问题。

**第三章 民俗旅游资源的保护与开发**

**教学要点：**

1、民俗旅游资源的保护的相关概念

2、民俗旅游资源开发的相关模式

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 民俗旅游资源的保护

一、民俗旅游资源保护的重要性

二、民俗旅游资源保护的困境与悖论

三、民俗旅游资源保护的理论思考

四、民俗旅游资源保护的原则

五、民俗旅游资源保护的方法和措施

第二节 民俗旅游资源的开发

一、民俗旅游资源价值评价

二、民俗旅游产品

三、民俗旅游资源开发模式

**考核要求：**

1、了解 民俗旅游资源保护的重要性；

2、掌握 民俗旅游资源保护的原则；

学习民俗旅游资源价值评价方法；

民俗旅游资源开发模式；

3、运用 结合本章学习内容，在了解民俗旅游资源开发模式及保护的重要性后，试针对西部地区某一民族民俗旅游资源进行保护措施研究。

**第二篇 西北民族民俗旅游**

**第四章 回族民俗旅游**

**教学要点：**

1、了解回族文化发展

2、介绍回族各方面的民俗及与旅游的结合情况

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 回族物质民俗

一、农商兼顾的生产文化

二、饮食文化

三、服饰文化

四、建筑文化

第二节 回族社会民俗

一、主要节庆

二、婚礼习俗

第三节 回族精神民俗

第四节 回族语言民俗

一、回族语言

二、谚语、歇后语

**考核要求：**

1、了解 西北地区民族民俗旅游资源的总体情况。

回族形成和发展的过程。

2、掌握 回族文化特征及民族禁忌；

回族特有节庆活动及庆祝方式。

**第五章 维吾尔族民俗旅游**

**教学要点：**

1、了解维吾尔族文化发展

2、介绍维吾尔族各方面的民俗及文学艺术

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 维吾尔族物质民俗

一、绚丽多彩的服饰文化

二、饮食文化

三、居住文化

四、交通文化

第二节 维吾尔族社会民俗

一、传统节日

二、民间娱乐

第三节 维吾尔族精神民俗

一、宗教信仰

二、音乐艺术

三、民间舞蹈

四、民族乐器

五、工艺美术

第三节 维吾尔族语言民俗

一、充满魅力的民间文学

二、英雄史诗——《乌古斯可汗传》

三、不朽的长诗——《福乐智慧》

**考核要求：**

1、了解 维吾尔族形成和发展的过程。

绚丽多彩的维吾尔族服饰文化。

2、掌握 维吾尔族的民间文学及代表作品；

维吾尔族的民间娱乐活动及代表性民族乐器。

**第六章 蒙古族民俗旅游**

**教学要点：**

1、蒙古族文化发展过程及重要事件

2、介绍蒙古族各方面的民俗及文学艺术

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 蒙古族物质民俗

一、草原文化

二、游牧文化

三、服饰文化

四、饮食文化

五、居住文化—— 蒙古包

第二节 蒙古族社会民俗

一、节日文化

二、民间娱乐

第三节 蒙古族精神民俗

一、宗教信仰

二、宗教行为

三、多姿多彩的音乐艺术

第四节 蒙古族语言民俗

一、祝词•赞词

二、英雄史诗

三、经典典籍

**考核要求：**

1、了解 草原文化及游牧文化的形成过程及精神内涵；

蒙古族的精神民俗及宗教信仰。

2、掌握 蒙古族有代表性的民族英雄史诗及重要代表事件；

蒙古族的经典典籍和对后世的影响。

**第七章哈萨克族民俗旅游**

**教学要点：**

1、了解哈萨克族文化发展

2、介绍哈萨克族传统节日及文学艺术

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 哈萨克族物质民俗

一、逐水草迁徙的游牧文化

二、服饰文化

三、饮食文化

四、居住文化

五、交通文化

第二节 哈萨克族社会民俗

一、节日文化

二、马背上的娱乐和竞技

第三节 哈萨克族精神民俗

一、自然崇拜

二、图腾崇拜

三、宗教信仰

四、艺术文化

第四节 哈萨克族语言民俗

一、神话

二、民间故事

三、民间传说

四、民间叙事诗

**考核要求：**

1、了解 哈萨克族游牧文化的形成过程及精神内涵；

哈萨克族马背上的娱乐和竞技的形式和特点。

2、掌握 哈萨克族自然崇拜和图腾崇拜的形成过程及内涵。

哈萨克族具有特色的民间故事和民间传说。

3、运用 通过哈萨克族逐水草迁徙的游牧文化及蒙古族游牧文化的学习，比较两者文化特性的异同。

**第八章 东乡族民俗旅游**

**教学要点：**

1、了解东乡族发展历史及民俗文化

2、介绍东乡族民间文学及语言特色

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 东乡族物质民俗

一、饮食文化

二、服饰文化

三、建筑文化

四、商贸文化

五、交通文化

第二节 东乡族社会民俗

一、教派与门宦

二、节庆习俗

三、结婚习俗

四、民间娱乐习俗

五、取名习俗

第三节 东乡族精神民俗

一、宗教信仰

二、民间禁忌

三、丰富多彩的民歌艺术

四、富于民族特色的舞蹈

第四节 东乡族语言民俗

一、东乡语言特色

二、民间文学

三、谚语

**考核要求：**

1、了解 甘肃特有少数民族及其特点；

东乡族的饮食文化和服饰文化；

2、掌握 东乡族的教派与门宦、结婚习俗、取名习俗等特殊习俗；

东乡族语言特色、民间文学及谚语。

**第九章 土族民俗旅游**

**教学要点：**

1、了解土族发展历史及民俗文化

2、介绍土族的基本制度及民族活动

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 土族物质民俗

一、服饰文化

二、饮食文化

三、建筑文化

四、交通民俗

1. 土族社会民俗

一、土司制度

二、节日文化

三、神秘的祭祀活动

四、民间娱乐活动

第三节 土族精神民俗

一、宗教体系

二、民族工艺

三、音乐艺术

第四节 土族语言民俗

一、神话

二、民间故事

**考核要求：**

1、了解 土族社会制度的土司制度和神秘的祭祀活动；

2、掌握 土族特有的饮食文化和特殊的建筑风格；

具有特色的土族民间娱乐活动、民族工艺、民间故事。

**第三篇 西南民族民俗旅游**

**第十章 壮族民俗旅游**

**教学要点：**

1、介绍西南民族民俗旅游的基本状况

2、介绍壮族的基本制度及民族活动

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 壮族物质民俗

一、“那”文化

二、据“那”而作的生产文化

三、靠“那”而穿的服饰文化

四、赖“那”而食的饮食文化

五、凭“那”而居的建筑文化

第二节 壮族社会民俗

一、因“那”而乐的节日文化

二、循“那”而起的民间娱乐

第三节 壮族精神民俗

一、源“那”而生的宗教文化

二、伴“那”而创的艺术文化

第四节 壮族语言民俗

一、原始文化的结晶——《布洛陀》体系神话

二、欢快而发达的歌谣文化

三、内容丰富的民间故事和传说

四、特色浓郁的戏曲艺术

**考核要求：**

1、了解 西南主要民族及民俗习惯；

2、掌握 壮族主要宗教信仰及宗教文化；

了解壮族原始文化的结晶——《布洛陀》体系神话，总结壮族文化传播特点。

3、运用 在学习我国西南地区民族民俗基本情况后，力求掌握各民族地区的民俗旅游资源，针对民族地区的民俗旅游开发与保护进行论文撰写

**第十一章 苗族民俗旅游**

**教学要点：**

1、介绍苗族物质民俗

2、介绍苗族丰富的艺术文化

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 苗族物质民俗

一、刀耕火种的农业生产方式

二、纷繁别样的服饰文化

三、饮食文化

四、建筑文化

第二节 苗族社会民俗

一、鼓社、议榔

二、丰富多彩的苗族节日文化

第三节 苗族精神民俗

一、宗教文化

二、苗族歌舞艺术

三、传统手工艺

第四节 苗族语言民俗

一、苗族古歌

二、苗族民间长诗

三、戏剧

四、“嘎百福”曲艺

**考核要求：**

1、掌握 苗族刀耕火种的农业生产方式；

苗族纷繁别样的服饰文化及各年龄层次的服饰文化特点。

苗族丰富多彩的苗族节日文化及在节庆活动中使用的民族乐器。

2、运用 通过西南民族地区民俗文化的学习，总结具有特色的民俗文化表现形式，思考这些民俗活动对于民族文化传播力提升的作用。

**第十二章 彝族民俗旅游**

**教学要点：**

1、介绍彝族物质民俗

2、彝族家支制度等社会民俗

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 彝族物质民俗

一、以农耕为主体的生产习俗

二、形态多样的服饰文化

三、彝家的饮食

四、地域特色鲜明的彝族民居

五、古朴而独特的交通民俗

第二节 彝族社会民俗

一、家支制度

二、彝族家谱与父子连名制

三、母权遗风

四、独具特色的彝族历算

五、丰富多彩的节日盛典

六、民族乡土气息浓烈的民间游戏和竞技

第三节 彝族精神民俗

一、彝族宗教信仰与祭祀

二、彝族工艺美术

三、彝族音乐舞蹈

第四节 彝族语言民俗

一、彝族语言

二、彝族文字

三、彝族民间文学

**考核要求：**

1、了解 彝族以农耕为主体的生产习俗；

彝族形态多样的服饰文化。

2、掌握 彝族的家支制度、家谱与父子连名制和母权遗风的特色文化制度；

彝族传统的宗教信仰与祭祀制度

彝族的语言民俗、彝族文字和具有代表性的彝族民间文学

**第十三章 藏族民俗旅游**

**教学要点：**

1、介绍藏族农牧兼营的生产方式

2、讲解藏族的节日文化

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 藏族物质民俗

一、农牧兼营的生产方式

二、服饰文化

三、饮食文化

四、居住文化

五、畜力交通

六、藏族医药

1. 藏族社会民俗

一、政教合一制度

二、节日文化

三、民间游戏、竞技

第三节 藏族精神民俗

一、宗教文化

二、艺术

第四节 藏族语言民俗

一、创世神话

二、英雄史诗——《格萨尔王传》

三、语言文字

四、《格萨尔王传》说唱

五、藏戏

**考核要求：**

1、了解 藏族的形成及重要发展阶段；

藏族医药的发展过程及主要成就。

2、掌握 藏族的民族信仰，政教合一制度；

藏族丰富的语言民俗，《格萨尔王传》说唱及藏戏等表演形式。

3、运用 通过本章节知识的学习了解藏传佛教的文化内涵及佛教的主要宗派。

**第十四章 侗族民俗旅游**

**教学要点：**

1、介绍侗族侗族社会民俗、民间节庆娱乐

2、讲解侗族语言民俗、侗戏

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 侗族物质民俗

一、侗田三宝，人人夸好

二、杂、酸、欢的饮食习俗

三、银光闪闪的侗族服饰

四、侗家民居

第二节 侗族社会民俗

一、侗族民间社会组织

二、民间节庆娱乐

第三节 侗族精神民俗

一、侗族的民间宗教

二、侗族手工技艺

三、侗族的音乐舞蹈

第四节 侗族语言民俗

一、侗族歌谣

二、侗戏

三、侗族谚语

**考核要求：**

1、了解 侗族物质民俗；

2、掌握 侗族歌谣的代表性作品，思考怎样的歌谣表演形式可以进行旅游展示；

侗族的民间宗教，比较西南地区各少数民族的宗教信仰异同及区域划分。

3、运用 通过本章节知识的学习思考如何保护特有的侗族文化民俗，提升侗族文化民俗传播力。

**第十五章 布依族民俗旅游**

**教学要点：**

1、介绍布依族稻作型的农耕经济

2、讲解布依族精神民俗、音乐舞蹈

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 布依族物质民俗

一、稻作型的农耕经济

二、“男朴女繁”的服饰文化

三、饮食文化

四、以“干栏”楼居为主的住宅建筑

第二节 布依族社会民俗

一、民间传统的社会组织

二、地域特色浓郁的节日文化

第三节 布依族精神民俗

一、宗教文化

二、民族工艺

三、音乐舞蹈

第四节 布依族语言民俗

一、神话与古歌

二、《摩经》

三、曲艺

四、布依族戏曲

**考核要求：**

1、了解 布依族“男朴女繁”的服饰文化；

布依族地域特色浓郁的节日文化。

2、掌握 布依族特有的曲艺形式和布依族戏曲的发展；

3、运用 通过本章节知识的学习思考如何发展独具特色的民俗文化项目，如何才能在旅游产品的开发过程中保证文化的固有特性，提高文化的接受度和传播度。

**三、参考书目**

1、费宏亮，《中国西部民俗风情三部曲》，陕西旅游出版社，1998年。

2、陶立璠，《民俗学概论》，中央民族学院出版社，1997年。

3、林耀华，《民族学通论》，中央民族大学出版社 2004年。

4、高丙中，《民俗文化与民俗生活》，社会科学出版社，2000年。

5、杨圣敏，《中国民族志》，中央民族大学出版社，2003年。

6、何俊芳，《中国少数民族双语研究：历史与现实》，中央民族大学出版社，1998年。

7、郝朴宁，《民族文化传播理论描述》，云南大学出版社，2009年。

8、金炳镐，《民族理论与民族政策》，中央电大出版社，2012年。

9、林惠祥，《文化人类学》，商务印书馆，2011年

10、多杰才旦，《西藏封建农奴制社会形态》，中国藏学出版社，1995年。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

西方文化

**一、说明**

**（一）课程性质**

《西方文化》（WesternCulture）是旅游学院旅游管理专业的必修课。在现代科技迅速发展和世界经济一体化趋势日益明显的新世纪，国际间的文化交流，国家之间和民族之间的文化相互作用日趋加强，文化交流的过程就是参照、吸收和互补的过程。而无论是参照、鉴别还是吸收，都必须建立在对外来文化的真正了解和理解的基础上。其目的和任务旨在通过全面扼要的方式评介西方文化的主要内容，从而提高大学生的综合文化素质。在此基础上，通过引导学生了解西方文化发展大势及各国在具体发展进程中所积累起来的优秀文化成果，进而帮助其真正做到察世界之以往而知其未来、鉴各国之成败而振兴中华。

**（二）教学目的**

本课程的教学目的是使学生了解“西方文化”的内涵；掌握古希腊罗马古典文化；中世纪的宗教文化、文艺复兴、宗教改革和启蒙运动的理性文化；现代社会的多元文化；它们的发生、发展、成就及文化特点。通过本课程的教学，使学生能够掌握西方文化的基本知识，结合中国传统文化知识和西方文化进行比较，让学生在比较中了解文化异同。因此通过学习使学生对西方文化有一个整体的认识，从而提高其文化素养，以适应本世纪的需要，是开设此课的最终目的。

**（三）教学内容**

本课程共二十章的内容所介绍的文化，主要指实物形态的精神成果的总和，如文学、艺术、美学、哲学、科学理论等成果。因此在授课过程中会补充相关的知识，作进一步的阐述。其次“西方文化”既是一个历史文化概念，也是一个地理空间概念，所以在教学中重视结合各民族历史、社会状况，作细致的评述。特别需要强调指出的是，鉴于文化就本质而论归根结底是历史的产物，因此在具体教学过程中将通过对相关历史背景性知识简明扼要的梳理，从而帮助学生对西方文化实质性内涵有所深入性的把握和理会。

**（四）教学时数**

1、时数：2课时/周，总计：36课时

2、进度：详见《西方文化》课程教学进度表

《西方文化》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 |
| 一 | 人类文明曙光、西方文化先声 | 2 |
| 二 | 希伯来文明：信仰生活的构筑者 | 2 |
| 三 | 希腊文明：对人类自身的探索 | 4 |
| 四 | 罗马文明：伟大的借鉴 | 2 |
| 五 | 中世纪：造就欧洲社会和民族的时代 | 2 |
| 六 | 文艺复兴：高扬人和人性的时代 | 2 |
| 七 | 宗教改革：对权威的挑战 | 2 |
| 八 | 巴洛克：文艺的新样式 | 2 |
| 九 | 科学革命、专制主义与议会制：实验的时代 | 2 |
| 十 | 启蒙运动：欧洲理性时代的到来 | 2 |
| 十一 | 将西方送入现代的革命 | 2 |
| 十二 | 民族主义的胜利 | 0 |
| 十三 | 从浪漫到现实 | 2 |
| 十四 | 美国因素——西方的新伙伴 | 2 |
| 十五 | 哲学的新繁荣 | 2 |
| 十六 | 社会主义：从空想到现实 | 0 |
| 十七 | 现代主义大潮 | 2 |
| 十八 | 实验的时代多彩的文学 | 0 |
| 十九 | 从大冲突到大融合 | 2 |
| 二十 | 当代西方文化思潮：在批判中探索 | 2 |
| 合计 | 二十章 | 36 |

**（五）教学方式**

由于本课程是一门知识性较强的课程，因此必须运用多种教学形式组织教学。文字教材应该力求通俗易懂、便于自学；多用一些图表等手段对重点、难点问题进行讲解和说明。教学中还应注意对学生基本技能的训练，以符合应用型人才的培养目标。

主要采用自学、讨论、学生讲解等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的资料、课堂上交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

期末开卷考试或论文（60%）与平时成绩（含讨论、上课提问、作业等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。

本课程在开卷试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：名词解释题、简答题、论述题等。

**二、本文**

**第一章 人类文明的曙光，西方文化的先声**

**教学重点：**近东文明对西方文明的影响。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 两河流域文明：人类文明的摇篮（1学时）

一、历史

1、苏美尔人

2、阿卡德人

3、阿摩利人

4、亚述帝国

5、新巴比伦王国

6、波斯人

7、赫梯人

二、两河流域的文明成就

1、文字

2、宗教

3、文学

4、法律

5、科学

6、艺术

第二节 古埃及文明：绵延持久（0.5学时）

一、历史

二、文明成就

1、文字和文学

2、宗教

3、科学

4、艺术

第三节 近东文明对西方文明的影响（0.5学时）

一、文字与文学

1、文字方面

2、文学方面

二、科学技术

三、宗教

**考核要求：**

1、识记苏美尔人、阿摩利人的文明成就。

2、掌握近东文明对西方文明的影响方面。

3、熟悉近东文明成就。

**第二章 希伯来文明：信仰生活的构筑者**

**教学重点：**犹太教的形成与发展。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 走进历史：卓尔不群（1学时）

一、历史

二、希伯来民族的特点

第二节 文明成就：化成天下（1学时）

一、宗教

1、一神论

2、契约观

3、末世论

4、犹太教典籍

5、犹太教的组织

二、律法

1、核心：摩西十诫（绝对法）

2、律法613条

（1）守安息日

（2）犹太饮食法

3、训诫和禁诫

三、文学

1、圣经

2、次经

3、伪经

4、死海古卷

四、先知和先知思想

五、线性直进的历史观

六、浓缩现代意识的人文主义文明

七、哲学

**考核要求：**

1、识记希伯来人的发展历史。

2、掌握《圣经》。

3、熟悉希伯来文明成就。

**第三章 希腊文明：对人类自身的探索**

**教学要点：**克里特文明、迈锡尼文明、荷马史诗、希腊文学与艺术、希腊悲喜剧代表作。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 历史：由海洋孕育的民族（2学时）

一、米诺斯文明

二、 迈锡尼文明

三、荷马时代（黑暗时代）

四、古风时期

1、斯巴达城邦国

2、雅典城邦国

五、古典时期

六、希腊化时期

第二节 文明成就：典范之作 万世师表（1学时）

一、希腊文字、文学

1、希腊文字

2、文学

二、希腊宗教、艺术

第三节 希腊文明的理性（1学时）

一、对自然的研究

1、对社会与人的研究

2、希腊哲人

3、史学

二、科学

1、天文学

2、物理学

3、数学

4、医学

三、娱乐

**考核要求：**

1、识记希腊的历史、米诺斯文明、迈锡尼文明。

2、掌握希腊理性的含义、希腊戏剧的成就。

3、熟悉希腊著名哲人。

**第四章 罗马文明：伟大的借鉴**

**教学要点：**罗马的历史，法制建设。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 历史：不断进取的民族（0.5学时）

一、王政时期

二、罗马共和国

三、罗马帝国时期

第二节 文明成就：在借鉴与弘扬之间（1学时）

一、罗马政治、法学

1、政治

2、法律

二、罗马文字、文学

1、文字

2、文学

三、罗马建筑、艺术

四、科学

五、早期宗教

第三节 基督教的兴起（0.5学时）

一、罗马宗教

二、基督教

1、基督教出现的背景

2、耶稣基督

3、使徒保罗

4、教义

5、基督教经典

《圣经》

6、基督教神学思想

**考核要求：**

1、识记罗马历史发展时期、哲罗姆、安布罗斯、圣奥古斯丁。

2、掌握罗马法、罗马的政治制度。

3、熟悉罗马文明成就。

**第五章 中世纪：造就欧洲社会和民族的时代**

**教学要点：**经院哲学；封建文学；罗马建筑和哥特式建筑。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 历史：千年的进程（0.5学时）

一、5-10 世纪，西欧封建制度的形成时期

二、11-14 世纪，西欧封建制度的兴盛时期

三、14-15 世纪，西欧封建制度的危机时期

第二节 中世纪的基督教会（0.5学时）

一、中世纪的基督教教会

1、基督教在社会生活和政治活动占据统治地位

2、基督教会的影响

二、日耳曼人的特征

三、骑士制度

第三节 中世纪的文明成就（0.5学时）

一、中世纪语言、文学

1、教会文学

2、英雄史诗

3、骑士文学

4、市民文学

二、神学和哲学

1、格列高利一世

2、阿贝拉尔

3、托马斯·阿奎那

三、议会制度

1、英国

2、法国

四、教育

1、大学的创办

2、巴黎大学

3、剑桥大学

4、牛津大学

五、艺术

1、罗马式艺术

2、哥特式艺术

3、绘画

4、音乐

六、银行

七、科学发明和发现

第四节 拜占庭文明（0.5学时）

一、中世纪的拜占庭帝国

二、拜占庭文明成就

1、政治

2、文化：希腊语

3、宗教：东正教

三、拜占庭帝国存在的意义

1、文化领域

2、政治上

3、宗教上

4、文化艺术上

**考核要求：**

1、识记经院哲学、哥特式建筑、骑士制度。

2、掌握中世纪历史发展的三个时期。

3、熟悉中世纪的神学。

**第六章 文艺复兴：高扬人和人性的时代**

**教学重点：**文艺复兴产生的社会背景；艺复兴运动中的重要思想、艺术家以及重要学派。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 文艺复兴运动（0.5学时）

一、运动的兴起

二、人文精神的发扬

1、人文主义

2、个人主义

3、世俗主义

第二节 意大利的作用与艺术的复兴（0.5学时）

一、文艺复兴在意大利的兴起

二、文艺复兴的开展

（一）方言文学的兴起

（二）代表人物

第三节 文艺复兴在欧洲其他地区的传播（0.5学时）

一、文艺复兴时期的文学

1、阿利盖利·但丁

2、弗兰齐斯科·彼特拉克

3、乔万尼·卜伽丘

4、卢多维科·阿利奥斯托

二、文艺复兴时期的艺术

第四节 地理大发现（0.5学时）

一、地理大发现的概念

二、地理大发现的背景

1、地理大发现的动因

2、地理大发现的条件

三、地理大发现的经过

1、欧洲直通印度新航路的发现

2、哥伦布航抵新大陆

3、麦哲伦的环球航行

4、荷兰、俄国、英国、法国等的探险活动

四、地理大发现的影响

1、世界整体化历史的启动

2、欧洲商业重心的转移从地中海区域转移到大西洋沿岸

3、价格革命

4、开阔了人类的眼界，有利科技进步，也敲响了欧洲封建制度的丧钟

5、殖民征服与殖民地化的开始

五、热点讨论

1、地理大发现与郑和下西洋比较

2、郑和比哥伦布早发现美洲？

**考核要求：**

1、识记人文主义、个人主义、世俗主义等。

2、掌握意大利文艺复兴的背景。

3、熟悉地理大发现的条件。

**第七章 宗教改革：对权威的挑战**

**教学要点：**德国宗教改革和路德新教的建立。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 运动背景（0.5学时）

一、罗马教会的衰落

二、宗教改革的原因

1、民族国家与民族主义的兴起

2、资本主义、商业城市与中产阶级的成长

3、印刷术、教育普及与经院哲学的崩溃

4、商业化、城市化的社会需要新的宗教模式

5、教会的腐败，搜刮和群众不满情绪的增长

第二节 路德改革的出现及其意义（0.5学时）

一、宗教改革运动

二、宗教改革的影响

第三节 宗教改革运动在欧洲其他地区（0.5学时）

一、宗教改革在英国

二、英国国教派

三、宗教改革在瑞士

四、捷克宗教改革——胡司战争

五、新教各派共同点

第四节 罗马教廷的改革（自学）

一、改革的目的

1、改革是全民的期望

2、查理五世拣选亚良德

3、教皇亚得良六世

4、特兰托会议

二、传教活动：罗耀拉

第五节 宗教改革运动的遗产（0.5学时）

一、圣事：只有圣餐礼和洗礼

二、崇拜仪式：反对崇拜圣像和圣物，拒绝天主教的弥撒。

三、组织：废除教阶制，教会实现自我管理。

四、宗教战争：天主教和新教。

五、个人主义的发展。

**考核要求：**

1、识记因信称义、加尔文宗、安立甘宗。

2、掌握宗教改革的原因、英国宗教改革的特点、新教各派共同点。

3、熟悉路德宗的观点。

**第八章 巴洛克：文艺的新样式**

**教学要点：**“巴洛克”的涵义，“洛可可”艺术风格、古典主义艺术风格。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 巴洛克（1学时）

一、巴洛克风格的表现

1、巴洛克在意大利

2、巴洛克在佛兰德斯

3、巴洛克风格在荷兰

二、巴洛克音乐

第二节 洛可可（0.5学时）

一、法国洛可可绘画

二、[英国](http://baike.baidu.com/view/3565.htm" \t "_blank)的绘画

第三节 古典主义（0.5学时）

一、古典主义建筑

二、古典主义绘画

三、古典主义音乐

四、古典主义文学

**考核要求：**

1、识记卡拉瓦乔、贝尼尼、鲁本斯、海顿、莫扎特、贝多芬等人的成就。

2、掌握巴洛克的涵义、洛可可艺术风格、古典主义艺术风格。

3、熟悉巴洛克、洛可可和古典主义重要作品。

**第九章 科学革命、专制主义与议会制：实验的时代**

**教学要点：**科学革命、社会制度的变革发生在欧洲的背景。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 科学革命（1学时）

一、科学发现和理论

1、哥白尼

2、布鲁诺

3、开普勒

4、伽利略

5、牛顿

二、科学革命对西方思想的影响

1、培根

2、笛卡尔

3、斯宾诺莎

第二节 社会制度的实验（1学时）

一、专制主义的法国

二、议会制

**考核要求：**

1、识记哥白尼的《天体运行论》观点、牛顿的成就、开普勒行星运行定律等。

2、掌握科学革命对西方思想的影响、不同社会制度对国家发展的影响。

3、熟悉法国专制制度的形成、英国的议会制。

**第十章 启蒙运动：欧洲理性时代的到来**

**教学要点：**西方近代崇尚的自由、平等、民主等思想内涵。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 运动和背景（0.5学时）

一、启蒙时代的到来

二、运动产生的背景

三、运动概述

第二节 启蒙运动在各国（1学时）

一、英国

1、霍布斯

2、洛克

二、法国

1、伏尔泰

2、孟德斯鸠

3、卢梭

4、狄德罗

三、启蒙运动的影响

1、为资产阶级取得统治地位提供了思想上和理论上的准备

2、共同吹响了法国大革命的号角

3、为法国大革命作了充分的舆论准备

第三节 启蒙时代的文学（0.5学时）

一、英国

1、乔叟

2、托马斯·莫尔

3、莎士比亚

二、法国

1、拉伯雷

2、蒙田

三、德国

1、伊拉斯莫斯

2、罗伊希林

3、冯·胡登

4、丢勒

5、荷尔拜因

6、老勃鲁盖尔

四、其他国家

五、影响

第四节 启蒙运动的遗产（自学）

**考核要求：**

1、识记伏尔泰、卢梭、狄德罗、孟德斯鸠等思想家的思想精髓。

2、掌握启蒙运动的影响、启蒙运动的背景。

3、熟悉启蒙运动的遗产。

**第十一章 将西方送入现代的革命**

**教学要点：**革命的背景，起因，过程和革命遗产。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 美国革命（0.5学时）

一、革命的背景

二、独立战争的进程

1、导火线：1773年波士顿倾茶事件。

2、第一届大陆会议的召开（1774、费城）

3、标志：1775年来克星顿的枪声。   
4、第二届大陆会议的召开（1775费城）

5、萨拉托加大捷——美国独立战争的转折点

6、英美《巴黎和约》   
三、1787年宪法

四、美国革命的遗产

第二节 法国大革命（0.5学时）

一、历史背景

二、革命综述

1、吉伦特派

2、[雅各宾派](http://baike.baidu.com/view/263647.htm" \t "_blank)

