

海南大学

精品在线开放课程建设立项申请书

课程编码 B25095

课程名称 《旅游市场营销》

课程性质 专业必修课

课程负责人 王红

所在单位 旅游学院

申请日期 2019 年 5 月 29 日

海南大学教务处制

2019 年 5 月

课程负责人	姓 名	王红	性 别	女	出 生 年 月	1976、9	工 号	991388
	最 终 学 历	博士研究生	学 位	管理学博士	职 称	教授	职 务	无
	联系电话	13648664437		邮 箱	wanghong@hainanu.edu.cn			
	本课程教学简历							
	时 间	课 程 名 称			授课对象	学时	所 在 单 位	
	2018-2019 (下)	《旅游市场营销》			2016 旅游管理 (智慧旅游方向)	3	旅游学院	
	2018-2019 (上)	《海洋与海岛旅游》			2015 旅游管理 (市场营销方向)	2	旅游学院	
	2015-2016 (下)	《旅游市场营销》			2014 市场营销	3	旅游学院	
获奖情况 (教学类)								
课程组成员	姓 名	专业技术 职 务	学 历	学 位	工作单位	曾担任相关课程		
	谢彦君	教授	博士 研究生	管理学 博士学位	旅游学院	《统计学原理》		
	胥兴安	教授	博士 研究生	管理学 博士学位	旅游学院	《旅游市场营销》 《旅游心理学》		
	曲颖	教授	博士 研究生	管理学 博士学位	旅游学院	《旅游市场营销》		
	雍天荣	副教授	硕士 研究生	管理学 硕士学位	旅游学院	《旅游市场营销》 《广告学》		
	王立磊	副教授	博士研 究生	管理学 博士学位	旅游学院	《旅游市场营销》 《消费者行为学》		
	李晓琼	讲师	博士 研究生	管理学 博士学位	旅游学院	《旅游市场营销》 《市场调查与预测》		

一、课程建设的基础和优势

作为旅游管理专业的必修课程，本课题组承担的《旅游市场营销》一课在课程建设中有如下的基础与优势：

其一，教学内容方面的基础与优势

校级精品课程《旅游市场营销》主讲人王红老师自 2002 年开始主讲该课程，17 年的教学、科研积累奠定了课程建设的案例库、试题库、视频库等教学内容的基础；课程建设组成员谢彦君教授、曲颖教授、胥兴安教授、王立磊副教授的研究聚焦于旅游市场营销领域，为课程讲授内容的与时俱进与创新奠定了科研基础的优势，其中，谢彦君教师在我国旅游理论界开创引领性地对“旅游体验”进行了系统论述与研究，在课程讲授中有效引入体验营销，有助于学生把握旅游产品的实质及其营销对策，有望形成该课程在教学内容方面的创新方向与基础；李晓琼老师的家庭有自创企业，与商界、政界联络广泛、有原创案例的深度解读数据与信息来源，为该课程的实践教学内容设计奠定了良好的基础与优势。

此外，课程组成员因学院工作需要，除《旅游市场营销》课程之外，长期讲授相关专业课程。例如：王红老师曾讲授《政治经济学》、《社会学》，为讲授旅游市场环境分析奠定了良好基础；曾讲授《客户关系管理》、《海洋与海岛旅游》、《旅游目的地营销》课程，为讲授旅游市场营销产品、促销策略奠定了良好基础。雍天荣老师曾讲授《广告学》课程，为旅游促销策略奠定良好基础；李晓琼老师曾讲授《旅游市场调查与预测》课程，为讲授市场调查与预测奠定了良好基础。曲颖、王立磊老师曾讲授《消费者行为学》课程，为讲授旅游消费行为分析奠定了良好基础。

其二，教学方法与手段方面的基础与优势

1、案例教学法

在课程教学中，王红老师编写了旅游市场营销案例集，收集了大量的相关案例，每一章均有案例的讲解，具备充分、有效运用案例来阐述理论、引发理论结合实践思考的基础与优势；

2、专家进课堂教学法

在以往的课程教学中，结合教学内容与教学形式的需要，通过邀请来自企业的实践专家，以公开讲座，作业评委、专家点评评委，作业题布置与设计老师等形式，充分发挥出专家进课堂教学法的益处，搭建了学生与业界专家交流的平台；

3、双语教学法

在该课程的教学中，已经进行了两轮双语教学（本学期正在开设第二轮），积累了双语教学的素材、讲授经验等，有着开发双语教学的基础与优势；

4、游戏与情境教学法

在部分章节讲授中，课程设计丰富的小游戏与情境演练环节，通过活动的设计与引导，让同学们在游戏、表演中领会、理解理论知识；

5、实践教学法

在学院、学校的经费及组织支持下，王红、李晓琼、雍天荣老师曾多次带领同学们赴琼海亚洲湾酒店、定安文笔峰景区等海南旅游企业参观、学习、与业界人士交流，进行市场调查等；在培养专业素养、引导学生理论与实践结合、锻炼学生综合能力方面进行了有效探索，奠定了实践教学法的基础与优势。

其三，教学中外部资源整合与运用的基础与优势

在该课程的建设过程中，可以通过十余年旅游学院毕业生的资源、各位老师在海内外同行的资源、海南旅游产业实践界的资源整合，为课程建设提供案例资源与实践教学资源。课程建设负责人及成员在该课程上长期、持续的积累，使外部资源整合与运用方面的优势较为凸显。

具体而言，该课程目前的教学内容、教学方法、教学手段、教材等情况如下：

教学内容：

周序	讲授主要内容	课内实践教学内容
1	第一章 导论	
2	第二章 旅游者购买行为分析	
3	第三章 旅游市场营销环境分析	
4	第四章 旅游市场营销信息收集与市场预测	
5	第五章 旅游市场营销战略 概述、业务投资组合战略、新业务拓展战略	
6	市场竞争战略、目标市场战略 市场细分及其趋势	
7	第六章 旅游市场营销战术 旅游市场定位、旅游市场营销组合	
8	第七章 旅游产品策略 概述、旅游产品生命周期以及营销策略选择	
9	第七章 旅游产品策略 产品组合、新产品开发、包价旅游产品 第八章 旅游价格策略	海南旅游产品 案例视频赏析与讨论
11		价格策略调研： 同学们按小组走入旅游企业，分析某一旅游产品的旅游价格体系、影响其价格制定的因素，并完成分析报告文本及展示幻灯片
12	第九章 旅游销售渠道策略 概述、中间商、渠道的设计	
13	第九章 旅游销售渠道策略 销售渠道的管理、变化趋势与发展方向	
14	第十章 旅游产品促销策略	
15		旅游促销光碟欣赏 与案例讨论
16		实践专家进课堂， 点评第 11 周的期中作业
48 学时		12 学时

教学方法：

该课程课堂讲授为主（1—6 章），

辅以案例讨论、课堂游戏、自我展示等参与式互动学习（7—10 章）；结合