三、思想根源

四、革命结局

五、革命影响

1、对国内

2、对世界

六、欧洲各国干涉法国大革命的原因

第三节 工业革命（1学时）

一、工业革命的概念

二、工业革命在英国首先兴起的原因

三、工业革命的影响

四、工业革命的意义

五、工业革命的传播

六、对于工业革命的评价

**考核要求：**

1、识记三次革命的过程。

2、掌握三次革命的性质。

3、熟悉美国革命的遗产、法国革命的遗产、工业革命的影响。

**第十二章 民族主义的胜利**

**教学要点：**“普鲁士道路”使普鲁士承担起统一德国的历史使命。

**教学时数：**

0（自学）

**教学内容：**

第一节 不平静的法国（自学）

第二节 统一德国的出现（自学）

第三节 俄国的崛起（自学）

一、农奴制改革的背景

二、农奴制改革的过程

三、农奴制改革的意义

第四节 欧洲列国（自学）

**考核要求：**

1、识记俄国的崛起。

2、掌握法国制度的建立。

3、熟悉德国的统一。

**第十三章 从浪漫到现实**

**教学要点：**浪漫主义文学在不同国家的发展；现实主义文学、艺术的代表人物和作品。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 浪漫主义（1学时）

一、浪漫主义文学

1、浪漫主义文学产生的背景

2、浪漫主义文学的基本特征

3、浪漫主义文学的发展状况

二、浪漫主义艺术

1、浪漫主义绘画

2、浪漫主义音乐

第二节 现实主义（1学时）

一、现实主义文学

二、现实主义文学的基本特征

1、客观、真实地描绘现实生活

2、批判性、暴露性、改良性

3、塑造典型环境中的典型性格

三、现实主义文学的发展状况

1、法国是批判现实主义的发源地。

2、英国

3、俄国

4、美国

5、其他国家

**考核要求：**

1、识记浪漫主义、现实主义的定义。

2、掌握浪漫主义文学的基本特征、批判现实主义文学的基本特征。

3、熟悉浪漫主义文学产生的背景、现实主义文学的发展状况。

**第十四章 美国因素——西方的新伙伴**

**教学要点：**美国崛起的因素。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 西进运动（0.5学时）

一、运动的主体

二、运动历史背景

三、运动的影响

第二节 南北战争（0.5学时）

一、南北战争的背景

二、南北战争的过程

三、南北战争的结果

第三节 移民社会（自学）

一、移民的原因

二、移民的结果

第四节 走向世界（0.5学时）

一、19世纪末美国重要大事件

1、美西战争

2、“门户开放”政策

二、一战中的美国

三、经济危机

四、二战

第五节 霸主地位（0.5学时）

一、战后美国经济发展为大国

二、美国科研和技术贡献

三、联合国的成立

四、美苏冷战

五、美国经济再次快速发展

**考核要求：**

1、识记西进运动的主体、南北战争的过程。

2、掌握西进运动历史背景、南北战争的背景。

3、熟悉战后美国经济发展为大国。

**第十五章 哲学的新繁荣**

**教学要点：**古典主义哲学。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 19世纪的哲学（1学时）

一、古典主义

1、康德

2、费希特

3、黑格尔

4、费尔巴哈

二、唯意志主义

叔本华的生命意志

三、实证主义

四、马克思主义

1、马克思主义的理论来源

2、唯物的辩证法

第二节 现代哲学思想（1学时）

一、权力意志

尼采的权力意志

二、弗洛伊德主义

三、现象学

四、存在主义

五、结构主义

六、后结构主义和解构主义

**考核要求：**

1、识记主要哲学家的思想。

2、掌握古典哲学产生过程和基本特点、弗洛伊德主义的观点。

3、熟悉现代哲学思想流派。

**第十六章 社会主义：从空想到科学**

**教学要点：**社会主义思潮的产生，空想社会主义的代表。

**教学时数：**

0（自学）

**教学内容：**

第一节 社会主义思潮的产生（自学）

一、社会主义产生的社会根源

1、法国大革命

2、工业革命

3、周期性的经济危机

二、社会主义思潮的思想根源

1、古代大同思想的胚芽

2、乌托邦思想

3、平均社会主义

三、空想社会主义

1、圣西门

2、傅立叶

3、欧文

第二节 科学社会主义的创立（自学）

一、科学社会主义理论的创立

1、德国古典哲学

2、英国古典经济学

3、法国空想社会主义

二、共产主义同盟与《共产党宣言》

1、共产主义者同盟

2、《共产党宣言》

三、马克思主义诞生的社会历史条件

1、科学社会主义诞生的社会背景和阶级基础

2、近代欧洲工人运动的发展呼唤新的社会主义理论

第三节 社会主义思想的遗产（自学）

一、对经济力量的强调，开阔了历史学家的思路

二、阶级斗争学说，为社会科学分析家分析社会提供了新的工具

三、对西方劳动人民争取自由、社会平等、自身条件的改善起到了积极的作用

四、社会主义制度的实践，丰富了人们的认识

**考核要求：**

1、识记乌托邦思想、圣西门、傅立叶、欧文。

2、掌握社会主义产生的社会根源、科学社会主义理论的创立。

3、熟悉马克思主义诞生的社会历史条件。

**第十七章 现代主义大潮**

**教学要点：** 现代派艺术的发展及流派。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 现代主义出现的背景（1学时）

一、社会、宗教方面

二、哲学思想家

三、科学危机

四、承上启下的罗丹

五、蒙克

第二节 现代主义流派（1学时）

一、印象派

1、埃德加·德加

2、奥古斯特·雷诺阿

3、克洛德·莫奈

4、爱德华·马奈

5、后印象派（塞尚、高更、梵高）

二、野兽派

1、马蒂斯

2、鲁奥

3、布拉曼克

4、杜菲

5、特朗

三、立体派

1、毕加索

2、勒泽

3、布拉克

4、格莱士

四、表现主义

1、诺尔德

2、基希纳

3、恩斯特

4、勋柏格（音乐）

5、韦勃恩（音乐）

五、达达派

1、杜尚

六、超现实主义派

1、米罗·恩斯特

2、伊夫·唐吉

**考核要求：**

1、识记罗丹、蒙克、莫奈、马奈、马蒂斯、毕加索、杜尚等艺术家的作品特色。

2、掌握现代主义出现的背景、立体派的特点。

3、熟悉现代派艺术的主要流派。

**第十八章 实验的时代 多彩的文学**

**教学要点：**各国文学作家及代表作。

**教学时数：**

0（自学**）**

**教学内容：**

第一节 英国文学

一、19世纪是英国小说的黄金时代

二、20世纪初，对现实主义的沿袭

三、现代主义文学

1、劳伦斯

2、伍尔夫

3、乔伊斯

4、艾略特

四、战后英国小说

1、20世纪60年代

2、20世纪80、90年代

五、戏剧

1、19世纪末，英国迎来戏剧的复兴

2、战后戏剧

六、诗歌

1、托马斯

2、运动派

第二节 美国文学

一、现实主义

二、现代主义

三、战后文学

1、南方文学

2、黑人新作家

3、犹太裔作家

4、诗歌派别

5、戏剧

6、华裔美国文学

第三节 法国文学

一、意识流小说

二、超现实主义

三、存在主义

四、新小说

五、荒诞派戏剧

六、原样派

第四节 德国文学

一、现代主义

二、流亡文学

三、两德文学

四、转折文学

第五节 俄罗斯文学

一、勃洛克

二、福尔曼诺夫

三、绥拉菲莫维奇

四、法捷耶夫

五、高尔基

六、阿.托尔斯泰

七、肖洛霍夫

八、爱伦堡

九、帕斯捷儿纳克

十、索尔仁尼琴

十一、艾特玛托夫

**考核要求：**

1、识记劳伦斯、伍尔夫、华裔美国文学等。

2、掌握现代英国文学的发展特点、法国意识流小说、德国文学的现代主义。

3、熟悉美国现代文学发展轨迹。

**第十九章 从大冲突到大融合**

**教学要点：**爱因斯坦的相对论，东西对立。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 暴力冲突（0.5学时）

一、第一次世界大战

二、迫害犹太人

三、第二次世界大战

第二节 东西对立（0.5学时）

一、十月革命

二、北大西洋公约组织

第三节 走向融合（0.5学时）

一、马歇尔计划

二、罗马公约

三、欧盟的建立

四、走向融合的原因

第四节 科学与技术（0.5学时）

一、西方的科学和技术的高度发展

二、西方的科学和技术高度发展的原因

**考核要求：**

1、识记马歇尔计划、北大西洋公约组织、欧盟。

2、掌握西方文明如何从暴力冲突走向融合。

3、熟悉西方文明走向融合的原因。

**第二十章 当代西方文化思潮：在批判中探索**

**教学要点：**科学技术的发展及其对人们世界观的影响。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 自我反思（0.5学时）

一、精英文化与大众文化渗透

二、消费文化

三、西方文化的内在矛盾

四、西方大众文化渗透

第二节 新左派与后现代（0.5学时）

一、新左派

二、后现代主义

第三节 西方价值观的再思考（0.5学时）

一、西方文化思想新变化

二、世界政治版图的改写

三、西方人过度乐观的情绪

第四节 新世纪的挑战（0.5学时）

一、西方文化面临新挑战

二、他者文化与西方文化的冲突

**考核要求：**

1、识记新左派、后现代主义。

2、掌握本世纪西方文化思想新变化。

3、熟悉西方文化面临的新挑战

**三、参考书目**

1、徐新，《西方文化史》，北京大学出版社，2014年。

2、孟节省、林雪原，《西方文化漫谈》，红旗出版社，2002年。

3、沈之兴、张幼香，《西方文化史》，中山大学出版社，2002年。

4、启良，《西方文化概论》，花城出版社，2000年。

5、汤因比，《历史研究》，上海人民出版社，2010年。

6、马克尧，《世界文明史》上下册，第二版，北京大学出版社，2016年。

7、吴于廑、齐世荣，《世界史（六卷）》，高等教育出版社,2011年。

8、米辰峰，《世界古代史》，人民大学出版社，2001年。

9、兹拉特科夫斯卡雅（苏）， 陈筠等译，《欧洲文化的起源》，三联书店，1984年。

10、董小燕，《西方文明史纲》，浙江大学出版社，2001年。

11、高福进，《西方文化史论》，上海交通大学出版社，2001年。

12、林太、张毛毛编译，《犹太人与世界文化》，上海三汇书店 1993年版。

13、伍蠡甫主编，《西方文论选（上下卷）》，上海译文出版社，1988年。

14、王以欣，《寻找迷宫—神话、考古与米诺文明》，天津人民出版社，2000年。

15、晏绍祥、杨巨平，《走进古希腊文明》，民主与建设出版社，2001年。

16、李天祐，《古代希腊史》，兰州大学出版社，1991年。

17、汉斯· 克里斯蒂安·胡夫（德）主编，《发现米诺斯王国》，中国社会出版社，2000年。

18、米辰峰，《世界古代史》，人民大学出版社，2001年。

19、王鑫、《罗马文明》，[北京出版社](http://www.360buy.com/publish/北京出版社_1.html" \t "_blank)，2008年。

20、爱德华·吉本（英），《罗马帝国的衰退和灭亡》，吉林出版集团，2008年。

21、赵林、《西方宗教文化》，长江文艺出版社，1997年。

22、阿尔伯特·甘霖（美），《基督教与西方文化（英汉对照》），北京大学出版社，2005、1。

23、麦格拉思（英），《宗教改革运动思潮》，中国社会科学出版社，2009年。

24、罗伯逊（英），宋桂煌译，《基督教的起源》，三联书店，1987年。

25、克雷维利夫等（苏），《宗教史》，中国社科院出版社，1984年。

26、朱维之主编，《外国文学简编（欧美部分）第六版》，中国人民大学出版社，2011年。

27、王恩铭，《当代美国社会与文化》，上海外语教育出版社，1997年。

28、全增嘏主编，《西方哲学史》，上海人民出版社，1983年版。

29、钱乘旦等，《世界现代化进程》，南京大学出版社，1997年。

30、杨周翰主编，《欧洲文学史》，人民文学出版社，1983年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

大部分内容的课程在多媒体教室上，用课件进行讲授，增加直观性和生动性。本课程采用讲授与学生自学相结合的教学方式，在讲授教学中，要将系统讲授与重点、难点讲授相结合，力求通过形象化的教学使学生对所学内容加深理解。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游市场营销学

**一、说明**

《旅游市场营销学》是旅游管理专业的一门重要专业必修课程，是国家教育部指定的旅游管理专业学位课程之一。它作为旅游企业开展市场营销的理论依据，随着旅游业的发展而得到广泛的关注和研究。 旅游业是一项特殊的服务行业，旅游产品是一种特殊的商品，它既包含有形的产品，又包含大量的无形服务。这种产品在时空上具有相当特殊的特征，它既不可存储，留待以后出售，也不可以转移，搬运到另一个地方出售，它具有生产和消费同步的特征，同时具有季节性。因此，旅游市场营销与一般市场营销相比有着自己的特殊规律。本课程旨在通过对旅游市场营销的系统学习，使学生树立正确的的营销理念、掌握实用的旅游营销手段与方法，具备旅游市场营销方案制订能力，为旅游类相关行业的产品服务开发与调整、市场调研以及促销、沟通工作打下必要的任职基础。该课程是后续岗位实践开展的基础铺垫。在课程设计时，应考虑与这些课程的配合问题。

**（一）课程性质**

《旅游市场营销学》是西北师范大学旅游管理专业一门重要的专业必修课。该课程在于使学生掌握旅游市场营销学的重要性。旅游市场营销学是20世纪60年代以后新发展起来的一门学科，是市场营销学理论在旅游经济领域中的应用。本课程立足于适应21世纪对旅游管理人才培养的需要，鉴于对专业课程以及学生整体水平的综合考虑，本课程设计走项目化基础旅游市场营销路线，即从培养旅游营销理念入手，打破以知识传授为主要特征的传统学科模式，以旅游营销计划制订的工作顺序为逻辑主轴组织教学过程，将旅游市场营销环境分析、旅游消费者购买行为分析、旅游市场营销调研、旅游目标市场决策、旅游产品策略、旅游价格策略、旅游渠道策略、旅游促销沟通策略串联起来，灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、启发引导、多媒体等教学方法，形成项目引导、行业支持、融“教、学、做”为一体的课程特色。突出对旅游业从业学生的市场观念、竞争意识、创新意识、实践意识的培养，提高学生运用市场营销学的基本理论、基本原理、基本方法去发现问题、提出问题、分析问题和解决问题的能力。

**(二)教学目的**

1、正确认识课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对旅游营销学有一个整体的认识。

2、牢固树立以顾客需要为中心的市场营销观念，并以此观念为指导研究和解决旅游营销的理论和实际问题。

3、掌握学科的基本概念、基本原理和基本方法。

4、紧密联系实际，学会分析案例，解决实际问题，把学科理论的学习融入对旅游活动实践的研究和认识之中，切实提高分析问题、解决问题的能力。真正掌握课程的核心内容，为旅游企业经济效益的提高服务，为社会主义市场经济体制的建立和完善做出贡献。

**（三）教学内容：**

具体分布见（四）教学时数里的下表

**（四）教学时数：**

总学时：36学时

本大纲适用于旅游管理专业。总学时数为36节，总学分：2学分。其中授课学时为32节，学生实践为4节。具体分布见下表：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 课程总学时数 | 36 | |
| 章节 | 教学时数 | 备注 |
| 1. 绪论 | 6 |  |
| 1. 旅游营销环境分析 | 6 |  |
| 1. 旅游调查研究与预测 | 0 | 自学，开设此课 |
| 1. 旅游细分与目标市场选择 | 5 |  |
| 1. 旅游营销战略 | 4 |  |
| 1. 旅游产品策略 | 5 |  |
| 1. 旅游产品定价策略 | 4 |  |
| 1. 旅游产品营销渠道选择 | 3 |  |
| 1. 旅游促销策略 | 3 |  |

1. **教学方式**

《旅游市场营销学》它是一门理论性和实践性都非常强的课程，把这门课程上好，并且使同学们学好，就必须采取多种教学方法与手段来提升该门课程的学习兴趣。因此在教学方法上，把教师主讲、课堂讨论、课外搜集、社会调查等结合起来，以促进教学氛围的提升；而教学手段上，应利用PowerPoint 多媒体系统，制作形象易懂，图文并茂的多媒体教学课件进行教学。把教学方法和教学手段得以创新和提升，以充分发挥教师主导和学生主体作用，从而促进了教与学的互动性，使学生们能够深深的掌握旅游市场营销学的基本和基础理论知识，同时又加深了学生对中国旅游企业市场营销实际的认识，以提高学生们的实践操作能力。

**（六）考核方式**

期末闭卷考试（60%）与平时成绩（含讨论、期中论文、实践：通过研究实例，编写一份创业计划书等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：单项选择题、多项选择题、名词解释题、辨析题、简答题、论述题、实务题，案例分析题。

**二、本文**

**第一章 绪论**

**教学要点：**

1、教学目标：正确理解市场与市场营销的概念，了解市场营销学研究的对象和内容、发展演变的历史过程等基本知识，掌握旅游的性质、规律和旅游消费特点等知识，熟悉旅游营销学的方法。

2、教学难点：市场营销的基本概念、关键术语极其本质

3、关键术语：

市场

市场营销

市场营销学

旅游市场营销学

网络营销

文化营销

关系营销

绿色营销

服务营销

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

**第一节 市场营销与旅游营销（2学时）**

一、市场营销及其相关概念

二、旅游营销

**第二节 旅游营销学及其内容体系（2学时）**

一、旅游消费特点

二、旅游营销特征

三、《旅游营销学》的发展历程

**第三节 旅游营销学的发展（2学时）**

一、传统营销理论的发展

二、旅游营销新理念

**考核要求：**

1. 识记**：**旅游市场营销的基本概念、关键术语极其本质
2. 掌握：旅游市场的性质、规律旅游消费特点等知识
3. 应用：熟悉旅游市场营销管理的方法。

4、了解：市场营销学及旅游营销管理研究的对象和内容、发展演变的历史过程等基本知识，

**第二章 旅游营销环境分析**

**教学要点：**

1、教学目标：认识旅游营销环境的特点；掌握政治、法律等宏观环境和竞争者等微观环境对旅游企业市场营销的影响；掌握评价旅游营销环境的方法；初步具备分析旅游营销环境，充分利用环境机会，有效化解环境威胁，增强旅游营销战略、营销策略与环境适应性的能力。

2、本章难点:旅游营销环境分析的意义 SWOT分析方法 旅游竞争者分析。

3、关键术语

市场营销环境

宏观环境

微观环境

消费者

中间商

公众

机会

风险

SWOT分析方法

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

**第一节 旅游营销宏观环境分析（3学时）**

一、政治法律因素

二、文化因素

三、社会因素

四、经济因素

五、人口、地理因素

六、技术环境

**第二节 旅游微观环境分析（2学时）**

一、购买者对企业营销活动的影响

二、中间商对旅游业经营活动的影响

三、竞争者对企业经营活动的影响

四、公众对企业经营活动的影响

**第三节 旅游营销机会-风险分析（1学时）**

一、机会与风险

二、机会-风险分析

**考核要求：**

1. 识记**：**旅游市场营销环境的基本概念、关键术语、旅游市场营销环境的特点
2. 掌握：政治、法律等宏观环境和竞争者等微观环境对旅游企业市场营销的影响；评价旅游市场营销环境的方法；

3、应用：初步具备分析旅游市场营销环境，充分利用SWOT分析方法， 旅游竞争者分析法，有效化解环境威胁，增强旅游市场营销战略、营销策略与环境适应性的能力。

**第三章 旅游调查研究与预测**

**教学要点：**

1、教学目标：了解旅游消费行为的类型及影响旅游消费者旅游决策的因素；熟悉旅游消费者旅游决策分析过程；了解旅游调查的基本内容；掌握旅游调查的程序和方法；了解旅游预测的方法；掌握旅游调查的文案设计内容与技巧，并能够撰写调查报告。

2、本章难点：旅游预测的方法及调查报告的撰写

3、关键术语

调查报告

营销调查

旅游预测

**教学时数：**

0学时

**教学内容：**

**第一节 旅游消费需求分析（0学时）**

一、旅游消费行为的类型

二、旅游消费者决策分析

三、影响旅游消费者旅游决策的因素

**第二节 旅游调查（0学时）**

一、旅游调查意义

二、旅游调查的类型

三、旅游调查的基本内容

四、旅游调查的程序

五、旅游调查的方法

**第三节 旅游预测（0学时）**

一、旅游预测的分类与步骤

二、旅游预测的方法

**第四节 旅游调查的文案设计（0学时）**

一、调查问卷的设计构思

二、调查问卷的内容

三、调查问卷的设计技巧

四、调查报告的撰写格式

**考核要求：**

1. 识记：关键术语，
2. 掌握：旅游消费行为的类型及影响旅游消费者旅游决策的因素；熟悉掌握旅游消费者决策分析过程；旅游市场调查的程序和方法。
3. 应用：旅游市场调查的文案设计内容与技巧，并能够撰写调查及预测报告。
4. 了解：旅游市场调查的基本内容；旅游市场预测的方法

**第四章 旅游细分与目标市场选择**

**教学要点：**

1、教学目标：清楚阐述旅游细分的概念与原则，掌握旅游细分的方法和程序，掌握如何选择目标市场，掌握进入旅游的三个主要营销策略，熟悉目标市场策略选择的条件。

2、本章难点：旅游细分的标准和方法 目标市场策略选择

3、关键术语

市场细分

地理区域变量

人口统计变量

心理变量

行为变量

单变量细分法

多变量细分法

目标市场

差异市场营销

集中市场营销

市场定位

**教学时数：**

5学时

**教学内容：**

**第一节 旅游细分（2学时）**

一、旅游细分的概念

二、旅游细分的原则

三、旅游细分的程序

四、细分市场的方法

五、细分市场的作用

**第二节 旅游目标市场选定（2学时）**

一、评估细分市场

二、选择细分市场

三、评估和选择细分市场的其他因素

**第三节 市场定位（1学时）**

一、市场定位的概念

二、开发定位策略

**考核要求：**

1、识记：关键术语

2、掌握：旅游市场细分的原则、方法和程序，掌握如何选择目标市场，掌握进入旅游市场的三个主要营销策略，熟悉目标市场策略选择的条件及影响因素。

3、应用：学会市场细分的标准和方法， 目标市场策略选择及市场定位方法。

4、了解：旅游市场细分的分类，市场细分、目标市场及市场定位之间的联系与区别。

**第五章 旅游营销战略**

**教学要点：**

1、教学目标：清晰阐述战略、密集性增长、一体化增长、多角化增长、市场主导者、市场利基者、市场挑战者、市场跟随着、旅游营销组合的基本概念，熟悉旅游增长战略、旅游竞争战略、旅游营销组合战略。

2、本章难点：旅游增长战略 旅游竞争战略 旅游营销组合战略

3、关键术语

旅游营销战略

旅游定位

旅游产品一市场战略

旅游竞争战略

旅游营销组合

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

**第一节 旅游营销战略概述（0、5学时）**

一、旅游营销战略的概念

二、旅游营销战略的特点和意义

**第二节 旅游产品-市场战略（1学时）**

一、产品-市场战略矩阵

二、市场战略

**第三节 旅游竞争战略（1、5学时）**

一、竞争者分析

二、市场主导者战略

三、市场挑战者营销战略

四、市场跟随者战略

五、市场利基者战略

**第四节 旅游营销组合战略（1学时）**

一、旅游营销组合的概念

二、旅游营销组合因素

三、旅游营销组合战略

**考核要求：**

1、识记：关键术语

2、掌握：密集性增长、一体化增长、多角化增长、市场主导者、市场利基者、市场挑战者、市场跟随着、市场营销组合的战略。

3、应用：旅游产品-市场战略、 旅游市场竞争战略、 旅游市场营销组合战略是运用。

4、了解：旅游市场营销战略的特点和意义，旅游营销组合因素。

**第六章 旅游产品策略**

**教学要点：**

**1、**教学目标**：**了解旅游产品的整体概念和特点；熟悉旅游产品的类型；掌握旅游产品生命周期理论，重点掌握旅游产品生命周期不同阶段的营销策略；熟悉新产品开发过程及注意的问题；了解产品组合概念并熟悉旅游产品组合策略。

**2**、本章难点： 旅游产品生命周期不同阶段的营销策略及旅游产品组合策略

3、关键术语

旅游产品

旅游产品六要素

旅游产品质量

旅游产品生命周期

渗透策略

撇取策略

旅游产品战略转移

旅游新产品

旅游产品商标

旅游产品组合

**教学时数：**

5学时

**教学内容：**

**第一节 旅游产品概述（1学时）**

一、旅游产品的概念及内容

二、旅游产品的特点

三、旅游产品体系

**第二节 旅游产品生命周期策略（1、5学时）**

一、旅游产品生命周期理论

二、旅游产品生命周期各阶段的营销策略

三、产品生命周期的战略转移

**第三节 旅游新产品开发策略（1、5学时）**

一、我国旅游产品的现状

二、现代旅游产品的发展趋势

三、旅游新产品的开发

四、旅游产品的升级换代

**第四节 旅游产品商标策略（1学时）**

一、商标的概念及其构成

二、商标的种类

三、旅游产品商标策略

**考核要求：**

1、识记：关键术语

2、掌握：旅游产品的类型；旅游产品生命周期理论，重点掌握旅游产品生命周期不同阶段的营销策略，熟悉新产品开发过程及注意的问题；

3、应用：旅游产品生命周期不同阶段的营销策略、新产品策略、品牌、商标及产品组合策略

4、了解：旅游产品的整体概念和特点；产品组合概念并熟悉旅游产品组合策略

**第七章 旅游产品定价策略**

**教学要点：**

1、学习目标：全面了解旅游产品价格影响因素、定价目标、价格制定过程、价格制定策略、价格调整策略等内容，比较熟练地掌握定价的方法，充分认识并能灵活运用定价方法。

2、本章难点：旅游产品定价影响因素 成本导向定价法 心理定价法策略

3、关键术语：

旅游产品定价目标

旅游产品定价的步骤

旅游产品差价体系

旅游产品定价方法与技巧

成本导向定价法

需求导向定价法

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

**第一节 制定价格（2学时）**

一、价格的概念

二、影响旅游产品定价的因素

三、旅游产品定价目标及步骤

**第二节 旅游产品定价的方法及策略（2学时）**

一、旅游产品定价的方法

二、旅游产品定价的策略

**考核要求：**

1、识记：关键术语

2、掌握：旅游产品定价影响因素及运用定价方法、价格制定策略

3、应用：认识并能灵活运用定价方法及价格制定策略。

4、了解：了解旅游定价目标、价格制定过程等内容。

**第八章 旅游产品营销渠道选择**

**教学要点：**

1、学习目标：全面理解旅游产品销售渠道的基本概念、作用、形式，掌握旅游产品销售渠道的策略与实施，熟悉旅游中间商及其职能。

2、本章难点：旅游产品销售渠道的概念 产品销售渠道的策略的实施

3、关键术语：

营销渠道

直接渠道

间接渠道

宽渠道

窄渠道

单渠道

多渠道

长渠道

短渠道

中间商

营销渠道策略

营销渠道管理

营销渠道冲突

整合市场营销渠道

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

**第一节 旅游产品营销渠道的类型（1学时）**

一、旅游产品营销渠道的概念及其产生发展

二、旅游产品营销渠道的类型

三、旅游产品营销渠道的特征

四、旅游产品营销渠道的作用

**第二节 旅游中间商（1学时）**

一、旅游中间商的类型

二、旅游中间商的功能

三、选择旅游中间商的原则

**第三节 旅游产品营销渠道策略（1学时）**

一、良好的旅游产品营销渠道的特征

二、旅游产品营销渠道形式的决策和策略

**考核要求：**

1、识记：关键术语

2、掌握：旅游产品销售渠道的策略与实施，熟悉旅游中间商及其职能，旅游产品营销渠道的特征及营销渠道的发展趋势

3、应用：学会旅游营销渠道的冲突及旅游产品营销渠道形式的决策和策略

4、了解：销售渠道的作用、形式、中间商及其职能。

**第九章 旅游促销策略**

**教学要点**

**1、**学习目标：全面理解旅游促销的基本概念作用，掌握旅游促销组合的策略与实施，熟悉旅游促销方式，了解各种旅游促销方式的运作。

**2、**教学难点**：**旅游促销组合策略 旅游广告媒介的选择 旅游公关的调查、策划、计划和实施旅游营业推广活动的策划 旅游人员推销技术

**3、**关键术语：

旅游促销

信息不对称

组合策略

人员推销

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

**第一节 旅游促销策略（1学时）**

一、旅游促销的概念与作用

二、旅游促销组合策略的评价

三、旅游促销组合策略的制定

**第二节 旅游广告（0、5学时）**

一、旅游广告概述

二、旅游广告目标与预算决策

三、旅游广告信息决策

四、旅游广告媒体决策与效果评价

**第三节 旅游营业推广（1学时）**

一、营业推广特征和作用

二、旅游营业推广策划过程

三、推广方式

**第四节 旅游人员推销（0、5学时）**

一、旅游人员推销的特点

二、旅游人员推销的基本形式

三、旅游人员推销的原则与过程

**第五节旅游公共关系（0学时，开设此课）**

一、旅游公共关系的概念与作用

二、旅游公共关系的方式

三、旅游公共关系决策

四、旅游公共关系要注意的问题

**考核要求：**

1、识记：关键术语

2、掌握：旅游促销组合的策略与实施，熟悉旅游促销方式及各种方式的优缺点。

3、应用：学会旅游促销组合策略、旅游广告媒介的选择、 旅游公关的调查和策划、计划和实施旅游营业推广活动的策划、员推销技术的运用。

4、了解：旅游促销的作用及各种旅游促销方式的运作。

**三、参考书目**

教材：赵西萍主编,《旅游市场营销学》,高等教育出版社,2002年8月第一版，2012年3月。

参考书：

1、[刘明广](http://search.dangdang.com/?key2=%C1%F5%C3%F7%B9%E3&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)主编，《旅游与旅游业市场营销学》，[经济管理出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%BE%AD%BC%C3%B9%DC%C0%ED%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，2014年07月 第一版。

2、ROBERT C、LEWIS,《旅游市场营销和管理案例》大连理工大学出版社，2013 年（第二版）。

3、菲利普、科特勒，《旅游市场营销》，东北财经大学出版社，2004年第一版。

4、阿里斯塔、莫里森，《旅游服务营销》电子工业出版社，2012年（第三版）。

5、维拉斯、贝克勒，《旅游业市场营销》，中国三峡出版社，2006年第一版

6、刘德光主编，《旅游市场营销学》， 旅游教育出版社，2010年5月。

7、余锋 主编，《旅游市场营销学》， 中国商业出版社，2013年3月。

8、李天元主译，《饭店与旅游服务业市场营销》，中国旅游出版社，2012年1月。

[9、钱炜 《饭店营销学 》，旅游教育出版社，2011年10月。](http://search.dangdang.com/?key2=%CD%F5%B3%C9%BB%DB&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)

[10、赵伟丽，《旅游市场营销》，北京大学出版社，2011年7月1日。](http://search.dangdang.com/?key2=%CD%F5%B3%C9%BB%DB&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)

[11、](http://search.dangdang.com/?key2=%CD%F5%B3%C9%BB%DB&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)[赵晓燕](http://e.dangdang.com/newsearchresult_page.html?keyword=%E8%B5%B5%E6%99%93%E7%87%95" \t "http://e.dangdang.com/products/_blank)[，《饭店市场营销实务》，](http://search.dangdang.com/?key2=%CD%F5%B3%C9%BB%DB&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)[北京航空航天大学出版社](http://e.dangdang.com/newsearchresult_page.html?keyword=%E5%8C%97%E4%BA%AC%E8%88%AA%E7%A9%BA%E8%88%AA%E5%A4%A9%E5%A4%A7%E5%AD%A6%E5%87%BA%E7%89%88%E7%A4%BE" \t "http://e.dangdang.com/products/_blank)[，2010年07月。](http://search.dangdang.com/?key2=%CD%F5%B3%C9%BB%DB&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)

[12、王成慧](http://search.dangdang.com/?key2=%CD%F5%B3%C9%BB%DB&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，《旅游营销案例》，[南开大学出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%C4%CF%BF%AA%B4%F3%D1%A7%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，2016年07月。

13、王文君著， 《饭店市场营销原理与案例研究》， 中国旅游出版社，2011年。

14、[安贺新](http://search.dangdang.com/?key2=%B0%B2%BA%D8%D0%C2&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)等，《旅游企业体验营销案例评析》，[化学工业出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%BB%AF%D1%A7%B9%A4%D2%B5%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，2014年05月。

15、[安贺新](http://search.dangdang.com/?key2=%B0%B2%BA%D8%D0%C2&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank) 主编《服务营销管理》，[化学工业出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%BB%AF%D1%A7%B9%A4%D2%B5%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，2011年06月。

16、[安贺新](http://search.dangdang.com/?key2=%B0%B2%BA%D8%D0%C2&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)主编，《销售管理实务》，[清华大学出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%C7%E5%BB%AA%B4%F3%D1%A7%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，2009年09月。

17、[安贺新](http://search.dangdang.com/?key2=%B0%B2%BA%D8%D0%C2&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)主编，[邢丽娟](http://search.dangdang.com/?key2=%D0%CF%C0%F6%BE%EA&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)副主编《服务营销实务》，[清华大学出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%C7%E5%BB%AA%B4%F3%D1%A7%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，2011年01月（第2版）。

18、 [安贺新](http://search.dangdang.com/?key2=%B0%B2%BA%D8%D0%C2&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)、[史锦华](http://search.dangdang.com/?key2=%CA%B7%BD%F5%BB%AA&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)、[韩玉芬](http://search.dangdang.com/?key2=%BA%AB%D3%F1%B7%D2&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，《旅游市场营销学》，[清华大学出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%C7%E5%BB%AA%B4%F3%D1%A7%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，2016年02月。

19、[刘晓琳](http://search.dangdang.com/?key2=%C1%F5%CF%FE%C1%D5&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank),[曲春蕾](http://search.dangdang.com/?key2=%C7%FA%B4%BA%C0%D9&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，《旅游市场营销》[中国旅游出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%D6%D0%B9%FA%C2%C3%D3%CE%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)出版时间，:2012年10月。

20、[基根](http://search.dangdang.com/?key2=%BB%F9%B8%F9&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank) 等译，《全球营销学》（第4版）（工商管理经典译丛·国际化管理系列），

[中国人民大学出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%D6%D0%B9%FA%C8%CB%C3%F1%B4%F3%D1%A7%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，2009年10月。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。用课件进行讲授，增加直观性和生动性。同时采用营销策划方案设计、案例式教学、情景教学法、拓展式作业巩固教学法、项目导向式教学、小组讨论式教学等方法。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

中国通史

**一、说明**

**（一）课程性质**

中国通史是旅游管理专业学生的专业选修课，中国历史是进行旅游资源开发、规划、管理不可缺少的实质基础和理论基础，同时，它也为学习旅游管理的其他课程打下牢固的基础。通过中国通史的教学，使学生掌握丰富的历史知识，提高学生分析问题、解决问题的能力，同时利用中国历史丰富的爱国主义的史实对学生进行生动具体的思想教育。

**（二）教学目的**

中国通史的特点是时间跨度长、内容涉及面广、头绪纷繁复杂，这就要求学生不仅要努力学习宽广厚实的专业知识，而且还必须对中国通史相邻近的其他学科知识有广泛的认识和了解。通过中国通史特别是中国古代史的学习，要掌握基本史实、基本概念、基本规律以及分析问题的能力。还要借助大事年表和历史地图等工具书，准确地把握历史事件地时空联系。

**（三）教学内容**

本课以中国古代政治史演变的大势为主要线索进行讲授，使同学对中国古代史的发展有一个比较清晰的框架。同时关注中华民族形成、中国版图形成等重大问题的历史进程，并努力把握各个历史阶段在古代政治、制度、经济、社会发展演变上的特色。在讲授过程中，将历史学的知识性与学术性相结合，吸取学界最新研究成果，希望增强同学们对中国古代史的兴趣并引发同学们的思考。

**（四）教学时数**

1、时数：3-4课时/周，总计：54 -72 课时

2、进度：见《中国通史》课程教学进度表

《中国通史》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 课堂教学 | 讨论（实践）课 |
|  | 绪论 |  |  |  |
| 一 | 原始社会 | 3 | 3 |  |
| 二 | 夏商奴隶制国家的建立 | 3 | 2 | 1 |
| 三 | 西周奴隶社会的进一步发展 | 3 | 2 | 1 |
| 四 | 春秋时期奴隶社会的瓦解 | 3 | 2 | 1 |
| 五 | 战国时期封建制度的建立 | 4 | 3 | 1 |
| 六 | 秦朝 | 2 | 2 |  |
| 七 | 西汉 | 5 | 5 |  |
| 八 | 东汉 | 5 | 4 | 1 |
| 九 | 三国两晋南北朝 | 6 | 5 | 1 |
| 十 | 隋朝 | 3 | 3 |  |
| 十一 | 唐朝 | 10 | 9 | 1 |
| 十二 | 五代宋辽夏金 | 10 | 9 | 1 |
| 十三 | 元朝 | 4 | 4 |  |
| 十四 | 明朝 | 6 | 5 | 1 |
| 十五 | 清朝 | 6 | 5 | 1 |
| 合计 |  | 72 | 38 | 10 |

**（五）教学方式**

主要以“研究型学习”课程教学法为主，采用研究、讨论、讲座等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上经常交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：单项选择题、多项选择题、名词解释题、辨析题、简答题、论述题、实务题。

**二、正文**

1. **原始社会**

**教学要点：**

1、猿人；早期智人；母系氏族社会；父系氏族社会介绍。

2、家庭、私有制、阶级和国家的产生介绍。

**教学时数**：

3学时

**教学内容；**

第一节中国历史的开端

本节主要讲述猿人和早期智人的遗迹以及他们的社会生活。

第二节 母系氏族公社

本节主要讲述以下几方面的内容：新人与氏族公社的形成、母系氏族公社的传说和遗存、母系氏族公社繁荣时期的社会经济生活。

第三节 父系氏族公社

本节主要讲述以下几方面的内容：父系氏族社会的遗存、父系氏族公社的经济和文化艺术、家庭私有制的发展和部落战争、原始社会的解体。

**考核要求:**

1、识记 母系氏族社会、父系氏族社会相关概念。

2、了解 猿人和早期智人的遗迹以及他们的社会生活状况；

我国境内主要发现的古人类；

北京人化石的发现和研究的科学意义。

3、掌握 新人与氏族公社形成的过程和关键的时期；

我国新石器时代的主要文化类型及其分布情况；

母系氏族公社时期的农业、手工业的发展状况；

我国原始社会解体的原因。

4、运用 通过本章知识学习了解古代信息发掘的基本方法，了解考古学的基本知识，为今后涉及考古发掘类知识的学习奠定良好的基础。

**第二章 夏商奴隶制国家的建立**

**教学要点:**

1、夏朝的经济和文化；少康失国到少康中兴；盘庚迁殷到武丁开拓；

2、商朝的统治机构商朝青铜工艺的高度发展；商朝科学文化的发展。  
3、夏朝和商朝的阶级结构和国家制度  
**教学时数：**

3学时

**教学内容:**

第一节夏朝奴隶制国家的建立

本节主要讲述夏族的兴起和夏王朝的建立、早期国家机构的建立、夏朝的经济和文化、夏朝的兴衰。

第二节商朝奴隶制国家的发展

本节主要讲述商族的兴起和商王朝的建立、商朝的兴衰、国家机构的发展、商朝社会经济和文化。

**考核要求:**  
 1、了解 商朝的青铜手工业的发展及代表作品。

2、掌握 夏朝的经济和文化；

盘庚迁殷的原因和意义，从盘庚迁殷到武丁开拓的疆域及王朝发展变迁；

夏朝是我国奴隶制国家的确立时期的原因和依据。

3、运用 了解商朝文字的特点，分析中国古代文字的创造对于人类社会发展的重大意义。

**第三章 西周奴隶社会的进一步发展**

**教学要点:**

1、分封制和宗法制的发展；井田制的发展；西周的官僚机构和政治制度；国人暴动。

2、西周敬天保民思想的形成；朴素唯物主义思想的萌芽；西周社会性质。

**教学时数：**

3学时

**教学内容:**

第一节 西周奴隶制国家的强化

本节主要讲述周族的兴起和周王朝的建立、周初大分封和宗法制的发展、井田制的发展、西周的官僚机构和政治制度。

第二节 西周社会经济、文化和社会生活

本节主要讲述西周社会经济的进一步发展、哲学科技和文化的发展以及社会生活的概况。

第三节 西周的灭亡

本节主要讲述西周中后期社会危机的加剧、国人暴动和共和行政、宣王“中兴”和西周衰亡。

**考核要求:**

1、识记 分封制、宗法制和的井田制的制度基本内容及发展过程。

2、了解 周初大分封制的情况和性质是；

西周的中央和地方的政治制度的基本特点，重要封国；

“国人暴动”的原因和意义。

3、掌握 西周敬天保民思想的形成及影响；

西周井田制的主要内容和性质；

西周社会经济的进一步发展、哲学科技和文化的发展以及社会生活的概况；

4、运用 通过本章知识的了解，分析西周宗法制和礼制的内容和实质。

**第四章 春秋时期奴隶社会的瓦解**

**教学要点:**

1、“弭兵”运动；井田制的瓦解；“初税亩”的出现；大商人的出现；“三家分晋”和“田氏代齐”；春秋时期的文化。

2、土地私有制萌芽和封建生产关系的产生。

**教学时数:**

3学时

**教学内容:**

第一节 王室衰微和大国争霸

本节主要讲述春秋初年周王室逐渐衰微，诸侯日益强大，相继出现了实际左右全国政局的霸者，即所谓“春秋五霸”。

第二节 社会生产力的发展和封建生产关系的产生

本节主要讲述春秋时期社会生产力发展的具体表现、私田的发展和井田制的瓦解、封建生产关系的产生、赋役制度的变化。

第三节 奴隶平民起义和地主阶级争夺政权的斗争

本节主要讲述奴隶主贵族的腐朽统治引起下层人民的反抗斗争，同时统治阶级内部也发生了激烈的斗争，最有代表性的事件是“三家分晋”和“田氏代齐”。

第四节春秋时期的文化

本节主要讲述轻天重民思想的形成和朴素唯物主义的发展、老子和《道德经》、孔子和《论语》、孙武和《孙子兵法》以及科学技术的新成就。

**考核要求;**

1、识记 “弭兵”运动发生的历史背景和具体情况、井田制的瓦解的背景、“初税亩”等制度的形成条件及背景。

2、了解 春秋时期阶级关系发生的变化；

各国进行赋税改革的原因及改革的后果。

3、掌握 春秋时期井田制的瓦解过程及瓦解的标志；

轻天重民思想的形成和朴素唯物主义的发展；

春秋战国时期文化思想发展代表人物，如老子和《道德经》、孔子和《论语》、孙武和《孙子兵法》以及科学技术的新成就。

4、运用 通过本章节知识的了解，分析春秋时代发生的社会变革；

通过对春秋时期的文化的了解，分析孔子及其思想评价。

**第五章 战国时期封建制度的确立**

**教学要点：**

1、各国变法运动和封建中央集权制度的形成；秦统一六国；学术思想领域的“百家争鸣”。

2、战国时期的社会性质问题。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 各国封建政权的建立和变法运动

本节主要讲述李悝变法、吴起变法、商鞅变法以及诸侯国封建中央集权制度的初步形成。

第二节 封建经济的迅速发展和封建生产关系的确立

本节主要讲述战国时期封建经济发展的具体表现，如水利灌溉事业的发展、农业生产的发展、手工业和商业的发展。另外还阐述了这一时期的阶级构成。

第三节 各国的兼并战争和秦的统一

本节主要讲述了各国不断进行兼并战争的状况，特别是魏国独霸中原时期、秦齐对峙时期和秦赵大战时期，最后阐述秦统一六国的经过和意义。

第四节 战国时期的文化和社会生活

本节主要讲述战国时期的“百家争鸣”、史学和文学艺术、自然科学的发展以及社会生活情况。

**考核要求：**

1、识记 商鞅变法、诸侯国封建中央集权制度的初步形成的过程及制度内容。

2、了解 列国变法中商鞅变法的地位及影响。

3、掌握 战国“百家争鸣”出现的历史条件，主要学派及其主要观点；

分析秦统一的原因及其意义。

战国时期集权制度的形成开了秦汉政治制度的先河的原因。

1. **秦朝**

**教学要点**

1、秦朝强化中央集权制度的措施；统一的多民族国家的形成；秦始皇的评价。

2、秦代社会主要阶级构成情况。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节秦帝国的建立

本节主要讲述秦朝强化中央集权制度的措施、统一的多民族国家的形成。

第二节秦末农民起义

本节主要讲述秦代社会主要阶级构成情况，秦始皇和秦二世的残暴统治，陈胜、吴广起义的爆发，楚汉之争的经过以及秦的灭亡。

**考核要求：**

1、识记 秦帝国的建立、“焚书坑儒”等基本知识。

2、掌握 秦始皇是建立起统一的专制主义中央集权制度的背景及原因。

3、运用 在了解本章知识的基础上评价秦始皇。

1. **西汉**

**教学要点：**

1、汉初稳定社会秩序的措施；“文景之治”；汉武帝强化中央集权的措施；“昭宣中兴”；汉族的形成；汉与匈奴；张骞出使西域；王莽改制及其失败。

2、西汉与南方各族、东北各族的关系以及这一时期的中外关系。

**教学时数：**

5学时

**教学内容：**

第一节 西汉专制主义中央集权的巩固发展

本节主要讲述西汉王朝的建立、汉初稳定社会秩序的措施、“文景之治”、汉武帝强化中央集权的措施、“昭宣中兴”。

第二节 西汉社会经济的发展

本节主要讲述西汉农业、手工业、商业和城市的发展。

第三节 西汉的民族关系

本节主要讲述汉族的形成；汉与匈奴、西域各族、南方各族、东北各族的关系。

第四节 西汉时期的中外关系

本节主要讲述西汉与中亚、东亚、南亚各国的经济文化交流。

第五节 王莽改制与绿林、赤眉起义

本节主要讲述西汉末年的社会危机、王莽改制及其失败、绿林和赤眉起义。

第六节 西汉时期的文化和社会生活

本节主要讲述西汉时期的哲学、史学、文学、艺术、科学技术的发展以及这一时期人们的社会生活状况。

**考核要求：**

1、识记 文景之治、昭宣中兴等概念

2、了解 西汉与南方各族、东北各族的关系以及这一时期的中外关系。

3、掌握 西汉中央朝廷同诸侯王势力斗争的性质和意义；

封国制产生的原因和意义；

王莽改制的社会背景、内容和失败的原因。

4、运用 通过本章知识的学习分析汉武帝尊崇儒术的原因并对其进行简要评价。

1. **东汉**

**教学要点：**

1、东汉加强中央集权的措施和恢复生产的经济政策；班超出使西域；东汉中后期外戚宦官擅权和“党锢”事件；东汉经学和哲学。

2、东汉的对外关系和东汉的社会生活。

**教学时数：**

5学时

**教学内容：**

第一节 东汉前期政治和经济

本节主要讲述东汉加强中央集权的措施、恢复社会生产的经济政策以及社会经济的发展。

第二节 东汉民族关系和对外关系

本节主要讲述匈奴的分裂、、东汉与各族的关系以及对外关系。

第三节 东汉中后期的腐朽统治和黄巾军起义

本节主要讲述东汉后期外戚宦官擅权、反宦官斗争和“党锢”事件和黄巾军大起义。

第四节 东汉文化和社会生活

本节主要讲述东汉时期经学、哲学、宗教、史学、文学、文字学、艺术、科学技术的发展以及这一时期人们的社会生活。

**考核要求：**

1、识记 东汉加强中央集权的措施和恢复生产的经济政策、班超出使西域的过程和意义。

2、了解 东汉的对外关系和东汉的社会生活。

3、掌握 “度田”事件的原因和经过；

刘秀统治政策的内容和性质；

累世公卿集团产生的原因及其表现。

4、运用 结合本章知识，分析东汉时期大地主田庄的特点。

根据东汉时期的相关学习，分析东汉封建专制皇权机构的加强表现在哪些方面；

**第九章 三国两晋南北朝**

**教学要点：**

1、“太康之治”；“八王之乱”；东晋的建立和门阀制度的确立；东晋的北伐与淝水之战；东晋南朝时期南方经济的发展；北魏孝文帝改革；北方各族的大融合。

2、南朝中央集权的逐渐强化和门阀制度的渐衰；魏晋南北朝时期玄学与反玄学的斗争。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 三国鼎立

本节主要讲述三国鼎立局面的形成、魏国对北方地区的重建、诸葛亮治蜀和蜀国后期的政局、吴国对江南的进一步开发。

第二节 西晋

本节主要讲述西晋统一全国、“太康之治”、“八王之乱”和西晋的灭亡。

第三节 东晋十六国和南北对峙局面的形成

本节主要讲述十六国前期的少数民族政权、东晋的建立和门阀制度的确立、东晋的北伐与淝水之战、十六国后期的少数民族政权、东晋的灭亡。

第四节南朝各代的更替和南方经济的发展

本节主要讲述南朝宋齐梁陈政权的更替、南朝中央集权的逐渐强化和门阀制度的渐衰以及东晋南朝时期南方经济的发展。

第五节 北朝经济的缓慢发展和民族大融合

本节主要讲述北魏统一北方和孝文帝改革、北方经济的恢复和发展、北魏的分裂和北齐北周的对峙以及北方各族的大融合。

第六节 魏晋南北朝文化和社会生活

本节主要讲述魏晋南北朝时期哲学、宗教、史学、地理学、文学、艺术、科学技术以及这一时期人们的社会生活。

第七节 魏晋南北朝的中外经济文化交流

**考核要求：**

1、识记 太康之治、八王之乱等基础概念。

2、掌握 东晋南朝时期南方经济开发的原因及其主要表现。

南朝时期南方门阀势力衰落的原因。

十六国时期北方割据政权形成的历史原因

“淝水之战”前秦失败、东晋胜利的主要原因及这次战争的历史意义。

北魏孝文帝改革的基本内容及其历史意义。

1. **隋朝**

**教学要点：**

1、隋朝对政治经济制度的整顿与改革；对隋炀帝的历史评价。

2、隋朝对经济制度的整顿与改革。

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节隋朝的政治经济和文化

本节主要讲述隋朝的建立与统一全国、政治经济制度的整顿与改革、社会经济的短暂繁荣和科学文化的发展。

第二节隋朝与边疆各族和邻近国家的关系

本节主要讲述隋朝与突厥、吐谷浑、流求的关系以及对高丽的战争。

第三节隋末农民大起义

本节主要讲述隋末农民起义爆发的原因、起义的过程和隋的灭亡、起义的历史作用和意义以及关于隋炀帝的评价问题。

**考核要求：**

1、识记 隋朝对政治经济制度的整顿与改革、隋朝对经济制度的整顿与改革的主要内容。

2、了解 隋朝与边疆各族和邻近国家的关系。

3、掌握 隋朝的建立与统一全国、政治经济制度的整顿与改革、社会经济的短暂繁荣和科学文化的发展。

隋朝短暂繁荣的原因；

隋朝的大运河分段及开凿大运河的历史意义；

4、运用 结合本章所学知识对隋炀帝进行评价。

1. **唐朝**

**教学要点：**

1、贞观之治；科举制；开元之治；安史之乱；唐后期政坛上的激烈斗争；官修正史。

2、租庸调法；两税法；唐代的哲学。

**教学时数：**

10学时

**教学内容：**

第一节 唐朝前期的政治和经济

本节主要讲述唐朝的建立及其统一、唐太宗的政治措施与“贞观之治”、武则天的统治、“开元之治”、社会经济的发展和繁荣。

第二节 唐朝后期的政治和经济

本节主要讲述唐朝由盛到衰的转折点——安史之乱、唐后期政坛上的激烈斗争（藩镇割据、宦官专权、牛李党争）、两税法出现的原因和内容、南方经济的发展。

第三节 唐朝的民族关系

本节主要讲述唐朝与突厥、薛延陀、回纥、吐蕃、南诏等族的关系。

第四节 唐朝的对外关系

本节主要讲述唐朝和朝鲜、日本、东南亚、南亚、中亚、西亚、北非的交流。

第五节 唐末农民大起义

本节主要讲述唐末的暴政、黄巢大起义和唐的灭亡。

第六节 唐朝的文化和社会生活

本节主要讲述唐朝的道教和佛教、哲学、经学、史学、文学等的发展。

**考核要求：**

1、识记 科举制、开元之治、安史之乱、官修正史等基础概念。

2、掌握 均田制和租庸调法的基本内容及影响；

安史之乱”的背景及其影响；

唐朝科举制度的基本状况及实行科举的意义；

“贞观之治”的具体内容及对唐太宗的评；？

唐代后期“宦官专权”局面的形成及其影响。

两税法出现的原因、内容和意义。

1. **五代宋辽夏金**

**教学要点：**

1、周世宗的改革；北宋加强中央集权的措施；王安石变法；宋辽战争和“澶渊之盟”；女真的兴起与阿骨打建立金国；南宋与金的和战；宋金对峙时期南方经济的继续发展。

2、王安石变法；宋金对峙时期南方经济的继续发展。

**教学时数：**

10学时

**教学内容：**

第一节 五代十国的分立割据

本节主要讲述五代十国的分立、周世宗的改革、南方经济文化的发展。

第二节 北宋加强中央集权的措施和社会矛盾的发展

本节主要讲述北宋建立和中央集权的加强、北宋前期和中期的社会矛盾和农民起义、王安石变法（历史背景、主要内容及其失败原因）、北宋末年的腐朽统治和方腊、宋江起义。

第三节 北宋社会经济的发展

本节主要讲述北宋农业、手工业、商业的发展。

第四节 边疆各族与北宋的关系

本节主要讲述辽政权的建立和辽的制度、宋辽战争和“澶渊之盟”、西夏政权的建立和西夏的制度、北宋与西夏的和战等内容。

第五节 金朝的建立与辽、北宋的灭亡

本节主要讲述女真的兴起与阿骨打建立金国、辽的灭亡和西辽的建立、“靖康之变”与北宋的灭亡。

第六节 南宋的建立与宋金和战

本节主要讲述南宋的建立与南北军民的抗金斗争、钟相、杨么起义和南宋平定游蔻的斗争、南宋与金的和战、签订了“绍兴和议”、“隆兴和议”和“嘉定和议”。

第七节 宋金对峙时期南北方的社会经济和社会矛盾

本节主要讲述宋金对峙时期南方经济的继续发展、南宋中后期阶级矛盾的激化和南宋的灭亡、金朝的社会经济。

第八节 五代两宋时期中外经济文化的交流

本节主要讲述五代两宋时期海外贸易的发展、中国与高丽、日本、南亚诸国等的交流。

第九节 五代两宋时期的文化和社会生活

本节主要讲述五代两宋时期宗教、哲学、史学、文学、艺术、科技的情况以及这一时期人们的社会生活和习俗。

**考核要求：**

1、识记 王安石变法、周世宗的改革、北宋加强中央集权的措施等基础概念。

2、掌握 女真的兴起与阿骨打建立金国的过程；

周世宗改革的主要内容及其意义。

王安石变法的内容及其评价。

契丹政治制度的特点。

北宋中央集权加强的主要表现和基本特征。

女真国家的社会性质和政治制度的特点。

分析宋金南北对峙局面形成的原因。

南宋社会经济发展的原因和主要表现。

1. **元朝**

**教学要点：**

1、成吉思汗建立蒙古国；成吉思汗的评价；蒙古四大汗国的建立；忽必烈推行汉法；元朝实行不平等的民族政策；元朝发展生产的措施；宋代理学。

2、忽必烈推行汉法。

**教学时数：**

4学时

**教学内容:**

第一节 元朝的建立和统一全国

本节主要讲述蒙古族的发展和成吉思汗建立蒙古国、蒙古灭西夏和金、蒙古四大汗国的建立、元朝的建立。

第二节 元朝的政治

本节主要讲述忽必烈推行汉法、实行不平等的民族政策、平定叛乱和对边疆的治理。

第三节 元朝的经济

本节主要讲述元朝发展生产的措施、农业、手工业和商业的发展以及大运河的整治。

第四节 红巾军起义

本节主要讲述元朝社会矛盾的激化、红巾军起义的爆发和发展、朱元璋建立明朝和元朝的灭亡。

第五节 元朝的文化和社会生活

本节主要讲述元朝的哲学、宗教、史学、文学、科技等方面的发展以及这一时期人们的社会生活情况。

**考核要求:**

1、识记 忽必烈推行汉法、民族政策和边疆的治理的政策内容及影响。

2、掌握 忽必烈推行汉法的内容及其意义。

宋代理学形成的历史背景及朱熹的哲学思想。

宋词、元曲发展的原因和主要作家作品。

元朝社会矛盾的激化、红巾军起义的爆发和发展、朱元璋建立明朝和元朝的灭亡。

3、运用 通过本章知识的学习对成吉思汗的政策等进行评价。

1. **明朝**

**教学要点:**

1、明初加强皇权的措施；恢复和发展经济的措施；明代中后期的政治、经济和社会；明代中外关系。

2、资本主义萌芽；明代后期西方传教士的东来。

3、明代民族关系与明代的文化和社会生活。

**教学时数:**

6学时

**教学内容:**

第一节明初的政治与经济

本节主要讲述明初加强皇权的措施、恢复和发展经济的措施以及明代前期流民现象的普遍化。

第二节明代中后期的政治与经济

本节主要讲述明代中后期的宦官专权和内阁倾轧、商品货币经济的发展和资本主义萌芽、明代中后期财政危机的加深和张居正改革、万历年间各地市民反抗矿监、税使的斗争。

第三节 明代民族关系

本节主要讲述明代边疆蒙古族、畏兀儿族、藏族、满族等少数民族社会经济的发展。

第四节 明末农民战争

本节主要讲述明代后期社会矛盾的激化、各类民众暴动、明末农民战争。

第五节 明代中外关系

本节主要讲述郑和下西洋、援朝抗倭战争、西方殖民者的入侵、明代后期西方传教士的东来和中西文化的碰撞。

第六节 明代的文化和社会生活

本节主要讲述明代的哲学、文学、艺术、科技、《永乐大典》的编撰、明代的礼制和生活习俗等。

**考核要求：**

1、了解 明代民族关系与明代的文化和社会生活

2、掌握 明初封建专制主义中央集权有的主要特点；

明初恢复社会经济的主要措施及其取得的成效。

明代中期统治危机产生的原因及其主要表现。

一条鞭法的主要内容及其意义。

明代后期黑暗统治的主要表现。

明代资本主义生产关系的萌芽。

明末农民起义发生的原因及其主要发展阶段。

3、运用 通过对本章知识的学习分析明代后期主要面临的外来威胁。

1. **清 朝(1644-1840年）**

**教学要点:**

1、清入关初的统治政策；君主专制集权政治的发展、为多民族国家的巩固和发展展开了一系列的斗争；清代前期的社会经济政策；

2、南明四政权始末；各地人民的抗清斗争；资本主义萌芽缓慢增长的原因。

3、清代与亚洲各国间的文化交流与清代的文化等。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 清军南下和各地人民的抗清斗争

本节主要讲述清入关初的统治政策、南明四政权始末、各地人民的抗清斗争、郑成功收复台湾。

第二节 君主专制集权政治的发展

本节主要讲述清代统治者从政治、军事、法律、思想等方面加强封建专制主义中央集权制度。

第三节 统一多民族国家的巩固和发展

本节主要讲述清代为多民族国家的巩固和发展展开了一系列的斗争：平定“三藩之乱”和统一台湾、平定准噶尔叛乱与土尔扈特返回祖国、“改土归流”和驻藏大臣的设置等。

第四节 清代的社会经济和资本主义萌芽缓慢增长

本节主要讲述、社会经济的恢复和发展、资本主义萌芽缓慢增长的原因。

第五节 清中后期社会矛盾激化与各族人民的反抗斗争

本节主要讲述清代中后期的腐败统治、土地问题与农民抗租斗争、城市人民的斗争与民间秘密会社的兴起、各族人民的武装起义。

第六节 清代的中外关系

本节主要讲述清代与亚洲各国间的文化交流以及中国人民反抗西方殖民者的斗争。

第七节 清代的文化和社会生活

本节主要讲述清代哲学、考据学和史学、对图书的整理和编篆等以及这一时期满族社会习俗的变化。

**考核要求：**

1、了解 清代与亚洲各国间的文化交流与清代的文化。

2、掌握 清朝专制主义中央集权政治的发展和特点；

清朝前期为统一的多民族国家的巩固和发展所努力；

清代地丁合一制度及其意义。

清朝前期的经济政策及其成效。

3、运用 明清时期在图书整理编纂中有哪些重大成就，如何将其中的精华资料整理分类知识应用于日常学习当中。

**三、参考书目：**

1、白寿彝，《中国通史》，江苏文艺出版社，2004年。

2、钱穆，《国史大纲》，商务印书馆，1994年。

3、王玉哲，《中华远古史》，上海人民出版社，2003年。

4、吕思勉，《秦汉史》，上海古籍出版社，2005年。

5、陈寅恪，《唐代政治史述论稿》，三联书店，2001年。

6、陈振，《宋史》，上海人民出版社，2003年。

7、李锡厚、白滨，《辽金西夏史》上海人民出版社，2003年。

8、顾诚，《明末农民战争史》，中国社会科学出版社，1984年

9、李治亭，《清史》（上、下），上海人民出版社，2003年。

10、朱绍侯、[齐涛](http://search.dangdang.com/?key2=%C6%EB%CC%CE&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)、[王育济](http://search.dangdang.com/?key2=%CD%F5%D3%FD%BC%C3&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，《中国古代史》（全二册），[福建人民出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%B8%A3%BD%A8%C8%CB%C3%F1%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，2010年。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

经济地理学

**一、说明**

**（一）课程性质**

《经济地理学》是旅游管理本科专业人才培养的一门专业任选课。《经济地理学》是以经济活动为直接对象的学科，经济活动的发展与变化直接决定经济地理学的研究内容、研究重点的变化。而人类的经济活动直接受自然、社会经济尤其是技术变化的影响。因此，《经济地理学》是一门综合性很强的学科。《经济地理学》是与人类经济活动联系最为紧密的学科之一，也是发展变化最快的学科之一。《经济地理学》的任务在于全面阐述经济地理学的基本理论和主要方法，介绍国内外经济地理学发展的动向和各派学术观点，为进一步深入研究经济地理学和运用本课程理论与方法为经济建设服务，奠定必要的理论基础。本课程是一门建立在经济学、地理学等专业理论课程基础之上运用经济学的基本原理来研究区域活动中的经济地理现象与关系和经济地理规律的学科，是一门介于地理学和经济学之间的边缘学科，具有自然――社会经济――技术相结合的性质。同时它的基本原理又是从宏观、中观和微观的角度出发在区域经济方面对旅游现象和活动进一步分析和研究的基础。

**（二）教学目的**

《经济地理学》的目的主要是让学生掌握经济地理学的基本知识与理论，具备一定的分析问题和解决问题的能力。通过该课程的学习，要求学生认识经济地理学研究的对象、学科体系、发展状况及其理论新进展。把握影响经济活动的诸种要素和条件，具备综合分析经济地理问题的能力。学会各种经济活动区位理论，培养从时空耦合分析地理问题的能力。牢固掌握产业分类体系、产业结构理论、产业发展理论和产业空间组织理论。牢固掌握区位理论、空间结构理论、区域经济发展理论、区域空间组织理论。了解经济全球化的内涵、特征、表现、动力因素及其区域影响。使学生掌握经济地理学一般研究方法，能应用所学理论知识，分析一些经济地理事象。

**（三）教学内容**

《经济地理学》内容共分为五个部分：第一部分，经济活动最基本的单元是企业，以企业选址问题(区位)为中心的区位理论是整个经济地理学的基础，从单个的企业区位到多区位企业区位再到跨国公司区位是企业(选址)区位及空间组织分析的主要内容；第二部分，经济活动的区域分析，主要研究区域的结构与组织、区域经济发展以及区域之间的空间组织；第三部分，经济活动全球化，主要探讨经济全球化的过程与影响因素、经济全球化的产业分析、经济全球化的区域影响；第四部分，经济地理学的研究方法，主要介绍一些经济地理学调查的基本方法；第五部分，经济地理学的新领域、新思路等前沿课题。

**（四）教学时数**

1、时数： 3/周，总计： 36课时

2、进度：

《经济地理学》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 |
| 一 | 经济地理学发展概述，分支学科，研究重点 | 2 |
| 二 | 经济活动区位的影响因素 | 3 |
| 三 | 农业与工业区位理论 | 3 |
| 四 | 中心地理论 | 3 |
| 五 | 多部门企业区位 | 3 |
| 六 | 跨国公司区位 | 3 |
| 七 | 区域的结构与组织 | 3 |
| 八 | 区域经济发展 | 2 |
| 九 | 区域之间的空间组织 | 3 |
| 十 | 经济活动全球化发展过程及其区域影响 | 2 |
| 十一 | 经济活动全球化的产业分析 | 1 |
| 十二 | 经济活动全球化的区域影响 | 3 |
| 十三 | 经济地理学理论新进展 | 2 |
| 十四 | 经济地理学研究方法 | 3 |
| 合计 | 十四章 | 36 |

**（五）教学方式**

坚持理论联系实际的原则，注意逻辑性和实证性的统一。以选用教材作为教学内容的基本依据，教师应在掌握教材体系的基础上，把握重点与难点实施教授，并吸收融合当前经济地理学发展的新变化，新特点，适当补充新知识，尤其是当前最新的研究成果，进行教学，侧重基本理论和方法。

借鉴和归纳经济地理学研究中的已有成果，为发展发展旅游业做指导。

加强学生学习能力的培养，指定课外阅读书目，并定期检查读书笔记，形成良好的读书习惯。

采取多样的教学形式（讲授、讲座、实践）相结合，以提高授课质量。本课程以课堂讲授为主，辅以学生的课堂讨论和教学实践，力求达到知识性和趣味性，深刻性和易解性的统一，在注重启发式教学的同时，尽可能采用直观教学手段。

**（六）考核方式**

成绩考核有课程论文、考试和口试形式。成绩评定由平时成绩，期中考试，期终考试综合评定。期终考试（60%）与平时成绩（含讨论、期中论文等成绩，共占40%）结合。考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：单项选择题、多项选择题、名词解释题、辨析题、简答题、论述题、实务题。

**二、本文**

**第一章 绪论**

**教学要点：**

1、经济地理学发展概述。

2、经济地理学是研究经济活动区位、空间组织及其与地理环境相互关系的学科。

3、经济地理学具有的分支学科：通论经济地理学、区域经济地理学、部门经济地理学、公司（企业）地理学。

4、经济地理学与相邻学科的关系：经济地理学是人文地理学的一个重要分支。

5、跨世纪经济地理学研究重点：人地关系的理论研究、全球与地方关系的理论研究、区域经济发展的公平与效率关系、企业与区域经济发展的关系。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节经济地理学发展概述

1、20世纪前的经济地理学

2、20世纪的经济地理学发展特点

第二节 经济地理学研究对象与学科体系

1、研究对象

2、学科体系

第三节 经济地理学与相邻学科的关系

1、经济地理学在地理学中的地位

2、经济地理学与经济科学的关系

3、经济地理学与经济科学的关系

4、经济地理学与技术科学的关系

第四节经济地理学在社会经济发展中的作用

1、经济地理学对经济发展的理论意义

2、经济地理学对当今世界重大实际问题的贡献

3、跨世纪经济地理学的理论研究重点

第五节本课指导思想、结构及篇章安排

1、本课指导思想

2、本课结构安排

**考核要求：**

1、了解该课程的研究内容、学科体系与学习方法。

2、理解经济地理学与相邻学科的关系。

3、掌握经济地理学在社会经济发展中的作用。

**第二章 经济活动区位的影响因素**

**教学要点：**

1、区位的概念。区位理论：古典区位论与现代区位论的区分。

2、区位条件与区位因子。区位条件是区位所持有的属性或资质。区位因子影响区位主体分布的原因。

3、土地、原材料、能源因子、资本因子、劳动力因子对经济活动区位的影响。

4、市场对经济活动区位的一般影响。其中，市场因素包括市场规模、市场战略、市场特性、市场竞争环境、市场秩序和管理、市场意识等。

5、区域环境（包括产业环境、政府行为、环境因素和可进入性）对经济活动区位的一般影响。其中产业环境主要探讨产业集聚。

6、交通对经济活动区位的一般影响。

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 经济活动区位的基本概念

1、区位与区位理论

2、区位条件与区位因子

第二节 要素投入对经济活动区位的一般影响

1、土地因子对经济区位的影响

2、原材料因子对经济区位的影响

3、能源因子对经济区位的影响

4、资本因子对经济区位的影响

5、劳动力因子对经济区位的影响

第三节 市场对经济活动区位的一般影响

1、市场规模对经济活动区位的影响

2、市场战略对经济活动区位的影响

3、市场特性对经济活动区位的影响

4、其他市场条件对经济活动区位的影响

第四节 区域环境对经济活动区位的一般影响

1、产业环境对经济活动区位的影响

2、政府行为对经济活动区位的影响

3、环境因素对经济活动区位的影响

4、可进入性对经济活动区位的影响

第五节 交通及其对经济活动区位的一般影响

1、交通要素及其内涵

2、交通网的分布与联系

3、交通运输对经济活动区位的影响分析

**考核要求：**

1、了解经济活动区位的基本概念。

2、理解要素投入、市场、区域环境、交通对经济活动区位的一般影响。

3、掌握经济活动区位的影响因素。

**第三章 农业与工业区位理论**

**教学要点：**

1、杜能农业区位论：包括杜能农业区位论的背景与目的、杜能农业区位论概要、杜能农业区位论的应用研究和意义、农业区位论的理论与现实。

2、韦伯工业区位论：包括韦伯工业区位论的背景与目的、工业区位论概要、工业区位论的应用研究和意义、工业区位论的理论与现实

3、帕兰德的区位理论、胡佛的区位理论

4、史密斯的收益性空间界限分析、普雷德的行为矩阵

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节 杜能农业区位论

1、杜能农业区位论的背景和目的

2、杜能农业区位论概要

3、杜能农业区位论的应用研究

4、杜能农业区位论的意义

5、理论与现实

第二节 韦伯工业区位论

1、韦伯工业区位论的背景和目的

2、韦伯工业区位论概要

3、韦伯工业区位论的意义

4、理论与现实

3、旅游供给弹性

第三节其它工业区位理论

1、帕兰德的区位理论

2、胡佛的区位理论

第四节 区位的行为主义分析

1、史密斯的收益性空间界限分析

2、普雷德的行为矩阵

**考核要求：**

1、了解杜能农业区位论的背景、目的、概要、应用研究、意义。

2、掌握杜能农业区位论、韦伯工业区位论。

3、理解帕兰德的区位理论胡佛的区位理论及区位的行为主义分析。

**第四章 中心地理论**

**教学要点：**

1、克里斯塔勒的中心地理论：包括克里斯塔勒中心地理论产生的背景与目的、中心地三原则与中心地系统的空间模型、实证研究以及克里斯塔勒中心地理论的意义与问题。

2、廖什的中心地理论：包括廖什的中心地系统及其与克里斯塔勒的中心地理论的差异。

3、中心地理论的应用研究：在集市研究、国土规划与整治、城市体系规划中的应用。

**教学时数：**

3学时

**教学内容:**

第一节 克里斯塔勒的中心地理论

1、中心地理论产生的背景和目的

2、中心地理论的有关基本概念

3、中心地三原则与中心地系统的空间模型

4、中心地理论的实证研究

5、克里斯塔勒的中心地理论的意义和存在的问题

第二节 廖什的中心地理论

1、廖什的中心地系统

2、廖什理论与克里斯塔勒理论的差异

第三节 中心地理论的应用研究

1、在集市研究上的应用

2、在国土规划与整治中的应用

**考核要求：**

1、了解中心地理论、的背景和目的及相关概念。

2、理解中心地理论的意义、作用及相关模型。

3、掌握中心地三原则与中心地系统的空间模型及简单应用。

**第五章 多部门企业区位**

**教学要点：**

1、企业增长的动因：实现规模效益、实现交易内部化、技术优势的发挥、来自竞争的压力。

2、企业增长的战略与方法：横向一体化、纵向一体化、多样化。

3、企业的空间增长过程一般是由远及近。其中，内部增长带来的空间扩张具有规划特征，就近布局的特点很明显；外部增长规划比较困难，因为被获取的公司原已存在。

4、企业空间扩张规律最为常见的是接触扩散，其次是等级扩散。中国特殊环境下的企业空间扩张是通道扩张：人际关系通道、隶属关系通道、生产或服务关联通道等。

5、不同学者的企业空间演变模式。

6、现今公司组织结构的主要类型和空间结构。

学习企业增长的空间轨迹及演变模式、公司组织结构的空间特征。

**教学时数：**

3学时

**教学内容:**

第一节 企业增长的空间轨迹

1、企业增长动因及战略

2、企业的空间扩张

第二节 企业空间演变模式

1、沃茨的市场区扩大模式

2、泰勒的组织变形及区域演化模式

3、哈坎逊的全球扩张模式

4、迪肯的全球转移模式

5、四种模式比较及在中国的应用

第三节 公司组织结构类型及其空间特征

1、公司组织结构主要类型

2、公司组织结构的空间特征

**考核要求：**

1、了解企业增长动因及战略，企业的空间扩张相关知识。

2、理解四种企业空间演变模式及其不同之处。

3、掌握公司组织结构主要类型、空间特征及多部门企业区位理论的简单应用。

**第六章 跨国公司区位**

**教学要点：**

1、公司跨国直接投资的原因一般用产品周期理论、折衷理论解释。企业跨国投资主要受利益驱动，具体说成本、市场和要素投入在决定其跨国投资国别选择上起重要作用。

2、跨国公司投资的微观区位选择有三个特征：趋于经济中心区、邻国边界区和文化社会关系密切的地区。

3、公司总部是整个公司的中心，位于少数主要城市；公司研究与开发机构对公司发展有十分重要的作用，布局上倾向于公司总部所在地；公司生产单位分布比较分散。

4、跨国公司在投资活动中，与投资地政府有关部门、合资者、同类生产企业、生产关联企业、服务性企业等均发生一定联系。

**教学时数：**

3学时

**教学内容:**

第一节 跨国直接投资区位选择

1、跨国直接投资原因

2、跨国投资的国别选择

3、跨国投资的微观区位选择

第二节 跨国公司不同组分的区位选择

1、公司总部的区位选择

2、公司研究与开发机构的区位特征

3、收入漏损

4、就业乘数

第三节 公司研究与开发机构的区位特征

1、跨国公司与投资地联系的背景

2、跨国公司对投资地经济发展的影响特点

3、跨国公司与投资地的相互作用关系

**考核要求：**

1、了解跨国公司投资地选择的影响因素。

2、掌握跨国公司对投资地经济发展的影响特点、跨国公司与投资地的相互作用关系。

**第七章 区域的结构与组织**

**教学要点：**

1、区域经济结构是指一个区域内各经济单位之间的内在经济、技术、制度及组织联系和数量关系，它决定了区域资源配置的基本模式。

2、区域产业分类是研究产业结构的前提，区域产业结构是不断演进的。

3、区域空间结构是在一定的发展时期和条件下区域内各种经济组织进行空间分布与组合的结果。随着时间推移，它也在不断发生演变。

4、城市是区域的重要组成要素，是区域内经济和社会活动的聚集体。

5、农村经济与社会发展是区域经济社会发展的重要组成部分。实践证明，通过农村工业化，可以极大地促进农村发展。

6、在区域结构的形成与演变中，技术始终是最活跃和最关键的要素之一。

**教学时数：**

3学时

**教学内容:**

第一节 区域经济结构

1、区域产业分类

2、区域产业结构模式

3、区域产业结构演进理论

4、区域产业结构合理性评价

第二节 区域空间结构

1、区域空间结构的基本要素

2、区域空间结构的经济意义

3、区域空间结构的模式及演变

4、区域空间结构的形成与发展机制

第三节 城市与区域关系

1、城市的一般特征

2、城市形成与发展的区域约束

3、城市对区域发展的作用

第四节 农村工业化与农区发展

1、农村工业化的特征

2、农村工业化对农区发展的作用

第五节 技术创新与区域结构变迁

1、技术创新对区域结构变迁的作用机制

2、技术创新的空间差异与区域经济格局变化

**考核要求：**

1、了解区域经济结构、区域空间结构的概念，它们是不断演进的。

2、理解区域经济结构、区域空间结构的演变、发展、评价。

3、掌握区域经济结构、区域空间结构的基本要素、模式及城市的特征及对区域发展的作用、农村工业化的特征及其对农区发展的作用。

**第八章 区域经济发展**

**教学要点：**

1、区域经济发展是指区域经济总量的增长和结构的演进。

2、区域经济增长是一个多因素作用的过程。从资源配置的角度看，影响区域经济增长的因素有资源禀赋、资源配置能力、区位条件和外部环境四个方面。

3、区域经济增长机制有区域增长极理论、循环积累因果原理、乘数作用和加速原理。

4、经济地域综合体是区域经济发展中的一种重要的空间组织形式。它是社会化大生产的地域组织形式，是以专业化部门为主体，由相关的辅助性部门和为地区服务的自给性部门结合而成的。

5、经济区是客观存在的经济活动区域。经济区划有助于实现整体经济的最优化目的。

**教学时数：**

2学时

**教学内容:**

第一节 区域经济增长理论

1、区域经济增长因素

2、区域经济增长机制

3、区域经济增长阶段理论

第二节 经济地域综合体

1、经济地域综合体概述

2、经济地域综合体结构

3、经济地域综合体的建设与管理

4、经济地域综合体理论的现实有效性评价

第三节 经济区与经济区划

1、经济区

2、经济区划

**考核要求：**

1、掌握区域经济增长因素、机制、增长阶段理论。

2、理解经济地域综合体的建设与管理，经济地域综合体理论的现实有效性评价。

3、了解经济地域综合体的概念，经济区与经济区划相关概念。

**第九章 区域之间的空间组织**

**教学要点：**

1、实现国家经济的整体发展，必须协调好各区域的经济发展，充分发挥每一个区域的作用。

2、区域间经济发展关系理论主要探讨区域之间如何发生相互作用与影响。这方面形成了较多的理论观点：极化——涓滴效应说、梯度推移说、中心——外围理论、区域相互依赖理论。

3、区际经济联系是现代区域经济发展的必要条件，对各区域经济发展有重要作用。其相关理论有：空间相互作用理论、区域分工理论、区域合作理论等。

4、区域经济发展中要寻求解决区域经济差异问题，以促进区域经济协调发展。

**教学时数：**

3学时

**教学内容:**

第一节 区域间经济发展关系理论

1、极化-涓滴效应学说

2、梯度推移学说：梯度推移、反梯度推移、并存论、主导论

3、中心-外围理论

4、区域相互依赖理论

第二节 区际联系

1、空间相互作用理论

2、区域分工理论

3、区域合作理论

第三节 区域经济差异与协调

1、区域经济差异概述

2、区域经济差异的可控性分析

3、区域经济协调发展

**考核要求：**

1、了解协调好各区域的经济发展对实现国家经济的整体发展的作用。

2、掌握区域间经济发展关系方面形成的理论观点及区际经济联系相关理论。

3、理解区域经济发展中要寻求解决区域经济差异问题，以促进区域经济协调发展。

**第十章 经济活动全球化发展过程及其区域影响**

**教学要点：**

1、经济全球化与世界经济一体化既有区别又有联系。

2、影响世界经济一体化发展的矛盾实质是生产力与生产关系之间的矛盾。

3、影响经济全球化的因素包括科学技术、跨国公司、国家政策和金融市场等方面。

4、经济全球化过程中，产生全球化与当地化的矛盾。

5、全球化对不同发展水平的国家和地区发展的影响不同。

**教学时数：**

2学时

**教学内容:**

第一节 发展历史

1、经济全球化形成

2、经济全球化与世界经济一体化的关系

第二节 经济全球化的影响因素

1、技术进步

2、跨国公司的兴起与发展

3、国家的经济调节与干预

4、国际经济协调

第三节 全球化与当地化

1、新的国际分工格局

2、全球化与当地化的关系

第四节 发展中国家的机遇与挑战

1、全球化带给发展中国家工业化的机遇与挑战

2、不同地区全球化效益的差异

3、经济全球化与民族国家经济主权独立的关系

4、发展中国家全球化对策

5、东南亚金融危机及其启示

**考核要求：**

1、了解经济全球化与世界经济一体化的区别和联系。

2、掌握影响世界经济一体化发展的矛盾实质，影响经济全球化的因素。

3、理解经济全球化过程中，产生全球化与当地化的矛盾，全球化对不同发展水平的国家和地区发展的影响不同。

**第十一章 经济活动全球化的产业分析**

**教学要点：**

1、影响汽车工业的因素很多：经济发展水平、综合工业水平、区域科技发展水平关税等国家政策、经济全球化等。

2、电子工业生产格局全球化，技术、资本、劳动力、交通是其重要的区位因子。 3、国际服务贸易有以下特点：非实物性、不可存储性、生产、交换与消费的同时性、服务生产的公共性。经济水平、技术进步、区域集团化是影响国际服务贸易布局的主要因素。

**教学时数：**

1学时

**教学内容:**

第一节 汽车工业

1、汽车工业的影响因素

2、汽车工业的布局变化

第二节 电子工业

1、生产格局的全球化

2、消费市场的全球化

3、电子工业的重要区位因子

第三节 服务业

1、现代服务业的发展条件

2、现代服务业特征

3、邮电通讯业及其布局

4、国际服务贸易及其布局

**考核要求：**

1、了解汽车工业、电子工业这两个产业的全球化分析。

2、掌握现代服务业的特征。

3、理解服务业发展的条件以及个别现代服务业的简单分析。

**第十二章 经济活动全球化的区域影响**

**教学要点：**

1、经济全球化不同观点之争

2、经济全球化与经济区域化

3、全球化与地方化

4、发展中国家的机遇与挑战

**教学时数：**

3学时

**教学内容:**

第一节经济全球化不同观点之争

1、关于经济全球化概念的争论

2、超级全球化主义者与其反对者的争论

3、经济全球化与经济国际化

4、经济全球化背景下的地理区位

第二节经济全球化与经济区域化

1、经济区域化的概念与成因

2、经济全球化与经济区域化的关系

第三节 全球化与地方化

1、全球化与地方化的矛盾与统一

2、跨国公司地方化策略

第四节 发展中国家的机遇与挑战

1、经济全球化带给发展中国家工业化的机遇与挑战

2、发展中国家从经济全球化中的收益差异

3、发展中国家全球化对策

4、东南亚金融危机及其启示

**考核要求：**

1、了解经济全球化不同观点之争，经济区域化的概念与成因。

2、了解经济全球化带给发展中国家工业化的机遇与挑战。

3、掌握全球化与地方化的矛盾与统一、跨国公司地方化策略相关知识。

**第十三章 经济地理学研究方法**

**教学要点：**

1、公司(企业)调查及分析方法

2、经济地理区域及部门分析方法

3、经济地理信息系统

**教学时数：**

2学时

**教学内容:**

第一节公司(企业)调查及分析方法

1、企业问卷调查及定量分析

2、企业案例调查及定性分析

第二节经济地理区域及部门分析方法

1、区域经济地理条件评价方法

2、区域人口、就业和经济活动模型分析

3、项目评估与方案优选

第三节经济地理信息系统

1、区域经济地理条件评价方法

2、区域人口、就业和经济活动模型分析

3、项目评估与方案优选

**考核要求：**

1、了解企业调查时定量分析、定性分析两种方法。

2、掌握区域经济地理条件评价方法。

3、理解区域人口、就业和经济活动模型分析、项目评估与方案优、选区域经济地理条件评价方法。

4、了解区域人口、就业和经济活动模型分析、项目评估与方案优选等知识。

**第十四章 经济地理学理论新进展**

**教学要点：**

1、经济地理学的文化与制度转向

2、经济学家的新经济地理学

3、我国经济地理学理论创新思路

**教学时数：**

3学时

**教学内容:**

第一节经济地理学的文化与制度转向

1、文化与制度转向的形成背景

2、文化与制度转向的主要内容

3、制度与文化转向对经济地理学的影响

第二节经济学家的新经济地理学

1、新经济地理学产生的背景及理论基础

2、新经济地理学的建模方法和主要观点

3、对经济地理学研究的影响

第三节我国经济地理学理论创新思路

1、科学借鉴西方理论

2、突出我国国情特点

3、兼容适宜研究方法

4、抓住重点研究问题

**考核要求：**

1、了解经济地理学的文化与制度转向的形成背景文化及新经济地理学产生的背景及理论基础。

2、理解结合我国国情，适当借鉴西方相关理论来研究经济地理学相关问题。

3、掌握制度与文化转向的主要内容、对经济地理学的影响、新经济地理学的建模方法和主要观点及影响。

**三、参考书目**

1、李小建主编，《经济地理学》，高等教育出版社,2006年。

2、吴传钧等，《现代经济地理学》，江苏出版社，1997年。

3、扬吾扬等，《高等经济地理学》，北大出版社，1997年。

4、李小建，《公司地理论》，科学出版社，1999年。

5、扬万钟等，《经济地理学导论》，华东师大出版社(第四版)，2001年。

6、中文期刊：《地理学报》、《经济地理》、《地理科学》、《人文地理》

7、网站：北京大学－－经济地理课程网站：[www.environ.pku.edu.cn.cyberclassroom](http://www.environ.pku.edu.cn.cyberclassroom/" \t "_parent)

区域与旅游规划空间站：[www.plansky.net](http://www.plansky.net/" \t "_parent)

http://www.plansky.net/showclass.php?class=6

华中师范大学经济地理网络课程：[http://jjdl.org/index.asp](http://jjdl.org/index.asp" \t "_parent)

8、英文期刊：《Economic Geography》、《The Progress of Human Geography》

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。用课件进行讲授，增加直观性和生动性。同时采用案例式教学、情景教学法、拓展式作业巩固教学法、项目导向式教学、小组讨论式教学等方法。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

生态旅游学

**一、说明**

**（一）课程性质**

《生态旅游学》是一门新兴的交叉性学科，是以生态学原则为指针，以生态环境和自然环境为取向所开展的旅游管理专业的一门选修课程.该课程用比较广阔的思路和多学科的内容对生态旅游进行较完整的梳理，从生态旅游作为区域可持续发展战略的视角出发，以地理学、生态学、环境科学、社会学、文化学、管理学以及建筑规划学等多学科为基础，开创性地从理论上阐述了不同生态系统对生态旅游目的地打造的重要意义，并结合实际案例分析，从环境，经济和社会可持续发展的角度审视生态旅游实践。

**（二）教学目的**

通过学习，使旅游管理专业学生了解生态旅游的产生、发展及特点，理解生态旅游的理论基础和生态旅游系统，了解国内外生态旅游发展状况及存在问题，探讨近年国内外就生态旅游讨论的一些热点问题;掌握运用生态旅游系统的观点来分析生态旅游者、生态旅游资源、生态旅游业和生态旅游环境的方法；掌握生态旅游资源的概念以及分类，掌握生态旅游资源的保护性开发；理解生态旅游业的特点，掌握生态旅游业管理的方法，了解生态旅游业的发展和展望；掌握生态旅游环境容量的概念、量测方法和调控机制，掌握生态旅游对环境的影响以及保护对策。

**（三）教学内容**

课程内容主要包括生态旅游的发展及特点、理论基础、生态旅游者的形成及其行为、生态旅游资源形成、类型及其保护性开发、生态旅游业管理、生态旅游环境的容量及其保护等。该课程内容涉及到很多其他的学科，比如《旅游学》的基础知识部分，《旅游地理学》的旅游资源部分以及《管理学》方面的知识，所以可以根据其他课程的开设情况及进程适当的增删。

**（四）教学时数**

1、时数：2/周，总计：36课时

2、进度：

《生态旅游学》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 学时 |
| 一 | 生态旅游的产生、发展及特点 | 2 |
| 二 | 生态旅游的理论基础与生态旅游系统 | 4 |
| 三 | 生态旅游者 | 6 |
| 四 | 生态旅游资源 | 6 |
| 五 | 生态旅游业 | 4 |
| 六 | 生态旅游业管理 | 2 |
| 七 | 生态旅游业的发展及展望 | 4 |
| 八 | 生态旅游环境 | 2 |
| 九 | 生态旅游环境容量 | 4 |
| 十 | 生态旅游环境保护 | 2 |
| 合计 | 十章 | 36学时 |

**（五）教学方式**

主要以“研究型学习”课程教学法为主，采用研究、讨论、讲座等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上经常交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

期末闭卷考试（60%）与平时成绩（含讨论、期中论文等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：单项选择题、多项选择题、名词解释题、辨析题、简答题、论述题、实务题。

**二、本文**

**第一章 生态旅游的产生、发展及特点**

**教学要点：**

了解生态旅游产生的背景，掌握生态旅游的概念、发展历程及特点。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 生态旅游的产生

一、人类生活环境质量的恶化

二、人类环境意识的觉醒

三、传统大众旅游的生态化

第二节 生态旅游概念的发展

一、生态性旅游的保护性

二、生态旅游的两大特点

三、生态旅游的三大标准

四、生态旅游的四大功能

第三节 生态旅游的要点及特点

一、生态旅游概念的要点

二、生态旅游活动的特点

教学重点：生态旅游的特点、标准和功能；生态旅游概念的要点和特点

教学难点：生态旅游概念的理解

教学方式：理论授课

**考核要求**

识记：生态旅游概念的要点和特点

领会：生态旅游的特点、标准和功能

综合运用：结合生态旅游的基本概念与特点，分析几处生态旅游地主要功能、发现其中的主要问题，讨论其解决的对策。

**第二章 生态旅游的理论基础与生态旅游系统**

**教学要点：**

了解生态旅游的理论基础和生态旅游系统的概念。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 人与自然关系理论与生态旅游

一、人与自然的关系

二、对自然价值的重新思考

三、人与自然关系的学说

第二节 生态美理论与生态旅游

一、生态美概念

二、生态美的特点

三、生态美理论的生态旅游价值

四、生态旅游的四大功能

第三节 生态学理论

一、生态学的概念与范畴

二、生态学的历史及与人类的关系

三、态系统和生态系统管理

四、全球生态学

第四节 可持续发展理论

一、可持续发展的概念

二、可持续发展观

三、可持续发展的战略

四、可持续发展理论的生态旅游价值

第五节 生态旅游系统

一、“旅游系统”

二、“四体”生态旅游系统

教学重点：生态旅游的理论基础和生态旅游系统

教学难点：生态旅游系统

教学方式：理论授课

**考核要求：**

1、识记生态美的概念与特点

2、掌握生态学基本理论

3、了解可持续发展理论的生态旅游价值

**第三章 生态旅游者**

**教学要点：**

了解生态旅游者的概念、特征、分类。

**教学时数：**

**6**学时

**教学内容：**

第一节 生态旅游者的概念

一、生态旅游者的界定

二、生态旅游者和传统大众旅游者

三、生态旅游者的特征

第二节 生态旅游者的权益与责任

一、生态旅游者的权益

二、生态旅游者的责任

第三节 生态旅游者的分类

一、以国境国界为标准进行分类

二、以组织形式为标准进行分类

三、以目的方式为标准进行分类

四、以其他标准进行分类

教学重点：生态旅游者的概念、特征、分类。

教学难点：生态旅游者的概念、特征、分类。

教学方式：理论授课

第四节 生态旅游者的形成（4学时）

教学目的与要求：

了解生态旅游者形成的主客观条件、生态旅游的旅游动机以及影响旅游动机的因素。

教学内容：

一 生态旅游者形成的客观条件

1、经济能力

2、休闲时间

3、社会经济环境

4、身体状况

第五节 生态旅游者形成的主观条件

1、旅游动机

2、生态旅游者的旅游动机

3、影响生态旅游者动机的因素

第六节 生态旅游者的培养

1、培养的意义

2、培养的内容

3、培养的途径

教学重点：生态旅游者形成的主观客观条件、旅游动机

教学难点：旅游动机的定义、影响因素

教学方式：理论授课

第七节 生态旅游者行为

教学目的与要求：

了解生态旅游者的保护性旅游行为、审美行为和生态旅游流的概念。教学内容：

一 生态旅游者保护性旅游行为

1、生态旅游者保护性行为概述

2、保护性旅游行为层次与阶段

3、保护性旅游行为的保护行动指南

二 生态旅游者审美行为

1、美与审美

2、生态旅游者审美的要求

3、生态旅游者审美的境界

4、生态旅游者审美的意义

**考核要求：**

1、识记生态旅游者的权益与责任。

2、掌握生态旅游者形成的客观及主观条件

3、了解生态旅游者的保护性旅游行为、审美行为和生态旅游流的概念

**第四章 生态旅游资源**

**教学要点：**

掌握生态旅游资源的定义和特征。

**教学时数：**

6学时

**教学内容：**

第一节 生态旅游资源概念

一、生态旅游资源的定义

二、生态旅游资源与传统大众旅游资源的比较

三、生态旅游资源概念的争议

第二节 生态旅游资源的特征

一、生态特征

二、自然特征

三、社会特征

四、经济特征

教学重点：生态旅游资源的定义、特征

教学难点：生态旅游资源与传统大众旅游资源的比较

教学方式：理论授课+实践授课

第三节 生态旅游资源形成及类型

教学目的与要求：

了解生态旅游资源的形成、分类。

教学内容：

一 生态旅游资源的形成

1、大自然的演化

2、人与自然共同营造

3、生态旅游资源保护

二 生态旅游资源的分类

1、分类依据

2、生态旅游资源分类系统

三、 生态旅游资源类型

1、陆地生态旅游资源

2、水体生态旅游资源

3、农业生态旅游资源

4、园林生态旅游资源

5、科普生态旅游资源

6、自然保护生态旅游资源

7、文化保护生态旅游资源

8、法律保护的生态旅游资源

教学重点：生态旅游资源的形成、分类

教学难点：生态旅游资源的分类

教学方式：理论授课+实践教学

**第四节 生态旅游资源的保护性开发（8学时）**

教学目的与要求：

掌握生态旅游资源保护性开发的新思路、实施细则；了解保护性开发的案例。

教学内容：

一、 生态旅游资源保护性开发的新思路

1、新目标——旅游业的可持续发展

2、新观点——系统的观点、保护的观点

3、新模式——“护源”开发导向模式和”三Z“开发模式

4、新认识——循环开发过程

5、新原则——生态旅游资源保护性开发十大原则

第五节 生态旅游资源保护性开发设计实施细则

一、生态旅游保护性开发规划步骤

二、生态旅游项目的开发设计

三、生态旅游设施的开发设计

第六节 生态旅游保护性开发案例

一、功能分区开发——加拿大班夫公园

二、调动社区居民积极性——赞比亚野生动物保护案例

三、分流客源——西班牙乡村旅游案例

四、提高价格限制游客数量——不丹自然和文化资

源保护区案例

五、对影响资源环境的旅游开发进行调整——美国

雷姆村克雷特湖国家公园案例

教学重点：生态旅游资源保护性开发的新思路、设计实施细则

教学难点：“护源”型开发模式和“三Z”型开发模式

教学方式：理论授课+实践教学

**考核要求：**

1、识记生态旅游资源与传统大众旅游资源

2、掌握生态旅游资源保护性开发的新思路、实施细则；了解保护性开发的案例。

**第五章 生态旅游业**

**教学要点：**

掌握生态旅游业的定义、包括的内容。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 生态旅游业概念

一、生态旅游业的界定

二、生态旅游业与传统大众旅游业

三、生态旅游业的性质和特点

第二节 旅行社

一、旅行社的性质、类型及作用

二、生态旅游业对旅行社的要求

第三节 旅游饭店

一、旅游饭店的作用和等级

二、符合生态旅游业要求的生态饭店

第四节 旅游交通

一、旅游交通的重要性

二、生态旅游业中的交通的特性

三、生态旅游业中交通的基本构成

第五节 生态旅游商品与生态旅游康乐

一、生态旅游商品

二、生态旅游康乐

教学重点：生态旅游业的定义、旅行社、旅游交通、旅游饭店以及生态旅游商品和康乐

教学难点：生态旅游业包含的内容

教学方式：理论授课

**考核要求：**

1、识记生态旅游业的概念界定与特点

2、掌握生态旅游业对各旅游支柱产业的基本要求

**第六章 生态旅游业管理**

**教学要点：**

了解生态旅游行业管理的主体对象、内容手段。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 生态旅游行业管理

一、生态旅游行业管理的主体与对象

二、生态旅游行业管理的内容与手段

三、生态旅游行业管理的工作思路

第二节 生态旅行社管理

一、生态旅行社管理的意义

二、生态旅游社区管理的目标与途径

三、社区管理的案例——印度尼西亚巴厘省杜阿岛

旅游度假区

第三节 生态旅游区环境管理

一、生态旅游区环境管理的内容和理论基础

二、生态旅游区环境管理的指导原则及对象

教学重点：生态旅游行业管理的内容范围

教学难点：生态旅行社管理和生态旅游区环境管理

教学方式：理论授课

**考核要求：**

1、识记生态旅游行业管理的主体与对象、内容与手段

2、了解生态旅游行业管理的主体对象、内容手段

3、综合运用：分析几处生态旅游行业管理的现状与未来

**第七章 生态旅游业的发展及展望**

**教学要点：**

了解国内外生态旅游业的发展现状及未来发展趋势。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 国外生态旅游业的发展现状

一、欧美地区生态旅游业发展现状

二、亚太地区生态旅游业发展现状

三、非洲和南极洲生态旅游业发展现状

四、国外生态旅游业发展案例——哥斯达黎加

第二节 我国生态旅游业发展概况

一、生态旅游区建设及其生态旅游业开展情况

二、生态旅游产品学研的发展情况

三、我国生态旅游业发展案例

第三节 生态旅游业展望

一、世界旅游业发展特征和生态旅游业发展趋势

二、我国生态旅游业的发展前景

教学重点：国内外生态旅游业的发展

教学难点：我国生态旅游业的发展现状

教学方式：理论授课+案例分析

**考核要求：**

1、了解国外生态旅游业的发展现状

2、掌握我国生态旅游区建设及其生态旅游业开展情况

**第八章 生态旅游环境**

**教学要点：**

了解生态旅游环境的概念、构成和特点。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 生态旅游环境的概念

一、旅游环境与生态旅游环境

二、生态旅游环境与生态旅游系统的“三体”之间

的关系

第二节 生态旅游环境的构成

一、自然生态旅游环境

二、社会文化生态旅游环境

三、生态经济旅游环境

四、生态旅游气氛环境

第三节 生态旅游环境的特点

一、资源性

二、综合性

三、容量有限性

教学重点：生态旅游环境的概念构成和特点

教学难点：生态旅游环境的定义、特点

教学方式：理论授课

**考核要求：**

1、识记生态旅游环境的定义、特点

2、能够分析当前生态旅游环境的现状与存在问题

**第九章 生态旅游环境容量**

**教学要点：**

掌握生态旅游环境容量的概念含义、特征和调控方法。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 生态旅游环境容量概述

一、生态旅游环境容量的含义

二、影响生态旅游环境容量的因素

三、生态旅游环境容量的概念体系

四、生态旅游环境容量特征

第二节 生态旅游环境容量的确定与测量

一、生态旅游环境容量确定与测量的思想方法

二、生态旅游环境容量确定与测量的研究方法

第三节 生态旅游环境容量的调控

一、生态旅游环境容量饱和和超载的调控

二、对“疏载”的生态旅游环境容量的调控

教学重点：生态旅游环境容量的含义、特征、调控方法

教学难点：生态旅游环境容量的饱和、超载及疏载

教学方式：理论授课+案例解析

**考核要求：**

1、识记生态旅游环境容量的概念含义、特征

2、掌握生态旅游环境容量的确定与测量方法，并结合实际案例进行测算

**第十章 生态旅游环境保护**

**教学要点：**

了解生态旅游对环境的有利和不利影响以及保护对策。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 生态旅游对环境的良性影响

一、生态旅游促进自然生态环境良性循环

二、生态旅游开发促进区域经济发展

三、生态旅游促进区域社会进步

第二节 生态旅游对环境的不利影响

一、生态旅游对自然环境的不利影响

二、生态旅游对旅游区经济环境的影响

三、生态旅游对旅游区社会环境的影响

四、生态旅游对旅游区文化环境的影响

五、生态旅游带来一些噪声污染

第三节 生态旅游环境问题与保护对策

一、生态旅游环境问题的形成原因

二、生态旅游环境问题的类型

三、生态旅游环境保护对策

教学重点：生态旅游对环境的影响的两个方面

教学难点：生态旅游环境保护对策

**考核要点：**

识记生态旅游对环境的有利和不利影响

了解生态旅游环境的主要问题与保护对策

**三、参考书目：**

1、高峻，《生态旅游学》，南开大学出版社，2014年。

2、杨桂华，钟林生等，《生态旅游》，高等教育出版社，2000年。

3、印开蒲、鄢和琳，《生态旅游与可持续发展》，四川大学出版社，2003年。

4、林越英，《旅游环境保护概论》，旅游教育出版社，2000年。

5、吴必虎，《区域旅游规划原理》，中国旅游出版社，2010年。

6、张建萍，《生态旅游理论与实践》，中国旅游出版社，2003年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。用课件进行讲授，增加直观性和生动性。同时采用案例式教学、情景教学法、拓展式作业巩固教学法、项目导向式教学、小组讨论式教学等方法。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

会展旅游

**一、说明**

**（一）课程性质**

会展旅游是以会议、会展、奖励旅游、节事活动及其与之相关的社会经济活动为研究对象，以旅游六要素的供给与需求核心内容的一门综合性课程，属于旅游管理的选修课程之一。

**（二）教学目的**

通过本课程的教学使学生掌握会展旅游的基本要求，分析会展旅游的相关概念与案例，学会运用会展管理实务，掌握会展旅游开发原理，更好地为发展会展旅游服务。

**（三）教学内容**

本课程主要介绍会展旅游的基本理论和原理。教学内容共分十章，主要包括：第一章 绪论；第二章 会展产业分析；第三章 会展市场分析；第四章 会展旅游管理与开发分析；第五章 会议旅游；第六章 展览旅游；第七章 节事旅游；第八章 会展旅游营销；第九章 会展旅游与城市发展；第十章 会展主要国际组织概要。

**（四）教学时数**

1、2课时/周，总计：36课时

2、进度安排

《会展旅游》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **章次** | **主要内容** | **总学时** | **课堂教学** | **实践课** |
| **一** | 绪论 | 4 | 3 | 1 |
| **二** | 会展产业分析 | 4 | 3（课堂讲授） | 1（讨论、案例） |
| **三** | 会展市场分析 | 4 | 3（课堂讲授） | 1（讨论、案例） |
| **四** | 会展旅游管理与开发分析 | 4 | 3（课堂讲授） | 1（讨论、案例） |
| **五** | 会议旅游 | 4 | 3（课堂讲授） | 1（讨论、案例） |
| **六** | 展览旅游 | 4 | 3（课堂讲授） | 1（讨论、案例） |
| **七** | 节事旅游 | 4 | 3（课堂讲授） | 1（讨论、案例） |
| **八** | 会展旅游营销 | 4 | 3（课堂讲授） | 1（讨论、案例） |
| **九** | 会展旅游与城市发展 | 4 | 3（课堂讲授 | 1（讨论、案例 |
| **十** | 会展主要国际组织概要 | 2 | 2（课堂讲授 |  |
| **合计** | 十章 | 36 | 28 | 8 |

**（五）教学方式**

主要以“应用型学习”课程教学法为主，采用课堂讲授、案例讨论等互动式教学法。要熟悉掌握课程所涉基本理论，通过具体案例，讨论并形成良好行为导向，从而提高学生解决实际问题的能力，实现教学目的。

**（六）考核方式**

识记：识记有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

**二、本文**

**第一章 会展概论与概述**

**教学要点：**

1、会展旅游的概念界定

2、会展旅游的发展历史演变

3、国内外会展研究综述

4、国内外会展旅游发展现状及趋势

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 会展旅游的概念界定

1、国内的界定

2、国外的界定

第二节 会展旅游的发展历史演变

第三节 国内外会展研究综述

1、国外会展研究综述

2、国内会展研究综述

第四节 国内会展旅游的发展现状和趋势

1、国内会展旅游业发展现状

2、我国会展旅游的发展趋势

第五节 国外会展旅游的发展现状和趋势（全球及地区发展状况）

**考核要求：**

1、了解会展的概念

2、理解与掌握会展旅游的国内外现状

**第二章 会展产业分析**

**教学要点：**

1、会展产业的起源

2、会展产业构成及产业链分析

3、会展产业集群

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 会展产业的起源

第二节 会展产业分析

第三节 会展产业构成及产业链分析

1、会展产业由核心层、辅助层和配套层三部分构成。

2、会展产业构成驱动因素：

3、会展产业链

第四节 会展产业集群

1、会展产业集群概念

2、会展产业集群的基本特征：

3、会展产业集群的生命周期：诞生阶段、成长阶段、成熟阶段、衰退阶段

4、会展产业集群的竞争优势

第五节 会展产品分析和供求关系

1、会展产品形式：

2、会展产品的基本特征

3、会展产品的供求关系

**考核要求：**

1、掌握结合案例对会展产业进行分析

2、熟悉并掌握会展产业集群概念，基本特征和生命周期

3、掌握会展产业的构成及学会产业链分析

**第三章 会展市场分析**

**教学要点：**

1、会展需求的含义

2、会展需求价格机制及弹性

3、影响会展需求的因素

4、会展供给（含义、特征、规律、供给价格机制及弹性）

5、影响会展供给的因素

6、会展市场竞争结构及市场行为分析（供求均衡理论）

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 会展需求（含义、构成、规律）

1、会展需求的含义

2、会展需求的构成

3、会展需求规律

第二节 会展需求价格机制及弹性

1、会展需求价格机制

2、会展需求弹性

第三节 影响会展需求的因素

第四节 会展供给（含义、特征、规律、供给价格机制及弹性）

1、会展供给的含义和特征

2、会展供给规律

3、会展供给价格机制及弹性

第五节 影响会展供给的因素

1、经济发展水平

2、会展商品和劳务的价格水平

3、经济资源存量及利用水平

4、宏观产业政策

5、国际经济环境与对外开放程度

6、生产技术和管理水平因素

7、不可抗力与其他相关因素

第六节 会展市场竞争结构及市场行为分析（供求均衡理论）

**考核要求：**

1. 了解会展产品的基本特征和供求关系

2、掌握会展需求的含义、构成、规律

3、了解影响会展供给的因素

4、熟悉并掌握会展市场竞争结构及市场行为分析，供求均衡理论

5、掌握会展供给的含义，供给价格机制及弹性

**第四章 会展旅游管理与开发分析**

**教学要点：**

1、会展旅游管理概述

2、会展旅游的策划与开发

3、旅游业与会展业的融合

4、旅游业与会展业的互补性与趋同性

5、奖励旅游与商务旅游

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 会展旅游管理

1、概述

2、政府会展旅游管理职能

第二节 会展旅游的策划与开发

1、会展策划的含义：

2、会展旅游项目策划的原则：

3、会展旅游市场开发

第三节 旅游业与会展业的融合

第四节 旅游业与会展业的互补性与趋同性

1、会展业和旅游业都有弹性。

2、旅游与会展产业发展动力的趋同性

3、旅游与会展产业能级提升的新业态

第五节 奖励旅游

1、奖励旅游的定义

2、奖励旅游的类型

3、奖励旅游的特点

第六节 商务旅游

1、商务旅游定义

2、商务旅游特点

3、商务旅游特征

4、市场细分：

**考核要求：**

1、了解会展旅游管理流程

2、了解奖励旅游与商务旅游

3、学会结合案例论述旅游业与会展业的融合，互补性与趋同性

**第五章 会议旅游**

**教学要点：**

1、会议旅游的基本概念、类型与特点会议的策划

2、会议旅游的运作与管理

3、2008北京奥运会与2010上海世博会

4、会议的组织机构与职责

1. 会议的审批程序

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 会议旅游的基本概念、类型与特点

1、会议旅游的概念

2、会议旅游的类型

3、会议旅游的特点

第二节 会议的策划（概念与方法、原则与内容、流程与分工）

1、概念与方法

2、原则与内容

3、会议策划的流程与分工

第三节 会议旅游的运作与管理

1、会议旅游运作的基本条件

2、会议旅游的活动过程

3、会议旅游的运作细节

第四节 2008北京奥运会

第五节 2010上海世博会

1、世博会的举办提升了上海会展旅游业的国际知名度、美誉度

2、世博会的举办为上海会展旅游业奠定了不可或缺的“硬件”基础

3、世博会的举办使我国特别是会展旅游业的“软实力”大幅抬升

4、世博会的举办还大大加速了上海会展旅游产业集群的繁衍扩张

第六节 会议的组织机构与职责

1、会议的组织机构

2、会议组织者的主要职责

第七节 会议审批程序

1、会议主办单位写具《会议申请表》、《会议经费预算表》；全局性会议报上级办公室部门审核。部门内部会议报报本级办公部门审核。

2、办公部门认真审核、确定参会领导。

3、办公部门对《会议经费预算表》进行认真审核、核准。

4、依据《会议经费预算表》的审查结果，以及主要 领导和相关领导的意见，对《会议申报表》签署意见。

5、分管会议审批程序的领导签字。

6、依照会议审批领导签署的意见，财务部门按照核准的经费指标，集中支付，统一核算，实报实销，结余归财政。

**考核要求：**

1、掌握会议旅游的基本概念、类型与特点

2、掌握会议审批程序

3、了解2010上海世博会与2008北京奥运会的后期效应

4、了解会议的策划过程与内容

**第六章 展览旅游**

**教学要点：**

1、展览旅游的概述

2、展览旅游的内涵、外延、参与主体

1. 展览旅游的运作原理
2. 国内外展览业的发展

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 展览旅游的概述

1、概述：

2、展览旅游的特点：

第二节 展览旅游的内涵、外延、参与主体

1、展览旅游的内涵

2、展览旅游的参与主体：

第三节 展览旅游的运作与管理

1、展览旅游的运作模式

2、展览旅游的运作程序

第四节 国际国内展览业发展

1、中国展览业现状具有五大特点：

2、中国展览业将呈现六大发展趋势

3、从整体上看，国际展业当前的发展水平与发展格局同世界经济发展总体状况是基本一致的。

**考核要求：**

1、掌握与识记展览旅游的概念、内涵、参与主体

2、掌握中国展览业大发展趋势

**第七章 节事旅游**

**教学要点：**

1、节事和节事旅游

1. 节事活动发展

3、节事旅游的运作原理

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 节事和节事旅游（概念界定）

1、节事的概念

2、节事旅游的概念

3、节事旅游的特点

第二节 节事活动发展

1、节事活动的概念

2、节事活动的分类

第三节 节事旅游运作与管理

1、节事旅游的运作模式

2、节事旅游的运作过程

3、节事旅游的管理

**考核要求：**

1、掌握并识记节事旅游的概念

2、掌握节事旅游的运作与管理

**第八章 会展旅游营销**

**教学要点：**

1. 会展旅游市场营销
2. 会展旅游营销组合策略
3. 新型会展旅游营销案例

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 会展旅游市场营销

1、概述

2、会展旅游市场：公司市场和协会市场

3、会展市场营销组织：

第二节 会展旅游营销组合策略

1、营销组合要素：产品、定价、渠道、人、有形展示和过程七个方面。

2、营销策略：

第三节 新型会展旅游市场营销运用案例

1、会展营销的破冰行动——“远特”一站式通信服务

2、不可不“读”的二维码广告——2007年北京ad: tech 国际互动多媒体会展上的二维码技术

3、小松山“把买家留住”的营销管理

**考核要求：**

1、掌握会展旅游市场营销的概念及组合策略

2、学会运用案例分析新型会展旅游市场营销

**第九章 会展旅游与城市发展**

**教学要点：**

1. 会展产业与城市发展
2. 会展城市的形成条件与策略分析
3. 会展旅游与城市经济发展

4、我国城市化进程与会展发展的几种模式

5、我国会展带发展状况（会展经济带与城市群）

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 会展产业与城市发展

1、会展产业与城市发展的关系

2、会展业对城市发展的推动作用

第二节 会展城市的形成条件与策略分析

1、会展城市的形成条件

2、会展城市的战略营销

第三节 会展旅游与城市经济发展

1、会展对城市经济的影响

2、会展经济影响的相关产业

第四节 我国城市化进程与会展发展的几种模式

1、我国城市化进程

2、我国城市会展发展的几种模式

第五节 我国会展带发展状况（会展经济带与城市群）

**考核要求：**

1、掌握会展产业与城市发展的关系及推动作用

2、了解并识记我国城市化进程与会展发展的几种模式

3、了解我国会展经济带与城市群

4、掌握会展旅游对城市经济发展的影响

**第十章 会展主要国际组织概要**

**教学要点：**

1. 会议的主要国际组织
2. 展览的主要国际型组织
3. 奖励旅游的主要国际组织

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 会议的主要国际组织

1、概述：

2、主要国际组织类型：

第二节 展览的主要国际型组织

1、国际展览局（BIE：The Bureau of International Exposition）

2、申办世界博览会的主要程序：

3、国际展览管理协会

4、国际博览会联盟

5、世界场馆管理委员会

6、国际展览运输协会

7、国际场馆经理协会（IAAM： International Association of Assembly Managers）

8、欧洲主要展览中心协会

9、亚太地区展览会议联合会

10、CeBIT

第三节 奖励旅游的主要国际组织

1、奖励旅游管理者协会成立

2、奖励旅游管理者协会成员

3、奖励旅游管理者协会的会员享有的权利

**考核要求：**

1、掌握会展的主要国际组织类型

2、了解展览的主要国际型组织类型

3、了解奖励旅游的主要国际组织类型

**三、参考书目**

1、曾亚强、张义等编著，《会展概论》， 北京：北京化学工业出版社，2010年。

2、郑建瑜，《会议策划与管理》，天津：南开大学出版社，2014年。

3、史国祥，《会展导论》，天津：南开大学出版社，2009年。

4、田桂成，《会展旅游管理与案例分析》，沈阳：辽宁科学技术出版社，2005年。

5、贾晓龙，《会展旅游》，北京：清华大学出版社，2011年。

6、胡平，《会展管理》，北京:高等教育出版社，2009年。

7、张艳玲，《会展管理》，北京:北京交通出版社，2009年。

8、黄向、李正欢，《会展管理:原理、案例》，广州:暨南大学出版社，2009年。

9、任国岩、骆小欢，《会展组织与管理》，北京:高等教育出版社，2004年。

10、华谦生，《会展管理例》，广州:广东经济出版社，2008年。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

民族旅游

1. **说明**

**（一）课程性质**

《民族旅游》是旅游管理（航空服务方向）专业的一门专业任选课程，是学生日后从事旅游相关工作必要的专业知识，同时也是专业基础课的拓展和延伸，可帮助学生对于旅游相关概念，理论，原理的理解。通过本门课程的教学，可使学生对民族旅游资源的调查方法、民族旅游景区开发和管理模式等有比较系统和全面的了解和认识，提高学生的知识储备，培养学生的专业基本素质，具有其他课程所不能替代的重要作用。

**（二）教学目的**

本课程的教学目的是使学生全面掌握民族旅游相关概念及原理的理论体系与基本方法。只有全面掌握了民族旅游的基本原理和方法才能更好的将旅游管理专业的各门专业基础课程融会贯通，才能更好的认识和理解旅游管理专业的各专业课程在整个旅游管理知识体系建构中的地位和作用。同时也能更好的将理论与实践相结合，提高学生的实际操作能力与理论运用能力，提高学生的专业素养。

**（三）教学内容**

本课程第一部分主要介绍民族旅游的相关概念和原理，结合案例介绍民族旅游资源和民族旅游市场的调查方法。提出民族旅游资源的具体开发思路和模式，分析不同开发类型的案例，介绍民族旅游区（点）的经营管理与营销策略以及对民族旅游可持续发展的探讨。第二部分结合9个具体案例说明第一部分构建的民族旅游基本原理。

**（四）教学时数**

1、时数：2/周，总计：36课时

2、进度：

《民族旅游》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 |
| 一 | 民族旅游概论 | 3 |
| 二 | 民族旅游资源解析 | 3 |
| 三 | 民族旅游市场探索 | 4 |
| 四 | 民族旅游区（点）开发研究 | 4 |
| 五 | 民族旅游区（点）管理思考 | 4 |
| 六 | 民族旅游可持续发展刍议 | 4 |
| 七 | 案例分析 | 14 |
| 合计 | 七章 | 36 |

**（五）教学方式**

主要以“研究型学习”课程教学法为主，采用研究、讨论、讲座等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上经常交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

期末论文（60%）与平时成绩（含讨论、期中论文等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

**二、本文**

**第一章 民族旅游概论**

**教学要点：**

1、详细介绍“民族”和“旅游”概念并界定“民族旅游”概念。

2、民族旅游的特征以及它的作用与影响。

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1. 民族旅游的界定（1学时）

弄清“民族”和“旅游”的概念后，从民族文化、民族社区、民族共同体等方面理解民族旅游的概念。

二、民族旅游的特征（1学时）

1、多重民族性是民族旅游的特征之一。

从民族旅游活动的主体和客体分析民族旅游的多重民族性。

2、特定地域性是民族旅游的特征之一。

3、较大神秘性是民族旅游的特征之一。

4、高度敏感性是民族旅游的特征之一。

5、多种需求性是民族旅游的特征之一。

三、民族旅游的作用与影响（1学时）

1、促进各民族友好团结、理解交流、合作发展。

2、促进民族优秀文化的传承、创新与保护。

3、可能引发民族矛盾，导致民族文化蜕变。

**考核要求：**

1、识记民族旅游定义。

2、掌握民族旅游的特征。

3、熟悉旅游的各种定义的侧重点和特点；.熟悉民族旅游的作用与影响。

**第二章 民族旅游资源解析**

**教学要点：**

1、结合案例介绍民族旅游资源分析方法。

2、介绍民族旅游资源的分类。

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1. 民族旅游资源的概念及特征（1学时）

1、民族旅游资源的定义。

2、民族旅游资源的特征。

民族性、区域性、多样性、异质性、神秘性、可传承性、可传播性、可发展性。

1. 民族旅游资源的分类（1学时）

1、民族文化

服饰、饮食、居住、交通、交换、通讯、生产、民风、伦理、生丧、节庆、婚恋、礼节、禁忌、语文、文艺、信仰、娱乐、哲学思想。

2、民族社区

3、民主共同体

1. 民族旅游资源的调查、评估与实作（1学时）

1、民族旅游资源的调查方法。

文献搜索法、现场调查法、文献搜索法与现场调查法的结合。

2、民族旅游资源的评估方法。

列级旅游资源评价法、市场调查评价法、比较分析评价法、专家眼光评价法、综合分析评价法。

3、民族旅游资源调查、评估实作。

结合具体案例分析。

**考核要求：**

1、识记民族旅游资源定义及特征。

2、熟悉民族旅游资源的分类。

3、掌握并应用民族旅游资源的调查和评估方法。

**第三章 民族旅游市场探析**

**教学要点：**

1、结合案例介绍民族旅游市场的涵义与调查方法。

2、介绍民族旅游市场细分与定位。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

一、民族旅游市场的涵义与调查方法。（2学时）

问卷调查法、深入访谈法、现场观察法、网络调查法。

1. 民族旅游市场细分与定位（2学时）。

民族旅游商根据调查结果和各种资料初步确定市场范围；在调查和分析的基础上，描述该民族旅游市场的各细分市场；根据细分市场的特点和现状，从未来发展的视角，预见性的确定该民族旅游市场的主要目标人群。

**考核要求：**

1、识记民族旅游市场的定义。

2、掌握并应用民族旅游市场的调查方法。

**第四章 民族旅游区（点）开发研究**

**教学要点：**

结合案例介绍民族旅游区（点）的开发理念、思路与模式。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

1. 民族旅游区（点）的开发理念、思路与模式（2学时）。

1、民族旅游区（点）的开发理念。

可持续发展、以人为本、民族平等、社区参与、共赢、生态旅游、旅游是一种美好生活、细节决定成败。

2、民族旅游区（点）的开发思路。

民族服饰的开发、民族饮食的开发、民族民居的开发、民族交通的开发、民族节日的开发、民族婚恋的开发、民族礼节的开发、民族语文的开发、民族文艺的开发、民族宗教的开发、民族娱乐的开发、民族民风的开发、民族性格的开发、

3、民族旅游区（点）的开发模式。

原生性旅游资源开发模式、移植性资源开发模式、兼容性资源开发模式。

二、民族旅游区（点）的开发个案分析（2学时）

1、西双版纳曼景兰傣味一条街。

2、深圳锦绣中华与中国民俗文化村。

3、芬兰科尔瓦拉度假村（Korvala Inn）

4、西双版纳傣族园。

**考核要求：**

1、领会民族旅游区（点）的开发理念、思路与模式。

2、掌握并应用民族旅游区（点）开发模式。

**第五章 民族旅游区（点）管理思考**

**教学要点：**

介绍民族旅游区（点）的经营管理方法与营销策略。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

1. 民族旅游区（点）的经营管理（2学时）

1、关于民族旅游区（点）的管理。

从门票管理、环境管理、人力资源管理三方面进行论述。

2、关于民族民居旅馆（客栈）的管理。

3、关于民族餐饮的经营。

4、关于民族导游的培养。

二、民族旅游区（点）的营销策略（2学时）

1、提炼主题，精心打造。

2、赢得口碑，廉价宣传。

3、利用网络，高效营销。

**考核要求：**

1、熟悉并应用民族旅游区（点）的经营管理方法。

2、熟悉并应用民族旅游区（点）的营销策略。

**第六章 民族旅游可持续发展刍议**

**教学要点：**

分析民族旅游可持续发展现状现状及民族旅游可持续发展途径。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

1. 民族旅游“不可持续发展现象”分析（2学时）

1、民族旅游可持续发展。

民族旅游可持续发展的目标。

2、民族旅游发展中的“不可持续性现象”分析。

部分民族文化面临消失；民族地区环境形势严峻；部分民族旅游区的开发只顾眼前利益。

二、民族旅游可持续发展途径探讨（2学时）

1、民族旅游可持续发展的战略重点。

树立民族旅游可持续发展理念；自觉传承、抢救、扩布、创新民族文化；积极保护、建设民族聚居地；合理开发民族旅游资源；大力开发民族旅游人力资源。

2、民族旅游可持续发展的战略措施。

科学编制民族旅游开发与保护规划；不断探索民族旅游可持续发展的有效机制；

**考核要求：**

1、了解民族旅游可持续发展现状。

2、了解民族旅游可持续发展途径。

**第七章 案例分析**

**教学要点：**

案例分析。

**教学时数：**

14学时

**教学内容：**

1. 民族旅游资源领略与解读案例（2学时）

1、田园牧歌般的村庄——霞给

2、20世纪西双版纳傣族生活方式解读。

二、民族旅游资源开发与环境保护研究案例（4学时）

1、一种特殊的民族文化旅游资源开发研究。

2、弘扬传统森林文化，开展真正生态旅游。

三、民族旅游区（点）导游讲解案例（4学时）

1、西双版纳民族风情园。

2、水一样温柔的民族。

四、民族旅游区（点）开发建议、策划与规划案例（4学时）

1、红和人家风情园开发项目建议书。

2、中国彝族十月太阳历文化园拓展开发策划。

3、咪依噜风情谷旅游区总体规划。

**考核要求：**

应用民族旅游基本原理分析具体案例。

**三、参考书目：**

1、欧阳正宇，《西部民族民俗旅游》，北京大学出版社，2014年。

2、张超、喇明清，《民族旅游研究与旅游资源调查》，民族出版社，2010年。

3、吴忠军，《中国民族旅游研究》，北京旅游教育出版社，2015年。

4、吴其付，《民族旅游与文化认同：以羌族为例》，人民出版社，2015年。

5、窦开龙，《民族地区旅游业发展的民生效应研究：基于甘南的旅游人类学调查》，中国社会科学出版社，2016年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。用课件进行讲授，增加直观性和生动性。同时采用案例式教学、情景教学法、拓展式作业巩固教学法、小组讨论式教学等方法。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

文化人类学

**一、说明**

**（一）课程性质**

《文化人类学》是为旅游管理（航空服务校企合作培养）专业学生开设的专业平台任选课程。本课程主要介绍文化人类学的发展历史和理论流派，文化人类学的学科分支及所探讨的基本问题，田野调查等以及文化人类学在中国的发展。

**（二）教学目的**

本课程的教学目的在于通过教与学，使学生了解文化人类学各个理论流派的主要观点以及文化人类学的学科分支及所探讨的基本问题等，初步掌握田野调查的研究方法，要求学生能够运用文化人类学的基本理论思想来分析特定的文化现象，培养正确对待异文化的观念与态度，训练跨文化交流能力，培养学生在工作和生活当中的多元文化主义的处事范式。

**（三）教学内容**

择取文化人类学的主要研究成果、知识累积和研究思路，指导学生如何从物质生产、社会结构、人群组织、风俗习惯、宗教信仰等各个方面研究整个人类文化的起源、处长、变迁和金化的进程，并且比较各民族、各部落、各国家、各地区、各社团的文化的相同点和相异点，借以发现文化的普遍性以及个别的文化模式，从而总结出社会发展的一般规律和特殊规律。

**（四）教学时数**

1、学时：每周2学时，共计36学时。

2、进度：

《文化人类学》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 学时 |
| 一 | 导论 | 2 |
| 二 | 文化人类学的理论发展过程 | 2 |
| 三 | 田野研究的特征 | 4 |
| 四 | 田野调查方法 | 4 |
| 五 | 语言与交际民族志 | 4 |
| 六 | 生计方式 | 4 |
| 七 | 亲属关系与社会结构 | 4 |
| 八 | 社会团体、政治组织与社会控制 | 4 |
| 九 | 宗教信仰与仪式 | 4 |
| 十 | 文化变迁与文化人类学的应用 | 4 |
| 合计 | 十章 | 36 |

**（五）教学方式**

主要以“研究型学习”课程教学法为主，采用课堂讲授、个案研究、课堂讨论等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上经常交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

本课程的考查方式为撰写课程论文，考查范围应覆盖所有讲授内容，考查内容应能客观反映出学生对本门课程主要概念的记忆、掌握程度，对有关理论的理解、掌握和综合运用能力。 本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

掌握：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在掌握的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：单项选择题、多项选择题、名词解释题、辨析题、简答题、论述题、实务题。

总评成绩：平时成绩占30%（以课堂讨论、读书报告和考勤为依据），课程论文占70%。

**二、本文**

**第一章 导论**

**教学要点：**

理解文化人类学的定义、研究对象、地位及研究意义，掌握跨文化比较方法；了解文化人类学的产生与发展历史；理解文化人类学的基本认识论与方法论主题，掌握普同性、文化相对性、适应和整体性的概念。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节学科概述（0.5学时）

什么是文化人类学，文化人类学的研究对象和研究意义，跨文化比较研究法

第二节文化人类学的产生与发展（0.5学时）

第三节认识论与方法论主题（1学时）

普同型，文化相对性，适应性，整体性

**考核要求：**

1、识记文化、文化人类学的概念；识记文化人类学产生的背景与过程。

2、掌握文化人类学的研究对象、意义和方法。

**第二章 文化人类学的理论发展过程**

**教学要点：**

了解古典进化论、船舶学派、历史特殊论学派、新进化论、法国社会学派、功能主义学派、结构主义学派、象征人类学以及解释人类学各个学派的基本观点及其代表人物的理论思想，理解各个理论流派的联系与区别，掌握摩尔根、泰勒、博尔斯、迪尔凯姆、马林诺夫斯基、布朗、列维-斯特劳斯的观点。

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

第一节 历史建构理论（0.5学时）

一、古典进化论（摩尔根、泰勒的理论观点）

二、传播学派（英国学派、德国-奥地利学派、美国学派）

三、历史特殊论学派（博尔斯的理论观点、本尼迪克特的文化模式论以及米德的文化决定人格论）

四、新进化论（莱斯利·怀特的文化马克思主义和朱利安·斯图尔德的文化生态学）

第二节 整体分析理论（0.5学时）

一、法国社会学派（迪尔凯姆的社会整体论、马塞尔·莫斯、列维-不留尔、赫尔茨的整体观）

二、功能主义学派（马林诺夫斯基的功能主义观点以及拉德克利夫、布朗的结构功能主义）

三、结构主义人类学（列维-斯特劳斯的结构主义理论）

第三节 意义探求理论（1学时）

象征人类学和解释人类学的基本观点、代表人物及其主要观点。

**考核要求：**

1、识记文化人类学的古典进化论、传播学派、历史特殊论学派、新进化论、法国社会学派、功能主义学派、结构主义人类学、象征人类学和解释人类学的基本观点、代表人物及其主要观点。

2、掌握文化人类学的历史建构理论、整体分析理论和意义探求理论的产生背景和思想渊源。

**第三章 田野研究的特征**

**教学要点：**

理解田野工作的定位与研究取向，掌握田野工作、大传统和小传统、主位和客位、精英文化与大众文化、大小规模社会等概念；了解田野研究的类别选择，掌握过程研究；理解田野研究的研究性质，了解田野伦理。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节田野工作的研究取向（1学时）

一、田野工作的确立

二、田野工作的定位与研究取向

第二节田野研究的类别选择（1、5学时）

一、问题研究

二、过程研究

第三节研究性质和田野伦理（1、5学时）

一、理论预设与假说

二、确定研究性质与对象

三、田野伦理

**考核要求：**

1、识记田野研究的类别选择、过程研究、定位与研究取向。

2、掌握田野工作、大传统和小传统、主位和客位、精英文化与大众文化、大小规模社会等概念。

**第四章 田野调查方法**

**教学要点：**

了解田野工作的定位和预料困难；掌握田野调查的几种具体方法；理解田野资料的整理原则，了解田野资料的种类。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节进入田野调查地点（1学时）

一、进入田野的方式以及预料困难

第二节田野调查方法举要（1、5学时）

一、参与观察法

二、访谈法

三、抽样法

四、谱系法

五、个人生活史

第三节田野资料与整理（1、5学时）

一、田野资料的种类

二、资料整理原则

**考核要求：**

1、识记田野工作的几种主要方法。

2、掌握田野工作几种主要方法的具体操作方法，掌握田野资料的处理方法。

**第五章 语言与交际民族志**

**教学要点：**

理解语言和言语、语境的内涵，了解结构语言学和结构人类学；理解语言与文化、语言与认知的关系，掌握萨皮尔-沃尔夫加说，了解双语的成因与影响；了解交际民族志的有关内容，掌握话语分析和话语/交际民族志的内容、代表人物及研究方法。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节理解语言（1学时）

一、语言符号

二、语言与言语的概念

三、从结构语言学到结构人类学的发展

四、语境的涵义以及语境和意义

第二节语言的社会关联（1、5学时）

一、语言与社会

二、认知以及与文化的关系

三、双语习得与社会文化

第三节交际民族志（1、5学时）

一、话语分析

二、话语/交际民族志的内容

三、代表人物及研究方法

四、非语言交际

**考核要求：**

1、识记语言符号、结构人类学、语言的社会关联、交际民族志的概念。

2、掌握语言对认知的影响和语言对社会文化形塑作用的相关理论。

**第六章 生计方式**

**教学要点：**

了解四种生计方式：游猎、游耕、游牧及精耕农业；理解这些生计方式与生态环境之间的关系，掌握生态人类学对这些生计方式的解释，尤其是与生态环境之间文化适应的理论解释；了解乡村人类学的相关内容。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节游猎（1学时）

一、古今游猎的生计方式

二、古今游猎的生计方式与文化生态学对之的解释

三、文化生存问题

第二节游耕（1学时）

一、小型园艺农业

二、游耕的特点、技术以及游耕与游猎采集社会的差别

三、对游耕生计方式的认识

四、中国境内的游耕

第三节游牧（1学时）

一、游牧生计方式、游牧模式、畜牧经验方式及游牧组织

二、游牧生态学对游牧的解释以及牧业与农业的关系

第四节精耕农业与乡村人类学（1学时）

一、精耕农业的特点与农业文明

二、乡村人类学的基本主题

**考核要求：**

1、识记生计方式的概念、生计方式的基本类型、乡村人类学的基本理论。

2、掌握人类学对这些生计方式的解释，尤其是与生态环境之间文化适应的理论解释。

**第七章 亲属关系与社会结构**

**教学要点：**

理解亲属关系的性质及其在人类学研究中的地位；理解婚姻的涵的概念、成因及影响；掌握婚姻的规定，了解婚后居住模式及离婚；掌握家庭的结构和类型，理解家庭的功能；理解继嗣群存在的意义，掌握继嗣规则和继嗣群形式；掌握亲属分类的原则，了解亲属分类的种类以及亲属称谓与社会行为之间的关系。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节亲属关系的性质及其在人类学研究中的地位（0.5学时）

一、亲属关系的性质

二、亲属关系在人类学研究中的地位

第二节婚姻（0.5学时）

一、婚姻的定义

二、婚姻的规定

三、婚后居住模式以及离婚

第三节家庭（1学时）

一、家庭的结构与类型

二、家庭的功能

第四节继嗣群（1学时）

一、继嗣群存在的意义

二、继嗣规则

三、继嗣群的形式

第五节亲属分类与亲属称谓（1学时）

一、亲属分类的原则

二、亲属分类的系统

三、亲属称谓与社会行为

**考核要求：**

1、识记亲属关系、婚姻关系、家庭结构、家庭类型、继嗣群的概念。

2、掌握亲属分类的原则以及亲属分类与社会行为之间的关系。

**第八章 社会团体、政治组织与社会控制**

**教学要点：**

了解自愿性团体与非自愿性团体的种类；掌握政治、政治竞争的概念，理解权力与权威、政府与政治的区别，理解权力与资源的区别，掌握政治组织的基本类型，了解其演进的规律；理解社会规范与控制机制的内涵，掌握正式的社会控制方式，了解政治人类学的研究特点。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节社会团体（1、5学时）

一、非自愿性社会团体

二、自愿性社会团体

第二节政治组织（1学时）

一、政治

二、政治竞争

三、政治组织类型

四、政治组织类型的演进

第三节社会控制（1、5学时）

一、社会规范与控制机制

二、正式的社会控制

三、政治人类学的研究特点

**考核要求：**

1、识记社会团体、政治组织和社会控制的概念。

2、掌握社会团体的分类与类型，政治组织的类型，社会控制的规范机制。

**第九章 宗教信仰与仪式**

**教学要点：**

理解宗教的含义，掌握宗教总体类型、宗教研究的方法特点和研究途径以及超自然存在的类别，了解宗教中介或者宗教师；掌握仪式的概念、特征、过程以及巫术的特征与作用，了解仪式象征的意义；理解宗教与生态、科学以及社会变迁的关系，掌握宗教的社会控制方式。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节人类学视野下的宗教（1学时）

一、宗教的含义

二、宗教的总体类型

三、人类学视野下宗教研究方法的特点和理论研究途径

四、超自然存在的类别

五、信仰维系的适应策略

六、宗教中介和宗教师

第二节仪式与巫术（1、5学时）

一、仪式的概念、特征、过程及其解释

二、仪式与象征

三、巫术的特征与作用

四、巫术与宗教的关系

第三节社会中的宗教（1、5学时）

一、宗教与生态、科学、社会变迁的关系

二、宗教的社会控制的方式

**考核要求：**

1、识记宗教、仪式与巫术的概念。

2、掌握宗教研究的方法与途径，仪式象征的意义，宗教的社会控制方式。

**第十章 文化变迁与文化人类学的应用**

**教学要点：**

理解文化变迁的原因，掌握文化变迁的种类以及文化变迁的一个一般规律——文化叠合论，了解应用人类学及其与当代中国的社会改革的关系。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节文化变迁的原因（1学时）

一、发现与发明

二、传播

三、涵化

四、革命

五、文化传播的选择性

第二节文化变迁的种类（1、5学时）

一、无意识的变迁

二、有意识的变迁

第三节文化叠合论（1学时）

一、应用人类学与当代中国的社会改革

**考核要求：**

1、识记文化变迁的概念、文化变迁的种类、文化传播与文化涵化的概念。

2、掌握文化变迁的种类及其一般规律，文化人类学在当地社会中的运用。

**三、参考书目**

1、夏建中,《文化人类学理论学派》，中国人民大学出版社，1997年。

2、王铭铭，《社会人类学与中国研究》，上海三联书店，1997年。

3、庄孔韶主编，《人类学通论》，山西教育出版社，2002年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件和文化实物。用课件进行讲授，增加直观性和生动性。同时采用案例式教学、情景教学法、拓展式作业巩固教学法、项目导向式教学、小组讨论式教学等方法。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游美学

**一、说明**

**（一）课程性质**

旅游美学是美学的一门分枝学科，也是一门美学与旅游学的交叉学科，是旅游管理专业的选修课程。该课程从旅游整体出发，运用美学的理论、观点和方法，广泛研究旅游现象、旅游关系、旅游行为及其变化规律，具有丰富的理论性和较强的实践性。

**（二）教学目的**

通过本课程的学习，使学生掌握旅游美学的有关理论知识，了解旅游美学研究的主要对象、根本范围、理论基础等基本知识；系统掌握各类景观的审美方法及景观美的本质；领会旅游之美的本质、旅游审美感的特征、旅游审美心理过程、旅游实践的审美归宿等知识。提高旅游审美能力，为针对旅游产业实际进行美学分析奠定良好的基础。

**（三）教学内容**

本课程主要介绍旅游美学学科概况、各类旅游审美对象及其特征、旅游者的审美心理及其所诱发的美化人生、升华人性的人生艺术化功能的关注。

**（四）教学时数**

1、学时：每周2学时，共计36学时。

2、进度：

《旅游美学》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章 次 | 内容 | 总时数 |
| 绪 论 | 旅游美学教学目的、意义及主要内容、方法（美学及旅游美学概述） | 2 |
| 第一章 | 旅游审美主体审美潜能的培育（感知力、理解力、想象力。审美方法、时间、角度等） | 4 |
| 第二章 | 旅游审美对象分类及其特征（自然景观、人文景观总体特征） | 4 |
| 第三章 | 自然景观世界审美（地貌、水体、天象、动植物） | 6 |
| 第四章 | 人文景观世界审美（古建筑、园林、民居、宗教等） | 10 |
| 第五章 | 人类景观世界审美（服饰、气质等、特殊职业—-导游等） | 4 |
| 第六章 | 造型艺术景观世界审美（雕塑、绘画、摄影、书法艺术等） | 6 |

**（五）教学方式**

采用启发式、案例式教学法，培养学生独立思考、分析问题和解决问题的能力；对教材中的相关理论分析部分,在讲授时结合案例进行分析，使学生将理论与实际联系起来，引导和鼓励学生自觉用心理学的方法观察和分析问题。同时适当增加讨论课、实训课等教学环节。

**（六）考核方式**

本课程以论文形式进行考核，论文占60%，平时成绩占40%。

**二、本文**

**绪论**

**教学要点：**

1. 美学及旅游美学的概念。

2、 旅游美学研究的对象和范围：旅游者游览、观赏的对象；游客的审美欲求与旅游的审美关系及旅游工作者自身的审美修养；旅游者与旅游饭店。美与旅游的关系；旅游者的审美欲求与旅游的审美关系；旅游者与旅游饭店的关系。

3、旅游美学的现实意义：它具有直接为旅游经济服务的实用性；它不但要研究客观存在的美，而且也研究如何开发美、创造美；它具有审美教育功能。

**教学时数：**

2课时

**教学内容：**

绪论 （2学时）

一、美学的产生与发展（中国、西方）;美的本质、美的分类、形式、形态、感受、创造等

二、什么是旅游美学

三、旅游美学研究的对象和范围

四、旅游美学的现实意义

**考核要求：**

识记：

1、美学及旅游美学的基本概念。

2、旅游美学研究的对象和范围。

领会： 旅游美学的功能。

分析：旅游美学的现实意义。

1. **旅游审美主体审美潜能的培育**

**教学要点：**

1、审美主体潜能培育：感知力、理解力、想象力。

2、 旅游观赏的方法；动态观赏、静态观赏。观赏风景应保持一定距离。

3、 旅游观赏的角度：正面观赏和侧面观赏，平视、仰视和俯视。

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 审美主体潜能培育：感知力、理解力、想象力（2学时）

审美能力:主体在审美活动中进行审美 判断和形成美的形象的心理能力。

一、训练审美感知力

（一）审美感知力的构成

1、观察力：指向观赏物的外部形态。

观赏者在感知时全力把握给自己留下形象的图式，强化印象深的东西。

2、情绪感应力：观赏者观察审美对象的同时必然伴随相关的情绪体验

（二）审美感知力的特点

整体性 选择性 情感性 创造性

(三)审美感知力的培养

二、培育审美理解力

（一）审美理解力：是在感知基础上领悟自然事物的意味或艺术品内容和意义的一种能力。

审美感知----直觉式理解

（二）审美理解力的特点

1、审美理解运用的是形象（意象）思维

2、理解的不确定性和多义性

（三）审美理解力的培养

1、克服理性抽象思维的惯性，学会形象思维

2、涉猎广泛的文化知识

3、接受艺术的熏陶

三、丰富审美想象力

（一）审美想象力的特点

1、审美想象力体现自由

2、审美想象力指向理想

3、审美想象力实现创造

第二节 旅游审美原理与方法（2学时）

一、观赏方法

1、动态观赏

2、静态观赏

二、观赏的距离

三、观赏的角度

四、观赏的时间

**考核要求：**

识记：审美感知力、理解力、想象力的构成。

领会： 旅游审美能力的表现、观赏风景的方法和角度。

综合应用：应用观赏风景美的方法、距离、角度如何来把握风景美的特征。

**第二章 旅游审美对象分类及其特征**

**教学要点：**

1、风景美的形态：自然美、人工美。

2、 自然景观的特征：形象美，主要表现为雄、秀、奇、险、幽；色彩美，动态美；朦胧美。

3、人文景观特征

**教学时数：**

4课时

**教学内容：**

第一节 旅游审美对象的分类

**一、旅游景观审美系统的构成： 审美主体 、旅游景观**(客体)、**审美心境、景观场**

二、按照景观的属性分类：自然景观、人文景观、人类景观、艺术景观

1、自然景观世界审美（地貌、水体、天象、动植物）

2、人文景观世界审美（建筑、园林、宗教等）

3、人类景观世界审美（服饰、气质等、特殊职业—导游等）

4、造型艺术景观世界审美（雕塑、室内装潢、表演艺术等）

第二节 自然景观审美特征（1学时）

自然旅游景观：是指大自然赋予地理区域的、能使人产生美感的自然环境及其景象的地域组合。

一、形象美

雄（伟）、秀（美）、奇（特、）险（峻）、幽（静）

二、 色彩美

三、 动态美

四、 朦胧美

第三节 人文景观审美特征（2学时）

人文旅游景观或文化景观是人类长期从事劳动时间和创造的结晶。其内容主要包括建筑园林、碑刻楹联、历史与艺术博物馆、风俗民情和神话传奇。

一、工艺美

应用法则：反复与整齐、对称与均衡、调和与对比、尺度与比例、节奏与 韵律、多样与统一。

应用原理：虚实相生、天人协调

二、历史意味与风情美  
 三、意境美

**考核要求：**

识记：审美对象及其分类方法

领会：自然与人文景观旅游审美特征及审美方法。

综合应用：应用观赏风景美的方法、距离、角度如何来把握自然风景之美。

**第三章 自然景观世界审美**

**教学要点：**

1、掌握地质地貌、水体、天象、动植物旅游景观的形成机理

2、了解地质地貌、水体、天象、动植物旅游景观的旅游功能及其特点

**教学时数：**

8课时

**教学内容：**

第一节 地质地貌类旅游景观审美

一、地质地貌类景观的概念及形成机理

二、地文景观旅游资源的基本类型及特点

1、地质过程形迹

2、山体、石体与峡谷

3、蚀余地貌景观

4、自然灾变遗迹景观

5、沙石地貌景观

6、岛礁

7、洞穴地貌

三、地文景观的旅游功能

1、审美功能

2、科普教育功能

3、探险运动与康体健身运动功能

4、文化旅游功能

第二节 水域风光类旅游景观审美

一、水域风光类旅游资源概述

1、水体的类型与分布

2、水域风光水域风光的旅游功能

1）吸引因素

2）旅游功能

二、水域风光旅游资源类型

1、河段景观旅游资源

2、湖泊与沼泽景观旅游资源

3、瀑布景观旅游资源

4、泉水景观旅游资源

5、海洋景观旅游资源

6、冰雪景观旅游资源

第三节 气象气候与天象旅游景观审美

一、气象气候与天象旅游资源概述（基本概念、气候类型与特点）

二、气象气候对旅游的影响

三、气象气候与天象旅游资源的旅游功能

四、气象与天象旅游资源

1、日出与晚霞

2、日食、月食、彗星奇观

3、云雾景

4、雨景

5、蜃景与宝光

6、雾凇、雨凇景

第四节 生物景观类旅游景观审美

一、生物景观类旅游资源的概念、类型、特点

二、生物景观与旅游的关系；

三、生物景观类旅游资源的旅游功能

1、审美功能

2、医疗健身功能

3、科普教育与文化旅游功能

四、植物景观类旅游资源（树木、草原、植被垂直带、花卉

五、动物景观类旅游资源（主要的动物栖息地、动物事件、动物表演）

**第四章 人文景观世界审美**

**教学要点：**

1、我国三大古建筑群；三大石窟；中国四大佛山；著名陵墓；三大名桥；江南三大楼阁。

2、中国古建筑的主要形式：古城建筑；宫廷建筑；陵园建筑；寺庙建筑；石窟建筑；佛塔建筑；桥梁建筑。

3、中国古建筑的审美特征：结构形式；群体组合；装饰色彩；人工美与自然美的结合。

4、我国古典园林造园艺术的特点

5、我国民居的主要类型及其特征

6、中西方建筑布局及审美对比

**教学时数：**

8课时

**教学内容：**

第一节 古建筑类旅游景观审美

一、 中国古建筑与旅游

二、 中国古建筑的主要形式：古城建筑、宫廷建筑、陵园建筑、寺庙建筑、石窟建筑、佛塔建筑、桥梁建筑等

三、古建筑的审美特征与欣赏：结构形式、群体组合、装饰色彩、建筑美与自然美的结合

第二节园林景观审美

一、 中国园林艺术：

1. 中国造园艺术的特点
2. 中国古代苑囿及其发展

3、中国园林分类

* 1. 皇家园林　（颐和园、圆明园、避暑山庄）
  2. 私家园林

二、园林的要素及其审美特征

1. 园林中的山、水、花木、山（假山叠石）

1、假山叠石的审美功

2、假山叠石的审美标准　①做假为真　②瘦、透、漏、皱　③丑

三、园林的建筑：亭、台、楼、阁、榭、坊、廊、 桥、墙

四、我国古典园林造园艺术的特点：

（1）在有限的空间里，要再现自然山水的美，寓意曲折含蓄，引人探求和回味，避免全盘托出，一览无余；

（2）造山挖池，要“宛自天开”、“巧夺天工”，避免牵强附会，矫揉造作；

（３）各类建筑的设置，要与周围的环境有机地结合，避免画蛇添足；

（４）园内景物的安排，要有构图层次，突出重点，避免喧宾夺主；

（５）景物的组织，要统一，有连续性，避免杂乱无章。

五、园林景观审美：景观线、观赏点、特写景、引景、点景、借景、藏景。

第三节民居、宗教景观审美（自学）

第四节中西方古建筑文化及其审美比较

一、中西方传统建筑文化对比

1、中国建筑的文化内涵

2、西方建筑的文化内涵

二、中西方建筑布局及审美对比

1、封闭与开放

2、群体与个体

3、承袭与创新

4、静态与动态

5、幻想与理念

6、精神与物质

**考核要求：**

识记：1、中国古建筑的主要形式及其形式特征。

2、我国古典园林造园艺术的特点。

领会：1、古建筑在旅游中的意义。

2、我国园林建筑的主要形式。

综合应用：1、举例说明古建筑的形式美的规律及其审美价值。

2、中国造园艺术的美学特征及其在世界园林中的地位。

3、举例分析中西方建筑布局及审美差异

**第五章 人类景观世界审美**

**教学要点：**

1、人类景观世界在旅游中的具体展示形式。

2、旅游从业人员的美好公众形象的塑造**。**

**教学时数：**

4课时

**教学内容：**

一、人体美

1、人体肤色质感之美

2、人体线条轮廓之美

3、人体形象比例之美

二、举止美

1、彬彬有礼之美

2、落落大方之美

3、精神抖擞之美

三、气质美

1、内在修养之美（腹有诗书气自华，蕴于内而形诸外）

2、外在风度之美

3、眼神之美

4、谈吐之美

四、服饰美

1、色彩

2、款式

3、个性

1. 审美信息的传递者--导游

（一）导游语言艺术

关于导游手法：虚实相间、进入角色、制造悬念、点面结合、利用参数

（二）审美行为的协调艺术

1、一张一弛

2、有缓有急

3、快慢相宜

4、音调和谐

5、适时停顿

（三）导游工作者的美学修养

1、培养自我审美意识

2、研究游客的审美需求与动机

3、尊重游客的审美习惯

4、掌握和应用旅游观赏原理

5、提高再创造的能力

**考核要求：**

识记： 1、正确欣赏人类自身的美。

2、导游作为旅游者的直接审美对象时的集中表现的几个方面。

3、导游作为审美信息的传递者时涉及的语言艺术和导游手法。

领会： 领会导游作为审美行为的协调者时的具体要求。

分析：分析导游在旅游审美活动中的三种不同角色。

综合应用： 作为一个导游工作者如何提高自己的美学修养，如何来传递审美信息和协调审美行为？

**第六章 造型艺术景观审美**

**教学要点：**

1、古代雕塑艺术的成就及其分布情况、雕塑的特征、雕塑的形式、审美实例等

2、绘画审美-中国画的形成、发展概况，各代著名画派、画家简介、中国画的分类及审美特征。

**教学时数：**

4课时

**教学内容：**

第一节 雕塑艺术审美

一、 雕塑的一般特征及形式

（一）雕塑的特征

（二）雕塑的形式： 圆雕、浮雕。按其社会功能，雕塑可分为：架上雕塑、纪念碑雕塑、园林雕塑、建筑雕塑、城市雕塑及环境雕塑。

4、中国古代雕塑的美学特征：纪念性，象征性，装饰性，假定性、类型化，与建筑、环境融为一体。

（三）中国古代雕塑的美学特征

纪念性、象征性、装饰性、假定性、类型性、与建筑、环境融为一体

二、中国著名旅游区雕塑实例赏析

1. 秦始皇陵兵马俑

1、秦俑的写实风格

2、秦俑的形象塑造

3、秦俑的神态刻画

（二）霍去病墓石刻

（三）云冈石窟大佛

（四）龙门石窟大佛

（五）石浮雕“昭陵六骏”

（六）乾陵石雕

（七）敦煌彩塑、麦积山泥塑观音像、供养人像、晋祠彩塑侍女像、大足石刻、华严寺彩塑菩萨像、保圣寺泥塑罗汉像

第二节绘画艺术审美

一、中国画概述：春秋战国时代、汉代、三国、两晋及南北朝、隋唐时期、宋代、元代、明代、清朝、近现代

二、中国画的种类：卷轴画、壁画、工艺绘画

三、 中国画的审美特征

1、意境：诗中有画，画中有诗 以形写神，得意忘形

2、格调：用笔——书画同源，以线造型;用墨——水墨为上，墨分五色

设色——随类赋彩，色不碍墨;章法——虚实相生，置陈布势

3、气韵:六法与气韵、四品

第三节摄影、书法之审美（自学）

**考核要求：**

识记：1、中国雕塑的形式特征和社会功能。

2、中国画的分类。

领会：1、中国古代雕塑的美学特征与旅游的关系。

2、中国画形成和发展的脉络。

分析：1、分析中国古代雕塑在旅游中的意义及其艺术成就。

2、举例说明中国画的审美特征和意境。

**三、参考书目：**

1、陈鸣主编，《新编旅游美学》华南理工大学出版社, 2013 年。

2、黄艺农著，《旅游美学》，湖南教育出版社，1999年版。

3、杨滨章、张杰、李雷鹏主编，《旅游美学》东北林业大学出版社，2002年。

4、仇学琴主编，《现代旅游美学》，云南大学出版社，2001年。

5、王柯平，《旅游美学新编》，旅游教育出版社，2000年。

6、庄志民，《旅游美学》，上海三联书店出版，1999年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

在教学中采用多媒体课件辅助教学，使教学更加生动形象，提高学生学习的积极性。课堂教学，以讲授法为主，适当组织课堂讨论，培养学生学习、思考和分析解决问题的能力。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游社会学

1. **说明**

**（一）课程性质**

本课程为学院平台课程任选课程，是旅游管理专业的重要理论课程之一，是研究旅游管理专业的重要导引性和工具性课程。

**（二）教学目的**

旅游社会学，是从旅游业入手，运用社会整体论、社会互动等社会学理论，来研究其各个组成部分的良性运行和协调发展的条件和机制的一门新兴学科。它试图通过微观、宏观两个角度，广泛研究旅游现象、关系、行为、规律，以期望解决旅游业发展中遇到的问题，实现旅游业的持续发展和推动整个人类生存和发展环境的改善和提高。社会学是一门基础学科，十分强调想象力的重要，但它同时也具有很强的应用价值。就旅游业来说，它是可持续发展的必要性，越来越对基础学科提出要求，越来越要求学者们穷极背后的终极原理，而不囿于表面、短期或局部的知识有用性。而要穷尽事物背后的终极原理，就不能局限于实用的层次，而必须超越这一层次，以达到穷尽罗格斯的目的。旅游社会学的教学目的就在于发掘旅游现象背后的一些更深层次的东西。

**（三）教学内容**

本课程系统而有重点的介绍旅游社会学研究的主要领域，即旅游作为一个系统，所包括的不同的子系统：动机与体验系统、吸引物系统、支持系统、话语系统、关系系统等。本课程教学内容共分10章，主要包括三部分内容，第一部分介绍旅游社会学的视野与研究对象；第二部分旅游社会学的主要理论视角；第三部分介绍当前旅游社会学研究的一些热点问题。

**（四）教学时数**

1、时数：2课时/周，总计：36课时

2、进度：

《旅游社会学》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 课堂教学 | 讨论（实践）课 |
| 一 | 绪论 | 2 | 2 |  |
| 二 | 旅游社会学的主要理论视角 | 4 | 4 |  |
| 三 | 旅游者角色、群体、分类与分层 | 3 | 3 |  |
| 四 | 旅游动机 | 4 | 3 | 1 |
| 五 | 旅游体验中的本真性问题 | 4 | 3 | 1 |
| 六 | 旅游吸引物 | 4 | 3 | 1 |
| 七 | 旅游地形象的社会建构 | 3 | 2 | 1 |
| 八 | 主客关系与社会凝视 | 4 | 3 | 1 |
| 九 | 旅游现象中的性别问题 | 3 | 2 | 1 |
| 十 | 旅游的社会文化影响 | 5 | 4 | 1 |
| 合计 |  | 36 | 29 | 7 |

**（五）教学方式**

主要以“研究型学习”课程教学法为主，采用教授、讨论、讲座等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上经常交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：单项选择题、多项选择题、名词解释题、辨析题、简答题、论述题、实务题。

**二、本文**

**第一章绪论：旅游社会学视野与研究对象**

**教学要点：**

1、社会学视野下的旅游

2、旅游社会学的研究对象

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

1. 社会学视野下的旅游
2. 旅游社会学的研究对象

一、动机与体验系统

二、旅游吸引物系统

三、支持系统

四、话语系统

五、关系系统

**考核要求：**

1、识记旅游社会学定义

2、了解旅游社会学的形成和发展过程

3、掌握旅游社会学的研究对象和适宜研究的目标为今后的研究方向打下良好基础。

4、运用在学习本章节知识的基础上从旅游社会学的研究视角选定一个研究方向，尝试论文撰写。

**第二章 旅游社会学的主要理论**

**教学要点：**

1、韦伯主义

2、涂尔干主义

3、马克思主义

4、功能主义

5、符号互动论

6、社会现象学

7、世界系统论

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节韦伯主义：文化与意义的解读

第二节涂尔干主义：集体意识与整合仪式

第三节马克思主义：社会结构、意识形态与阶级冲突

第四节功能主义：社会功能与社会整合

第五节符号互动论：意义与互动

第六节社会现象学：自然化世界

第七节世界系统论：边缘与核心

**考核要求：**

1、识记韦伯主义、功能主义等社会学研究的主要理论。

2、了解旅游社会学理论的形成和发展过程

**第三章 旅游者角色、群体、分类与分层**

**教学要点：**

1. 旅游者角色与分类

2、旅游者分类与旅游市场分割

3、旅游者与社会分层

4、背包客与另类旅游

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节旅游者角色与分类

第二节旅游者分类与旅游市场分割

第三节旅游者与社会分层

第四节背包客与另类旅游

第五节旅游者虚拟社区

**考核要点：**

1、识记旅游者分类方法及适用范围。

2、了解旅游者分类与旅游市场分割的异同及这些分类形式相互借鉴的途径；

旅游市场划分的依据，思考文化资本是否能为市场营销提供依据。

3、运用运用本章所学知识整理旅游者的分类方式，分析不同类型的游客反映的社会发展背景与个体心理需求。

**第四章 旅游动机**

**教学要点：**

1. 旅游动机在不同历史阶段的发展

2、旅游动机研究的理论框架

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节旅游动机在不同历史阶段的发展

第二节旅游动机研究的理论框架

第三节旅游动机的实证研究

**考核要点：**

1、识记马斯洛的需求层次理论及适用范围、皮尔斯的TCL理论及模型

2、了解中西方不同历史时期，人们的旅游动机、行为表现的不同；

旅游动机与民族性的关系；

马斯洛的理论被广泛应用的原因，其理论的不足是什么和与旅游研究结合的依据。

3、掌握旅游动机的研究对于旅游管理的意义；

不同文化背景下的人群旅游动机的差异。

4、运用通过本章节学习研究“逃避——追寻”模型的学科研究背景的及其主要内容是什么。尝试用本章学习的学科研究模型解决研究中的实际问题。

**第五章 旅游体验中的本真性问题**

**教学要点：**

1. 现代旅游中本真性问题的缘起

2、西方旅游研究中的本真性概念

3、“本真性”理论在西方旅游研究中的应用

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节现代旅游中本真性问题的缘起

第二节西方旅游研究中的本真性概念

第三节“本真性”理论在西方旅游研究中的应用

**考核要点：**

1、识记本真性的概念和与旅游研究的关系

2、了解旅游研究中本真性的概念的发展阶段及其主要特征。

3、运用本真性概念适用范围，研究旅游演艺产品的舞台化真实；

探究本真性和其他特性的关系，说明真性反映了游客对旅游的情感态度。

**第六章 旅游吸引物**

**教学要点：**

1、旅游吸引物的概念及内涵

2、旅游吸引物的属性和价值

3、旅游吸引物的社会建构

4、社会变迁与旅游吸引物

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节旅游吸引物的概念及内涵

第二节旅游吸引物的属性和价值

第三节旅游吸引物的社会建构

第四节社会变迁与旅游吸引物

**考核要点：**

1、识记旅游吸引物和旅游吸引物系统、旅游吸引物的双重属性

2、掌握旅游吸引物的社会建构过程。

旅游吸引物的动态变化过程，社会变迁对旅游吸引物的变化的影响。

**第七章 旅游地形象的社会建构**

**教学要点：**

1、旅游地形象的塑造与表征

2、旅游地的空间生产与形象建构

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节旅游地形象的塑造与表征

第二节旅游地的空间生产与形象建构

**考核要点：**

1、掌握旅游目的地形象的构建过程。

旅游目的地形象构建的影响因素和影响力的大小。

2、运用通过学习本章内容研究游客对旅游目的地形象构建的影响，讨论旅游摄影图片是塑造旅游目的地形象的途径。

**第八章 主客关系与社会凝视**

**教学要点：**

1. 主人社会的感知与态度

2、旅游凝视

3、照相机镜头下的主客关系

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节陌生人

第二节主人社会的感知与态度

第三节旅游凝视

第四节照相机镜头下的主客关系

**考核要点：**

1、识记旅游凝视的定义

2、了解旅游凝视理论的提出及研究适用范围；

分析旅游凝视中所体现出来的权力关系。

3、运用通过本章节内容的学习从社会学视角来理解旅游中的主客关系；

分析摄影是否可以作为一种旅游凝视，对旅游凝视的方法进行分析。

**第九章 旅游现象中的性别问题**

**教学要点：**

1. 社会学的性别理论

2、社会学视角下的旅游现象性别框架

3、性别化的旅游者

4、旅游系统里的性别不平等

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节社会学的性别理论

第二节社会学视角下的旅游现象性别框架

第三节性别化的旅游者

第四节旅游系统里的性别不平等

**考核要点：**

1、识记性别化旅游者的社会学定义。

2、了解中国旅游目的地性别化现象，分析其内在原因。

3、掌握社会学的性别理论的提出发展过程和该理论研究的重要发展阶段。

社会学视角下的旅游现象性别框架。

**第十章 旅游的社会文化影响**

**教学要点：**

1. 旅游与目的地社会变迁

2、旅游与目的地文化变迁

3、旅游、迁移与身份认同

4、旅游与社会排斥

5、旅游增权与目的地可持续发展

6、旅游发展的社会、文化后果

**教学时数：**

5学时

**教学内容：**

第一节旅游与目的地社会变迁

第二节旅游与目的地文化变迁

第三节旅游、迁移与身份认同

第四节旅游与社会排斥

第五节旅游增权与目的地可持续发展

第六节旅游发展的社会、文化后果概览

**考核要点：**

1、识记旅游与目的地、社会排斥、旅游增权等基础概念。

2、了解旅游排斥的概念，旅游目的地衰退而引发的社会排斥问题的解决措施；

旅游对目的地社会结构带来的变革文化；

3、运用结合本章所学内容及相关理论模型解释旅游目的地文化演变的过程。

梳理旅游社会、文化影响研究中主要的理论观点，分析它们的差异体。

**三、参考书目**

1、韦伯，《新教伦理与资本主义精神》于晓等译，三联书店，1987年。

2、迪尔凯姆，《社会学方法的准则》狄玉明译，商务印书馆，1995年。

3、戴维.波普诺，《社会学》，中国人民大学出版社，2000年。

4、巴比，《社会研究方法》，华夏出版社，2000年。

5、费孝通，《乡土中国》，三联书店，1985年。

6、A.J.维尔，《休闲与旅游研究方法》，中国人民大学出版社，2008年。

7、尹德涛等，《旅游社会学研究》，南开大学出版社，2006年。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

旅游文化学

**一、说明**

**（一）课程性质**

《旅游文化学》课程注重突出内容的基础性、人文性和应用性，以介绍旅游文化的相关情况为出发点，以学生文化感情熏陶及人文素质培养为主线，突出人文精神教育思想理念，将人文知识与人文精神，渗透、贯穿到学生的成长历程中，提升学生的综合人文素养。本课程在教学中应从多角度剖析旅游文化的现状，立足旅游文化普及的实际，将旅游文化的理论与实践融为一体，旨在帮助提高学生的学习效果和综合能力。

**（二）教学目的**

全面了解本课程的体系与结构，掌握各章之间的内在联系，突出各章内容在旅游文化方面的具体表现形式和在理解中国旅游文化特点与内容整体性的意义与作用。旅游文化的人文素养是本课程的核心内容，而在许多与旅游文化相关的，特别是中国旅游文化的区域性和层次性需作重点讲授。本课程的主要目的是使学生了解旅游文化的相关知识，培养学生良好的旅游文化意识及逻辑分析、自主学习延伸能力和理论联系实际的运用能力，使学生理解旅游文化知识对学习生活工作的重要性，激发学生对旅游文化知识的学习兴趣，增进学生对于旅游文化的了解。

**（三）教学内容**

在了解旅游文化的含义、功能、特征、形成发展过程及其重要地位和发展趋势等相关知识的基础上，分类介绍旅游山水、建筑、园林、名城村镇、名人故居、宗教、民俗、饮食、文学、休闲、生态、制度文化等不同方面的旅游文化内容，使学生认识旅游文化在旅游产业中的重要地位和作用，认识到不同旅游文化的特点、特征及其中存在的联系。

**（四）教学时数**

1、时数：2/周，总计：36课时

2、进度：

《旅游文化学》课程教学进度表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章数 | 教学内容 | 学时 |
| 第一章 | 绪论 | 1 |
| 第二章 | 旅游山水文化 | 3 |
| 第三章 | 旅游建筑文化 | 3 |
| 第四章 | 旅游园林文化 | 3 |
| 第五章 | 名城村镇旅游文化 | 3 |
| 第六章 | 名人故居文化 | 3 |
| 第七章 | 旅游宗教文化 | 3 |
| 第八章 | 旅游民俗文化 | 3 |
| 第九章 | 旅游饮食文化 | 3 |
| 第十章 | 旅游与文学艺术 | 3 |
| 第十一章 | 旅游休闲文化 | 3 |
| 第十二章 | 旅游生态文化 | 3 |
| 第十三章 | 旅游制度文化 | 2 |
| 合计 | 十三章 | 36 |

**（五）教学方式**

坚持理论联系实际的原则，注意逻辑性和实证性的统一。以选用教材作为教学内容的基本依据，教师应在掌握教材体系的基础上，把握重点与难点实施教授，并吸收融合当前旅游文化学发展的新变化，新特点，适当补充新知识，尤其是当前最新的研究成果，进行教学，侧重基本理论和方法。

借鉴和归纳旅游文化学研究中的已有成果，为发展发展旅游业做指导。

加强学生学习能力的培养，指定课外阅读书目，并定期检查读书笔记，形成良好的读书习惯。

采取多样的教学形式（讲授、讲座、实践）相结合，以提高授课质量。本课程以课堂讲授为主，辅以学生的课堂讨论和教学实践，力求达到知识性和趣味性，深刻性和易解性的统一，在注重启发式教学的同时，尽可能采用直观教学手段。

**（六）考核方式**

成绩考核有课程论文、考试和口试形式。成绩评定由平时成绩，期中考试，期终考试综合评定。期终考试（60%）与平时成绩（含讨论、期中论文等成绩，共占40%）结合。考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占 50%。题型一般包括：单项选择题、多项选择题、名词解释题、辨析题、简答题、论述题、实务题。

**二、本文**

**第一章 绪论**

**教学要点**

1、旅游文化的涵义、功能

2、旅游文化的特征

**教学时数：**

1学时

**教学内容：**

1、旅游文化的涵义、构成和学科体系

（1）旅游文化的含义及其不同定义

（2）旅游文化的构成

可以按照旅游要素分为旅游主体文化、旅游客体文化、旅游媒体文化；可以按照文化结构层次分类为旅游物质文化、旅游制度行为文化、旅游观念文化；其他分类，比如旅游消费文化、旅游经营文化等。

（3）旅游文化学的学科性质、研究对象、研究内容、相关学科、研究方法。

2、旅游文化的功能和特征

旅游文化的主要功能为：保存与传承功能、教育与启智功能、愉悦与审美功能、规范与凝视功能、交流与经济功能。

旅游文化的基本特征为：地域性、民族性、历史性、传承性。

2、中西方旅游文化的形成和发展概况

中国旅游文化的发展及重游传统、重人传统、政治传统、与民同乐传统的特征；西方旅游文化的发展及早期，近现代，后现代的旅游文化特征。

3、旅游文化在旅游产业中的重要地位和作用

旅游文化是构筑旅游产业的核心与灵魂；是旅游业创品牌、提高竞争力的决定因素。

**考核要求：**

1、识记中国旅游文化发展与特征，西方古代旅游文化的特征。

2、理解旅游文化的涵义、构成及学科体系以及旅游文化的功能和特征。

3、掌握旅游文化在旅游产业中的重要地位和作用。

**第二章 旅游山水文化**

**教学要点：**

1、中国著名名山大川所蕴含的深厚文化理念

2、山水文化自然表象下的文化内涵

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1、人类对山水的认知过程

2、人类对山水所表现出的审美观点

3、自然山水的文化特征

自然山水的文化特征包括形象美、色彩美、音响美、动态美。山水文化的类型包括名山文化、名水文化。

4、山水文化自然表象下的文化内涵

5、蕴含了中国深厚文化的名山大川

我国五岳名山、佛教道教名山文化和我国的江河湖泊文化所蕴含的历史意蕴，及文学艺术的表现价值。

**考核要求：**

1、识记人类对山水的认知过程及人类对山水所表现出的审美观点。

2、识记和掌握我国五岳名山、佛教道教名山文化和我国的江河湖泊文化。

3、掌握并理解山水文化的特征。

**第三章 旅游建筑文化**

**教学要点：**

1、我国古代建筑特征

2、宫殿建筑的类型和特征

3、陵墓建筑的类型和特征

4、坛庙建筑的类型和特征

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1、我国历史悠久的建筑文化及其发展史

中国古建筑园林文化的形成阶段：原始社会至汉代

中国古建筑园林文化的发展阶段：魏晋南北朝

中国古建筑园林文化的成熟阶段：隋唐五代宋

中国古建筑园林文化的高峰阶段：元代、明代、清代

1、我国古代建筑特征

（1）以完整的木构架系统为主，木材、砖瓦为主要建筑材料的结构形式

（2）注重群体组合的配置形式，遵循均衡对称的布局原则

（3）丰富的装饰色彩与等级紧密结合

1、我国古代建筑的文化取向与审美标准

中国古典园林的审美文化为：源于自然，高于自然；构景手法多彩独特；诗情画意的意境。

2、我国具有代表性的建筑遗迹

宫殿建筑（北京故宫）；陵墓建筑；坛庙建筑；民居建筑；其他建筑。

**考核要求：**

1、识记我国历史悠久的建筑文化及其发展史。

2、理解并掌握古代建筑园林旅游文化的特征与审美。

3、理解建筑文化与培养增强学生的人文素养的关系，能正确扥洗比较东西方古代建筑和园林旅游文化的区别。

**第四章 旅游园林文化**

**教学重点：**

1、园林的分类

2、北方园林、江南园林和岭南园林的代表园林

3、皇家园林的特点及代表园林。

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1、园林的分类

皇家园林、私家园林、寺观园林、陵寝园林

2、园林的造园要素

中国园林主要以山、水、植物、建筑等基本要素造园，自然风景以山水地貌为基础，加以植被作为点缀，中国园林绝非简单堆砌这些够近的要素，而是有意识的加以改造、调整、加工、提炼，从而表现一个精炼、概括、浓缩的自然。蕴含源于自然高于自然的思想。

3、园林的艺术鉴赏

4、西方园林的三大流派

意大利的造园艺术；法国的造园艺术；英国的造园艺术。’

**考核要求：**

1、识记园林分类的基础。

2、识记园林的造园要素。

3、掌握并理解西方园林的三大流派。

**第五章 名城村镇**

**教学重点：**

1、我国名城旅游文化及名镇旅游文化主要代表的介绍

2、不同类型名城旅游文化的特点及开发保护

3、不同类型名镇旅游文化的特点及开发保护。

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1、我国名城旅游文化的主要代表和文化内涵

以北京、西安为代表的古都旅游文化；以上海、深圳为代表的近现代旅游文化；以平遥、丽江为代表的古城旅游文化；以香港、澳门为代表的东西方融合旅游文化。

2、我国名镇旅游文化的主要代表和文化内涵

以周庄为代表的南方名镇旅游文化；以静升镇为代表的北方名镇旅游文化。

3、我国古村落旅游文化的主要代表和文化内涵

皖南古村落的徽派文化；山西晋商大院文化；福建土楼的客家文化

4、我国名城、名镇和古村落旅游文化的开发和保护

**考核要求：**

1、识记我国名城旅游文化及名镇旅游文化的主要代表。

2、了解世界有代表性的名城、名镇、名村的旅游文化。

3、理解我国中国历史文化名镇及有代表性的南北方名镇旅游文化，明确积极参与我国名城、名镇和古村落旅游文化的开发和保护的具体意义。

**第六章 名人故居文化**

**教学重点：**

1、名人故居的社会功能

2、我国典型名人故居的开发与保护

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1、名人故居的特点

名人故居主要分为山水依托型、园林宅院型和一般住宅型。其特点主要以名人故居为资源开发重点，围绕故居空间规模扩展或就故居精雕细琢，故居成为景区一个重要组成部分。

2、名人故居的社会功能

3、名人故居的利用和保护

名人故居在保护的基础上进行开发利用，不仅可以让名人的精神、文化核心得以传承，而且经营名人故居的效益可以更好地用来修葺、保护名人故居，所以，名人故居保护与开发可以是一个良性的循环。

4、中国主要名人故居代表

湖北襄阳诸葛亮隐居的隆中故里；北京的曹雪芹故居；山东曲阜的孔子讲学故居等。

**考核要求：**

1、识记中国主要名人故居的代表。

2、理解积极参与保护名人故居的工作的重要意义。

3、掌握名人故居的特点及功能。

**第七章 旅游宗教文化**

**教学重点：**

1、宗教的基本功能

2、佛教的基本教义和伊斯兰教的教义用

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1、宗教的基本功能

2、佛教的基本教义及主要节日

佛教的基本教义核心是宣说人生的道路充满着很多的苦，而只有信佛才能找到离苦得乐的方法。其主要理论有四圣谛、八正道、三法印、十二因缘观、三世因果、六道轮回等学说。戒是修行者修身养性的规范。四月八日的佛诞节；七月十五的自恣节。

3、基督教的基本教义及主要节日

基督教是信奉耶稣基督为救世主，一《圣经》为经典的各教派的统称。基本教义为信仰上帝、信师祖原罪、信基督救赎，灵魂不灭，末日审判。圣诞节；复活节。

4、伊斯兰教的基本教义及主要节日

伊斯兰教有以下六大信仰：笃信安拉、信天使、信使者、信经典、信后世、信前定。开斋节；古尔邦节；圣纪节。

5、道教的基本教义及主要节日

道教主要教义特点：道崇拜；神仙崇拜；重生恶死的生命观和人生观；天道承负善恶报应观念；主要教规是三皈五戒。三清节；三元节；下元节等。

**考核要求：**

1、识记宗教与旅游的结合点，正确认识和合理发挥宗教旅游文化的作用，推动当地旅游的发展

2、掌握宗教的基本功能。

3、掌握佛教、基督教、伊斯兰教及道教有关的主要节日。

4、正确理解宗教的作用。

**第八章 旅游民俗文化**

**教学重点：**

1、民俗文化的含义

2、民俗文化的含义和特征

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1、民俗文化的含义及类别

民俗文化，是指民间民众的风俗生活文化的统称。也泛指一个国家、民族、地区中集居的民众所创造、共享、传承的风俗[生活习惯](https://baike.baidu.com/item/%E7%94%9F%E6%B4%BB%E4%B9%A0%E6%83%AF" \t "https://baike.baidu.com/item/%E6%B0%91%E4%BF%97%E6%96%87%E5%8C%96/_blank)。是在普通人民群众（相对于官方）的生产生活过程中所形成的一系列非物质的东西。

2、民俗文化的基本特征

民族性、集体性、地域性、传承性和传播性、稳定性、变异性。具有加强亲族联系，调节人际关系；强化社会集体意识；调适社会集体生活；保存民族文化传统；促进市场经济发展等功能。具有鲜明的农业文化特色、浓厚的伦理观念与人情味、由单一向复合型发展的特点。

3、生活风俗的内容

4、节日风俗的内容

5、生产风俗的内容

6、礼仪风俗的内容

7、信仰风俗的内容

**考核要求：**

1、识记民俗文化的含义及类别。

2、认识民俗文化的基本特征。

3、理解生活、生产、节日、利益、信仰风俗的内涵，培养学生的人文精神。

**第九章 旅游饮食文化**

**教学重点：**

1、我国各类型名茶代表及名酒代表

2、我国八大菜系代表名菜。

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1、中国名茶的分类及各名茶代表

有黑茶、花茶、绿茶、红茶、黄茶、白茶和乌龙茶。黑茶代表：[湖南黑茶](https://www.baidu.com/s?wd=%E6%B9%96%E5%8D%97%E9%BB%91%E8%8C%B6&tn=44039180_cpr&fenlei=mv6quAkxTZn0IZRqIHckPjm4nH00T1dBnHKhrHKWmHb1PHTknjfz0ZwV5Hcvrjm3rH6sPfKWUMw85HfYnjn4nH6sgvPsT6KdThsqpZwYTjCEQLGCpyw9Uz4Bmy-bIi4WUvYETgN-TLwGUv3EPjDzPjnvPjDv" \t "https://zhidao.baidu.com/question/_blank)、湖北佬扁茶、[四川边茶](https://www.baidu.com/s?wd=%E5%9B%9B%E5%B7%9D%E8%BE%B9%E8%8C%B6&tn=44039180_cpr&fenlei=mv6quAkxTZn0IZRqIHckPjm4nH00T1dBnHKhrHKWmHb1PHTknjfz0ZwV5Hcvrjm3rH6sPfKWUMw85HfYnjn4nH6sgvPsT6KdThsqpZwYTjCEQLGCpyw9Uz4Bmy-bIi4WUvYETgN-TLwGUv3EPjDzPjnvPjDv" \t "https://zhidao.baidu.com/question/_blank)、广西六堡散茶；花茶代表：[玫瑰花茶](https://www.baidu.com/s?wd=%E7%8E%AB%E7%91%B0%E8%8A%B1%E8%8C%B6&tn=44039180_cpr&fenlei=mv6quAkxTZn0IZRqIHckPjm4nH00T1dBnHKhrHKWmHb1PHTknjfz0ZwV5Hcvrjm3rH6sPfKWUMw85HfYnjn4nH6sgvPsT6KdThsqpZwYTjCEQLGCpyw9Uz4Bmy-bIi4WUvYETgN-TLwGUv3EPjDzPjnvPjDv" \t "https://zhidao.baidu.com/question/_blank)、茉莉花茶、[金银花茶](https://www.baidu.com/s?wd=%E9%87%91%E9%93%B6%E8%8A%B1%E8%8C%B6&tn=44039180_cpr&fenlei=mv6quAkxTZn0IZRqIHckPjm4nH00T1dBnHKhrHKWmHb1PHTknjfz0ZwV5Hcvrjm3rH6sPfKWUMw85HfYnjn4nH6sgvPsT6KdThsqpZwYTjCEQLGCpyw9Uz4Bmy-bIi4WUvYETgN-TLwGUv3EPjDzPjnvPjDv" \t "https://zhidao.baidu.com/question/_blank)、[牡丹花茶](https://www.baidu.com/s?wd=%E7%89%A1%E4%B8%B9%E8%8A%B1%E8%8C%B6&tn=44039180_cpr&fenlei=mv6quAkxTZn0IZRqIHckPjm4nH00T1dBnHKhrHKWmHb1PHTknjfz0ZwV5Hcvrjm3rH6sPfKWUMw85HfYnjn4nH6sgvPsT6KdThsqpZwYTjCEQLGCpyw9Uz4Bmy-bIi4WUvYETgN-TLwGUv3EPjDzPjnvPjDv" \t "https://zhidao.baidu.com/question/_blank)；绿茶代表：[西湖龙井茶](https://www.baidu.com/s?wd=%E8%A5%BF%E6%B9%96%E9%BE%99%E4%BA%95%E8%8C%B6&tn=44039180_cpr&fenlei=mv6quAkxTZn0IZRqIHckPjm4nH00T1dBnHKhrHKWmHb1PHTknjfz0ZwV5Hcvrjm3rH6sPfKWUMw85HfYnjn4nH6sgvPsT6KdThsqpZwYTjCEQLGCpyw9Uz4Bmy-bIi4WUvYETgN-TLwGUv3EPjDzPjnvPjDv" \t "https://zhidao.baidu.com/question/_blank)、[信阳毛尖茶](https://www.baidu.com/s?wd=%E4%BF%A1%E9%98%B3%E6%AF%9B%E5%B0%96%E8%8C%B6&tn=44039180_cpr&fenlei=mv6quAkxTZn0IZRqIHckPjm4nH00T1dBnHKhrHKWmHb1PHTknjfz0ZwV5Hcvrjm3rH6sPfKWUMw85HfYnjn4nH6sgvPsT6KdThsqpZwYTjCEQLGCpyw9Uz4Bmy-bIi4WUvYETgN-TLwGUv3EPjDzPjnvPjDv" \t "https://zhidao.baidu.com/question/_blank)、[碧螺春茶](https://www.baidu.com/s?wd=%E7%A2%A7%E8%9E%BA%E6%98%A5%E8%8C%B6&tn=44039180_cpr&fenlei=mv6quAkxTZn0IZRqIHckPjm4nH00T1dBnHKhrHKWmHb1PHTknjfz0ZwV5Hcvrjm3rH6sPfKWUMw85HfYnjn4nH6sgvPsT6KdThsqpZwYTjCEQLGCpyw9Uz4Bmy-bIi4WUvYETgN-TLwGUv3EPjDzPjnvPjDv" \t "https://zhidao.baidu.com/question/_blank)、毛峰茶；红茶代表：[祁门红茶](https://www.baidu.com/s?wd=%E7%A5%81%E9%97%A8%E7%BA%A2%E8%8C%B6&tn=44039180_cpr&fenlei=mv6quAkxTZn0IZRqIHckPjm4nH00T1dBnHKhrHKWmHb1PHTknjfz0ZwV5Hcvrjm3rH6sPfKWUMw85HfYnjn4nH6sgvPsT6KdThsqpZwYTjCEQLGCpyw9Uz4Bmy-bIi4WUvYETgN-TLwGUv3EPjDzPjnvPjDv" \t "https://zhidao.baidu.com/question/_blank)、滇红茶、宁红茶；黄茶代表：[君山银针](https://www.baidu.com/s?wd=%E5%90%9B%E5%B1%B1%E9%93%B6%E9%92%88&tn=44039180_cpr&fenlei=mv6quAkxTZn0IZRqIHckPjm4nH00T1dBnHKhrHKWmHb1PHTknjfz0ZwV5Hcvrjm3rH6sPfKWUMw85HfYnjn4nH6sgvPsT6KdThsqpZwYTjCEQLGCpyw9Uz4Bmy-bIi4WUvYETgN-TLwGUv3EPjDzPjnvPjDv" \t "https://zhidao.baidu.com/question/_blank)、蒙顶黄芽；白茶代表：银针白毫；白牡丹；贡眉；白牡丹；寿眉；乌龙茶代表：安溪铁观音；台湾冻顶乌龙；花一堂金观音；武夷岩茶。

2、各民族的饮茶风俗

汉民族的饮茶方式,大致有品茶和喝茶之分。大抵说来，重在意境，以鉴别香气、滋味，欣赏茶姿、茶汤，观察茶色、茶形为目的，自娱自乐，谓之品茶。南疆维吾尔族煮香茶时，使用的是铜制的长颈茶壶，也有用陶质、搪瓷或铝制长颈壶的，而喝茶用的是小茶碗，这与北疆维吾尔族煮奶茶使用的茶具是不一样的。通常制作香茶时，应先将茯砖茶敲碎成小块状。族饮茶，方式多样，其中有代表性的是喝刮碗子茶。刮碗子茶用的茶具，俗称“三件套”。它有茶碗、碗盖和碗托或盘组成。茶碗盛茶，碗盖保香，碗托防烫。喝茶时，一手提托，一手握盖，并用盖顺碗口由里向外刮几下，这样一则可拨去浮在茶汤表面的泡沫，二则使茶味与添加食物相融，刮碗子茶的名称也由此而生。

3、酒的礼俗

酒与民俗不可分。诸如农事节庆、婚丧嫁娶、生期满日、庆功祭祀、奉迎宾客等民俗活动，酒都成为中心物质。

4、中国八大菜系

中国饮食文化的菜系，是指在一定[区域](https://baike.baidu.com/item/%E5%8C%BA%E5%9F%9F" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)内，由于气候、地理、历史、物产及[饮食风俗](https://baike.baidu.com/item/%E9%A5%AE%E9%A3%9F%E9%A3%8E%E4%BF%97" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)的不同，经过漫长历史演变而形成的一整套自成体系的[烹饪](https://baike.baidu.com/item/%E7%83%B9%E9%A5%AA" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)技艺和风味，并被全国各地所承认的地方菜肴。

早在商周时期中国的膳食文化已有雏形，以[太公望](https://baike.baidu.com/item/%E5%A4%AA%E5%85%AC%E6%9C%9B/6107" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)最为代表，再到[春秋战国](https://baike.baidu.com/item/%E6%98%A5%E7%A7%8B%E6%88%98%E5%9B%BD/53913" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)的[齐桓公](https://baike.baidu.com/item/%E9%BD%90%E6%A1%93%E5%85%AC/6593" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)时期，饮食文化中南北菜肴风味就表现出差异。到唐宋时，南食、北食各自形成体系。到了南宋时期，南甜北咸的格局形成。发展到清代初期时，[鲁菜](https://baike.baidu.com/item/%E9%B2%81%E8%8F%9C" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)、[川菜](https://baike.baidu.com/item/%E5%B7%9D%E8%8F%9C" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)、[粤菜](https://baike.baidu.com/item/%E7%B2%A4%E8%8F%9C" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)、[苏菜](https://baike.baidu.com/item/%E8%8B%8F%E8%8F%9C" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)成为当时最有影响的地方菜，被称作“[四大菜系](https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%9B%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)”。到清末时，[浙菜](https://baike.baidu.com/item/%E6%B5%99%E8%8F%9C" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)、[闽菜](https://baike.baidu.com/item/%E9%97%BD%E8%8F%9C" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)、[湘菜](https://baike.baidu.com/item/%E6%B9%98%E8%8F%9C" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)、[徽菜](https://baike.baidu.com/item/%E5%BE%BD%E8%8F%9C" \t "https://baike.baidu.com/item/%E5%85%AB%E5%A4%A7%E8%8F%9C%E7%B3%BB/_blank)四大新地方菜系分化形成，共同构成中国传统饮食的“八大菜系”。

**考核要求：**

1、识记中国名茶分类的基础上，了解各民族的饮茶风俗，了解中国的名酒代表。

2、掌握我国八大菜系代表名菜。

3、理解中国饮食文化、茶文化与酒文化的内涵。

**第十章 旅游与文学艺术**

**教学重点：**

1、旅游与文学艺术

2、文学作品对开发旅游资源的作用

3、我国各派系戏剧代表。

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1、山水诗词概念及其与旅游的关系

旅游诗词在我国旅游文学中是产生最早，生命力最强，作品种类作为丰富的一个种类。先秦的民歌与骚体诗歌，韩魏晋南北朝的乐府诗与山水诗，刚劲豪迈的盛唐诗歌，清新秀丽的宋代旅游诗词等。

2、戏曲歌舞文化与旅游

中国戏曲作为中国文化不可或缺的一部分，包含了许多优秀的文化传统。所以在发展旅游的过程中，应着力开发戏曲歌舞文化旅游。

中国戏曲艺术具有综合性、程式性、虚拟性等特点，著名剧种包括京剧、昆剧、评剧、越剧、豫剧、川剧、黄梅戏等。

**考核要求：**

1、识记旅游与文学艺术的关系，能够说出一些山水诗词与戏曲歌舞

2、理解认识文学作品、戏曲歌舞对开发旅游资源的作用。

**第十一章 旅游休闲文化**

**教学重点：**

1、休闲和旅游的关系

2、休闲文化与城市经济发展

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1、休闲文化的定义

休闲文化是人类生活的一种重要特征。它不仅是一个国家生产力水平高低的标志，更是衡量社会文明的尺度；是人的一种崭新的生活方式、生活态度。已成为全社会关注的领域。人们在飞速发展的时代面前，价值观发生了新的调整和变化。

2、中、西方休闲文化观

以希腊文明为发端的西方传统文化与中国传统文化下的休闲文化存在着明显的差异，这种差异表现在：休闲对中国人来说是一种生活态度和生活方式；而在西方文化中，休闲则是一种人生的理想和目标。

3、休闲对城市经济的影响

休闲文化对城市经济的影响，既表现于其对城市物质形态的影响，又变咸鱼城市的精神层面上。休闲文化最基本的价值就是它能改变城市形象，带动城市经济发展，让城市更宜居，更具有创新力，提升生活品质和城市境界。

4、休闲和旅游的关系

休闲与旅游追求愉悦体验、放松身心的目的是一致的，二者在行为（活动）上高度重叠。但旅游活动更着重于活动的参与，倾向于远距离的户外活动，而休闲则更着重于自娱自乐，倾向于近距离的静态活动。休闲的外延大于旅游。   
　　旅游作为休闲方式的一种即旅游是休闲的子集是没有什么争议的，目前被学术界广泛接受的是将旅游看作休闲活动广谱上的一个区域。在社会高度发达的体验经济时代，休闲与旅游这一组关联紧密的概念之间的界限日益模糊，相互渗透之势日趋明显。

**考核要求：**

1、识记休闲文化的定义及中、西方休闲文化观。

2、理解认识休闲文化与当地经济发展的关系。

**第十二章 旅游生态文化**

**教学重点：**

1、生态文化的旅游开发模式

2、民俗生态文化村的开发与保护

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

1、生态文化概念及旅游价值

[生态文化](https://baike.baidu.com/item/%E7%94%9F%E6%80%81%E6%96%87%E5%8C%96" \t "https://baike.baidu.com/item/%E7%94%9F%E6%80%81%E6%96%87%E5%8C%96/_blank)就是从人统治自然的文化过渡到人与自然和谐的文化。生态文化重要的特点在于用生态学的基本观点去观察现实事物，解释现实社会，处理现实问题，运用科学的态度去认识生态学的研究途径和基本观点，建立科学的生态思维理论。通过认识和实践，形成旅游和生态学相结合的生态化理论。生态化理论的形成，使人们在现实生活中逐步增加生态保护的色彩。

2、生态文化的开放与开发

创建生态文明，是一个关系到人与自然关系命运的事业，是一个关系到人类文明能够继续下去的事业，这一事业能否取得最终的成功，根本上取决于作为生态文明创建者的主体条件，取决于每一个社会成员建设生态文明的素质和能力，取决于几代人长期不懈的持续努力。为了胜任这个艰巨的历史重任，必须认真探究如何尽可能有效地提高全民的生态文化教养。

3、生态文化的旅游开发模式

纵观生态旅游的发展历程，可以将生态旅游开发总结为3个主要模式：功能分区模式、社区参与模式、环境教育模式

**考核要求：**

1、识记生态文化概念及旅游价值，了解生态文化的开放与开发。

2、掌握、探索生态文化的旅游开发模式。

**第十三章 旅游制度文化**

**教学重点：**

1、掌握旅游制度文化的内涵

2、政府主导型旅游管理模式的优缺点

**教学时数：**

2学时

**教学内容：**

1、旅游制度文化的内涵

2、旅游行业标准的类别

旅游行业标准的类别可以分为旅行社、旅游住宿、旅游景区、旅游车船、旅游餐饮、旅游咨询等方面的行业标准。

3、我国旅游管理模式及旅游法的基本概况

从行政管理、法律管理、行业管理、企业管理、导游管理、景区管理、住宿管理、旅游者活动管理、市场管理及旅游教育等十个方面宏观而全面地介绍了旅游发达国家的管理模式，并与我国的现状进行了比较研究；同时，通过对国内外景区的走访考察，分析了我国在旅游管理方面存在的问题并提出了相应的改进建议。

旅游法的基本概况包括旅游法概念、调整对象及旅游法律关系的概念和特征等。

**考核要求：**

1、掌握旅游制度文化的内涵，熟悉旅游行业标准的类别。

2、识记我国及西方国家旅游管理模式

3、掌握旅游法概念、调整对象及旅游法律关系的概念和特征，树立学生的法律、法制观念。

**三、参考书目：**

1、张岱年，方克立，《中国文化概论》，北京师范大学出版社，2006年。

2、钟敬文，《民俗文化学》，中国书局，1996年。

3、冯玉珠，《饮食文化与旅游》，化学工业出版社，2010年。

4、林正秋，《中国旅游与民俗文化》，浙江人民出版社，2000年。

5、马继兴，《旅游心理学》，清华大学出版社，2010年。

西北师范大学旅游管理专业课程教学大纲

产业经济学

**一、说明**

**（一）课程性质**

本课程为旅游管理专业的必修课程，是旅游管理专业知识体系形成的重要方法论课程。产业经济学以国民经济的中观产业层次为研究对象，研究和探索产业内企业间的竞争、合作关系及其对经济绩效的影响和相应的公共政策，研究不同产业之间的结构关系、经济技术关联及相应的产业政策的基础课程。

**（二）教学目的**

通过本课程的教学使旅游管理专业的学生认识和理解产业经济学基本理论框架和知识，掌握产业经济学的概念、原理，熟知和理解产业经济理论，并能熟练掌握产业布局和优化、产业发展、产业组织、产业关联、产业结构等核心内容。

**（三）教学内容**

本课程主要讲授产业经济学的基本理论。教学内容共七章，主要包括：产业经济学导论及其形成与发展、产业组织理论、 企业与市场、产业结构理论发展、关联、优化及布局、产业政策及类型等。

**（四）教学时数**

1、时数：2/周，总计：36课时

2、进度：

《产业经济学》课程教学进度表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章序 | 内容 | 总学时 | 课堂教学 | 考察和调研 |
| 一 | 导论 | 4 | 4 |  |
| 二 | 产业经济学的形成与发展 | 2 | 2 |  |
| 三 | 理论演变 | 3 | 3 |  |
| 四 | 企业与市场 | 3 | 3 |  |
| 五 | 产业结构 | 7 | 7 |  |
| 六 | 关联、优化与布局 | 7 | 7 |  |
| 七 | 产业政策 | 4 | 4 |  |
| 八 | 产业发展 | 4 | 4 |  |
| 九 | 知识点串联 | 2 | 2 |  |

**（五）教学方式**

主要以“研究型学习”课程教学法为主，采用研究、讨论、讲座等互动式教学法。要求学生按要求事先查阅相关的研究文献、课堂上经常交换、交流学习资源、提高学生的学习研究能力，实现教学相长的目的。

**（六）考核方式**

期末开卷考试（60%）与平时成绩（含讨论、期中论文等成绩，共占40%）结合。本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表达。是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。是最高层次的要求。

本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例，识记占15%，领会占35%，应用占50%。题型一般包括：名词解释题、辨析题、简答题、论述题。

**二、正文**

**第一章 导论**

**教学要点：**

1、《产业经济学》课程简介

2、产业经济学的含义、研究对象、研究目的、主要方法

3、产业经济学的学科领域及学科体系

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节《产业经济学》课程简介（1学时）

产业经济学是旅游管理专业本科生的专业基础课，主要讲授产业经济学的源起与发展、体系结构、研究方法以及核心内容等。结合旅游管理专业目标定位与实践，重点讲授产业的形成、发展、产业结构理论、产业布局理论、产业政策理论等。本课程还重点讲授文化产业的源起与结构，文化产业结构优化、文化产业对国家和区域经济增长的拉动和贡献、文化产业发展的国别特征和区域特征以及中国文化产业和全球文化产业发展的互适影响和趋势，旨在使旅游管理专业的本科生掌握文化产业发展的一般规律和模式，了解文化产业经济理论的相关概念、原理，了解中外文化产业发展的基本特征和趋势等。

第二节产业经济学的含义、研究对象、研究方法（1、5学时）

一、产业经济学的含义

1、产业经济学的含义

产业经济学研究的是产业内部各企业之间相互作用关系的规律、产业本身的发展规律、产业与产业之间互动联系规律以及产业在空间区域中的分布规律等。

2、经济学研究对象

产业经济学的研究对象有：产业组织、产业结构、产业关联、产业布局、产业发展、产业政策等。

3、产业经济学的研究方法

产业经济学研究的方法论有：系统分析方法论、唯物辩证方法论、“人为为人”方法论；

产业经济学的具体研究方法有：实证分析与规范分析相结合的方法、定性分析与定量分析相结合的方法、静态分析与动态分析相结合的方法、统计分析与比较分析相结合的方法、结构主义的分析方法；

产业经济学的基本研究工具：博弈论、投入产出分析法、计量经济方法、案例研究方法、系统动力学方法。

第三节产业经济学的学科领域及学科体系（1、5学时）

一、产业经济学的学科领域

产业经济学的学科领域包括六个方面：产业组织理论、产业结构理论、产业关联理论、产业布局理论、产业发展理论、产业政策研究。

二、产业经济学的学科体系

产业经济的学科体系一般包含五个方面：第一层次，阐述产业经济学的研究对象、意义、方法，形成发展及理论基础；第二层次，阐述产业经济学是一门融合了经济学、管理学与文化学基本理论的应用性经济学科；第三层次，构成本书的主体部分包括组织、结构、管理、发展四大块；第四层次，阐述产业经济发展的关键在于“人为为人”；第五层次，阐述产业经济发展的目的是在于获得最大的经济社会效益。

**考核要求：**

1、了解该课程的研究内容与学习方法；

2、掌握产业经济学的含义、研究对象、研究目的；

3、了解国内外旅游学研究的历史与基本现状。

**第二章 产业经济的形成与发展、现代产业经济学的理论**

**教学要点：**

1、产业经济的形成；

2、产业经济的发展；

3、现代产业经济学的理论

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节产业的形成与分类

一、产业的含义（1学时）

产业是社会分工的产物，是社会生产力不断发展的必然结果，是具有某种同类属性的企业经济活动的集合，是介于宏观与微观经济之间的中观经济，产业的含义具有多层形，随着社会生产力水平的提高不断提高其内涵不断充实，其外延不断扩展。

二、产业的一般分类方法和其他分类方法

第二节中国产业经济的起源（1学时）

一、中国古代农业的产生与发展

二、中国古代手工业的产生与发展

三、中国古代商业的产生与发展

第三节外国产业经济的起源（1学时）

一、古代西亚的产业经济

二、古代埃及的产业经济

三、古代希腊的产业经济

四、古代罗马的产业经济（1学时）

第四节现代产业经济学的理论

一、产业组织理论的渊源及发展

二、产业结构理论的渊源及发展

三、产业关联理论的渊源及发展

**考核要求：**

1、识记产业的含义；

2、了解中国经济的起源；

3、了解外国经济的起源；

4、识记现代产业经济学的理论。

**第三章 理论演变**

**教学要点：**

1、产业组织的定义与理论渊源

2、产业组织理论的形成

3、产业组织理论的发展

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

第一节产业组织的定义与理论渊源

一、产业组织的定义（1学时）

产业组织的定义：同一产业内企业间的组织或市场关系。

二、竞争机制与市场秩序

竞争机制被西方古典经济学认为是对于资本主义经济中的各种问题，能给出最优解的组织形式，它能使有限的资源得到合理的配置。竞争机制被视为市场经济条件下经济进步的最大动因，竞争活动被作为信条而成为市场经济赖以生存和发展的前提。

三、“马歇尔冲突”与不完全竞争

马歇尔在分析规模经济成因时，发现了被后人称之为“马歇尔冲突”的矛盾，即大规模生产能为企业带来规模经济性，使这些企业的产品单位成本不断下降、市场占有率不断提高，其结果必然导致市场结构中的垄断因素不断增强，而垄断形成又必然阻碍竞争机制在资源合理配置中所发挥的作用，使经济丧失活力，从而扼杀自由竞争。

第二节产业组织理论的形成（1学时）

一、产业组织理论体系的建立

1940年克拉克的有效竞争概念的提出，对产业组织理论的发展和体系的建立产生了重大影响。

比较完整的产业组织理论体系是在20世纪30年代以后再美国以哈佛大学为中心逐步形成的。

1959年，梅森的弟子贝恩出版了第一部系统论述产业组织理论的教科书《产业组织》而成为产业组织理论的集大成者。

二、哈佛学派的SCP分析框架

第三节产业组织理论的发展（1学时）

一、产业组织理论的芝加哥学派

产业组织理论的芝加哥学派是60年代后期在对哈佛学派的批判中崛起的，其代表人物是施蒂格勒、德姆塞茨、布罗曾、波斯纳等。芝加哥学派在理论上继承了奈特以来芝加哥传统的自由主义经济思想，信奉自由市场经济中竞争机制的作用，强调新古典学派价格理论在产业活动分析中的适用性，坚持认为产业组织及公共政策问题仍然应该通过价格理论的视角来研究，力图重新把价格理论中完全竞争和垄断这两个传统概念作为剖析产业组织问题的基本概念。

二、可竞争市场理论

可竞争市场理论是鲍莫尔、帕恩查和韦力格等人在芝加哥学派产业组织理论的基础上提出来的，1982年《可竞争市场与产业结构理论》艺术的出版，标志着该理论的形成。该理论认为良好的生产效率和技术效率等市场绩效，在传统哈佛学派的理想的市场结构以外仍然是可以是可以实现的，而无需众多竞争企业的存在。它可以是寡头市场，甚至是垄断市场，但只要保持市场进入的完全自由，只要不存在特别的进出市场成本，潜在竞争的压力就会迫使任何市场结构条件下的企业采取竞争行为。在这种环境条件下，包括自然垄断再被的高度集中的市场结构是可以和效率并存的。

**考核要求：**

1、识记产业组织的定义，了解其理论渊源；

2、了解竞争机制与市场秩序、“马歇尔冲突”与不完全竞争；

3、了解产业组织理论体系的建立、形成，了解什么是有效竞争；

4、掌握产业理论的发展、产业组织理论、可竞争市场理论。

**第四章 企业与市场**

**教学要点：**

1、东、西方观点：什么是企业

2、企业在产业经济中的地位和作用

3、市场结构

4、市场行为

5、市场绩效

**教学时数：**

3学时

**教学内容：**

本章主要涉及在各种不同的市场结构下，企业对价格和质量、生产能力或规模、产品定位产品系列、广告和分销结构以及研究和开发等策略变量的选择。

第一节 东、西方观点：什么是企业（0.25学时）

**一**、西方观点：什么是企业

1、新古典企业理论

2、现代企业理论

二、东方观点：什么是企业

1、东方主义企业理论

2、东方企业的特点

3、中国当代企业理论的形成与发展

第二节 企业在产业经济中的地位和作用（0.25学时）

一、企业的地位

1、企业是产业分析和研究的出发点

2、企业行为本身就是产业组织理论研究的对象

二、企业的作用

1、企业是社会财富的创造者

2、企业是推动社会生产力发展、人类进步的主要力量

3、企业是经济增长、经济发展的主要动力

4、企业将成为我国产业发展的主体和突破口

5、企业是产业结构升级和增长方式转变这一系统工程的中心环节

第三节 市场（1学时）

一、市场结构的含义和基本类型

1、市场结构的含义

市场机构是反映市场竞争和垄断关系的概念。

2、四种基本类型的市场结构

四种基本类型的市场结构有：完全竞争的市场结构、完全垄断的市场结构、寡头垄断的市场结构、垄断竞争的市场结构。

二、决定市场结构的主要因素

1、市场集中度

2、产品差别化

3、进入和退出壁垒

第四节 市场行为

一、市场行为的定义

市场行为是指企业在市场上为实现其目标而采取的适应市场要求不断调整其行为的行为。

二、市场竞争行为

1、定价行为：寡头垄断市场的模型、掠夺性定价、限制性定价

2、广告行为：广告与信息披露、广告行为对市场结构的影响、广告在不同产业市场上的作用与特点、广告的福利效果

3、兼并行为

三、市场协调行为

1、定义

市场协调行为，是指同一个市场上的企业为了某些共同的目标而采取相互协调的市场行为。

2、卡特尔

卡特尔，是指在寡头市场上，某一企业的利润不仅取决于其自身的决策和行为，而且受到其他企业决策和行为的影响。这种相互依赖的关系使得追求企业利润的企业认识到他们可以通过结成同盟来避免竞争。若干个企业为达到稳固地垄断市场的目的而结成联盟，这样的组织就是卡特尔。

3、价格领导制

价格领导制，是指在某一产业市场中，一家企业首先改变价格，其他企业则跟随这个企业采取相应的行动。

4、市场结构与价格协调行为

第五节 市场绩效（1学时）

一、市场绩效的定义

市场绩效，是指在一定的市场结构中，由一定的市场行为所形成额价格、产量、成本、利润、

二、绩效指标（0.5学时）

1、利润率（收益率）指标

2、勒纳指数和贝恩指数

三、市场绩效的综合评价

1、产业的资源配置效率

2、产业的规模结构效率

3、产业技术进步

**考核要求：**

1、识记企业的定义，了解东西方企业理论及特点；

2、了解企业在经济中的地位和作用；

3、识记市场结构的含义、掌握四种基本类型的市场结构以及决定市场结构的主要因素；

4、识记市场行为的定义、掌握市场定价行为以及协调行为；

5、识记市场绩效的定义、了解绩效指标和市场绩效的综合评价方法。

**第五章 产业结构**

**教学要点：**

1、产业结构理论的形成与发展

2、产业结构的演变及其规律

3、产业结构变动的影响因素

**教学时数：**

7学时

**教学内容：**

第一节 产业结构理论的形成与发展（1学时）

一、产业结构的含义

产业结构是指产业间的技术经济联系与联系方式。

二、产业结构理论的形成和发展（1学时）

1、历史背景

2、产业结构理论的形成与发展

三、产业结构理论的研究对象及理论体系

1、产业结构理论的研究对象

2、产业结构理论的基本体系

第二节 产业结构的演变及其规律（2、5学时）

一、产业结构演变与经济增长的内在联系

1、传统积极增长理论

2、经济增长的结构主义观点

3、库兹涅茨与罗斯托对现代经济增长本质问题的争论

二、产业结构演变的一般趋势

1、从工业化发展的阶段来看

2、从主导产业的转换过程来看

3、从三大产业的内在变动来看

4、从产业结构演进的顺序看

三、产业结构理论演变规律的理论考察

1、配第一克拉克定律

2、库兹涅茨人均收入影响轮

3、罗斯托主导产业扩散效应理论和经济成长阶段论

4、钱纳里工业化阶段理论

5、霍夫曼工业化经验法则

6、赤松要雁行形态理论

第三节 产业结构变动的影响因素（2、5学时）

一、供给因素对产业结构变动的影响

1、自然条件和资源禀赋

2、人口因素

3、技术进步

4、资金供应状况

5、商品供应状况

6、环境因素

二、需求因素对产业结构变动的影响

1、人口的增加和人均收入水平的变化；

2、个人消费结构；

3、中间需求和最终需求比例；

4、消费和投资的比例

（1）人口的增加和人均收入水平的变化；

（2）个人消费结构；

（3）中间需求和最终需求比例；

（4）消费和投资的比例

5、投资需求

三、国际贸易因素对产业结构变动的影响

四、国际投资因素对产业结构变动的影响

五、其他因素对产业结构变动的影响

**考核要求：**

1、识记产业结构的含义，了解产业结构理论形成和发展的历史背景及过程；

2、理解产业结构理论的研究对象及理论体系；

3、掌握产业结构的演变及其规律，掌握产业结构的演变与经济增长的内在联系、产业结构演变的一般趋势、产业结构理论演变规律的理论考察；

4、掌握并应用影响产业结构变动的因素，主要是供给因素、需求因素、国际贸易因素、国际投资因素、其他因素是如何对产业及结构变动产生影响的。

**第六章 产业关联、优化、布局**

**教学要点：**

1、产业关联

2、产业结构优化

3、产业结构高度化

4、产业结构合理化

5、产业布局理论

6、产业布局的影响因素及实践

**教学时数：**

7学时

**教学内容：**

第一节 产业关联概述（1学时）

一、产业关联的含义

产业关联是指产业间以各种投入品和产出品为纽带的技术经济联系。

二、产业关联方式

产业关联方式是指产业部门间发生联系的依托或基础，以及产业间相互依托的不同类型。

1、产业间联系的纽带

（1）产品、劳务联系

（2）生产技术联系

（3）价格联系

（4）劳动就业联系

（5）投资联系

2、产业间联系方式的类型

（1）单向联系与多向联系

（2）顺向联系与逆向联系

（3）直接联系与间接联系

二、产业产出的涵义

 第二节 产业结构优化概述（2学时）

一、产业结构优化的涵义与主要内容

1、产业结构优化的涵义

产业结构优化是指推动产业结构合理化和高度化发展的过程。

2、产业结构优化的内容

（1）供给结构的优化

（2）需求结构的优化

（3）国际贸易结构的优化

（4）国际投资结构的优化

二、 产业结构效应

1、产业的关联效应

产业的关联效应就是指一个产业的生产、产值、技术等方面的变化通过它的前向关联关系和后向关联关系对其他产业部门产生直接和间接的影响。

2、产业的扩散效应

（1）回顾效应

（2）旁侧效应

（3）前向效应

3、产业结构的其他效应

三、产业结构优化的机理

1、调整影响产业结构的决定因素

2、产业结构得到优化

3、产业结构效应发挥作用

4、国民经济在产业结构效应的积极作用下取得比正常增长速度快得多的增长

 第三节 产业结构的高度化（1、5学时）

一、创新与产业结构的高度化

1、产业结构高度化的涵义

产业结构高度化主要是指产业结构从低水平状态向高水平状态的发展是一个动态的过程。

2、创新对产业结构高度化的影响

（1）创新对产业结构的直接影响

（2）创新对产业结构的间接影响

二、产业结构高度化的机制

三、主导产业的选择

1、主导产业的作用

（1）依靠科学技术进步，获得新的生产函数

（2）形成持续高速增长的增长率

（3）具有较强的扩散效应，对其他产业乃至所有产业的增长有决定性的影响

2、主导产业形成的条件

（1）足够的资本积累

（2）充足的市场需求

（3）创新，包括技术创新和制度创新

3、主导产业的实现形式

（1）市场自发调节

（2）政府积极干预

4、主导产业的的转换和发展

第四节 产业结构的合理化（1、5学时）

一、创新与产业结构的高度化

1、业结构合理化主要是指产业与产业之间协调能力的加强和关联水平的提高，它是一个动态的过程。

2、产业结构合理化的内容

（1）看产业素质之间是否协调

（2）看产业之间的联系方式是否协调

（3）看各产业之间的相对地位是否协调

（4）可以从供给是否与需求相适应来判断产业之间是否处于协调状态

3、产业结构的合理化是经济增长的客观要求

二、产业结构合理化的基准

1、产业结构合理化基准的评说

2、产业结构合理化的比较与测定

三、产业结构合理化的调整

1、产业结构合理化调整的过程及其收益

2、产业结构合理化调整的机制和动力

（1）产业结构合理化调整的市场机制

（2）产业结构合理化调整的计划机制

第五节 产业布局理论概述（1学时）

一、产业布局理论的形成和发展

1、19世纪初至20世纪中叶是产业布局理论的形成期

2、二次大战后产业布局理论的发展

二、产业布局理论的研究内容

1、产业布局条件

2、产业布局特点

3、产业布局层次

4、产业布局机制

5、区域产业结构

**考核要求：**

1、识记产业关联的涵义、产业关联方式和类型。

2、识记产业优化结构的含义，理解产业优化的主要内容：供给结构、需求结构、国际贸易结构及国际投资结构；

3、应用分析产业关联效应、扩散效应及其他效应；

4、识记产业结构高度化的涵义，掌握创新对产业结构高度化的影响，理解产业高度化的机制及主导产业的选择；

5、理解产业结构的高度化和合理化，掌握影响产业布局的主要因素；

6、了解产业布局理论的形成和发展以及产业布局理论的研究内容。

**第七章 产业政策**

**教学要点：**

1、产业政策概述

2、产业政策的一般模式和演变规律

3、产业政策评估

4、政策类型

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 产业政策概述（1学时）

一、产业政策的涵义

1、产业政策的定义

产业政策是一个国家的中央或地区政府为了其全局和长远利益而主动干预产业活动的各种政策的总和。

2、产业政策的构成要素

产业政策的构成要素通常包括：政策对象、政策目标、政策手段与措施、政策实施机构，以及产业政策的决策程序与决策方式。

3、产业政策同其他经济政策的关系

二、产业政策的起源

三、产业政策兴起与存续的理论依据

1、“市场失灵”说

2、“赶超战略”说

3、“国际竞争”说

四、产业政策的作用

1、弥补市场失灵的缺陷

2、实现超常规发展，缩短赶超时间

3、促进产业结构合理化与高度化，实现产业资源的优化配置

4、增强产业的国际竞争力

5、在经济全球化过程中趋利避害，保障国家的经济安全

五、产业政策的局限性

1、就促进产业发展的目标而言，产业政策并非对任何产业都具有同等的作用

2、产业政策本身并非是万能的魔杖，片面夸大产业政策作用是不可取的

3、产业政策的实施是需要一定的成本和代价的

4、产业政策作为政府行为，也存在失败的可能性

第二节 产业政策的一般模式和演变规律（1、5学时）

一、产业政策的分类

二、产业政策的目标和手段

1、产业政策的目标体系

（1）实现经济振兴和经济赶超

（2）实现产业结构合理化和高度化

（3）增强本国产业的国际竞争力

2、产业政策的手段

（1）直接干预

（2）间接诱导

（3）法律法规

三、产业政策的一般特征

1、时代性

2、民族性

3、政治性

4、供给指向性

5、市场功能弥补性

四、产业政策的演变规律

五、产业政策趋同的可能性

1、产业政策功能定位的趋同

2、产业政策对象的趋同

3、产业政策目标与手段的趋同

4、产业政策内容的趋同

第三节 产业政策评估（1、5学时）

一、产业政策评估的意义

1、产业政策评估是客观、公正的评价产业政策效果的基本途径

2、产业政策评估是及时纠正产业政策偏差、合理调整产业政策目标和手段的前提条件

3、产业政策评估是产业政策走向决策民主化和科学化的必由之路

二、产业政策评估的原则和一般标准

1、福利经济学原则：最大多数人的最大福利

2、生产力标准

3、综合效益标准

4、国际竞争力标准

三、产业政策效果评估体系

第四节 政策类型

一、产业组织政策

1、产业组织政策概述

2、产业结构政策

3、产业布局政策

4、产业技术政策

5、综合性产业政策

**考核要求：**

1、识记产业政策的涵义，理解产业政策的构成要素、了解产业政策的起源；

2、了解产业政策兴起与续存的三个理论依据：“市场失灵”说、“赶超战略”说、“国际竞争”说；

3、理解产业政策的作用及局限性、产业政策的特征、产业政策的常见目标及手段；

4、掌握产业政策的一般模式和演变规律；

5、运用分析产业结构政策和产业布局政策的联系，它们的理论依据以及政策目标和手段。

**第八章 产业发展**

**教学要点：**

1、产业发展概述

2、经济增长理论

3、产业的可持续发展

4、中国产业发展的趋势

5、中国产业结构调整的方向和重点

**教学时数：**

4学时

**教学内容：**

第一节 产业发展概述（1学时）

一、产业发展的涵义

产业发展是指产业的产生、成长和进化过程，既包括单个产业的进化过程，又包括产业总体，即整个国民经济的进化过程。

二、产业发展的生命周期理论

1、产业生命周期曲线的形状更为平缓和漫长

2、产业的生命周期具有明显的“衰而不亡”的特征

3、产业生命周期曲线往往会产生突变

三、产业发展的模式

1、二元经济发展模式论

2、经济发展阶段论

3、平衡增长与不平衡增长理论

第二节 经济增长理论（1学时）

一、经济增长的涵义

经济增长通常是指一个国家或地区在一定时期内产品和劳务产出的增加，既可以用国民生产总值的增加来表示，也可以用人均国民生产总值的增加来表示。

二、 哈德罗——多马经济增长模型

三、新古典经济增长理论

四、新经济增长理论

第三节 产业的可持续发展（1学时）

一、 可持续发展问题

1、可持续发展的概念

可持续发展是指满足当前需要而又不削弱子孙后代满足其需要能力的发展，而且绝不包含侵犯国家主权的含义。

2、可持续发展的应用

3、发展你的不可持续问题

二、人口、资源、生态环境问题

1、人口问题

2、资源问题

3、生态环境问题

三、人、自然与可持续发展

1、人与自然关系的可持续发展观

2、可持续发展的原则

3、可持续发展的衡量

四、产业的可持续发展

1、产业发展与人口、资源和生态环境之间的关系

2、产业的可持续发展观及其战略

3、产业的可持续发展与产业结构的调整和演进

4、积极培育、扶持和推进生物技术、环保及知识产业的发展

第四节 中国产业的发展趋势（0.5学时）

一、新的发展现象

1、产业发展的任务从以数量扩张为主转为以素质提高为主的新阶段

2、产业发展所面临的主要矛盾由短缺转为相对过剩

3、产业发展和结构调整的重点由解决比例失调转为推进产业结构升级

4、产业发展和结构调整的方式由以行政和计划手段为主转为以市场机制为主

5、产业发展和结构调整面临着日益加剧的国际竞争压力

二、经济发展的趋势及其对产业发展的影响

1、市场化趋势及其影响

2、城市化趋势及其影响

3、全球化趋势及其影响

4、知识化趋势及其影响

第五节 中国产业结构调整的方向和重点（0.5学时）

一、中国未来战略产业的选择

1、大力发展汽车工业、建筑业等支柱产业

2、积极扶持和推进微电子、信息等主导产业

二、调整、优化产业结构的着眼点

1、我国当前经济增长格局的特征及其影响

2、产业结构调整的目标和方向

3、大力发展高新技术产业是未来结构调整的重中之重

**考核要求：**

1、识记产业发展的涵义；

2、应用分析产业发展的生命理论周期、产业分析的模式；

3、掌握三种比较典型的经济发展模式理论的主要观点；

4、应用分析经济增长与经济发展之间的联系和异同；

5、了解今后我国产业的发展面临的新的发展现象。

**三、 参考书目**

1、苏东水著，《产业经济学》，高等教育出版社，2004年。

2、王俊豪，《产业经济学》，高等教育出版社，2016年。

3、阿尔佛雷德·马歇尔，《经济学原理》，商务印书馆，1965年。

4、戴伯勋，《现代产业经济学》，经济管理出版社，2001年。

5、曼昆，《经济学原理（第6版）：微观经济学分册》，北京大学出版社，2012年。

**本课程使用教具和现代教育技术的指导性意见**

主要教具是多媒体课件。建议大部分内容的课程在多媒体教室上，用课件进行讲授，增加直观性和生动性。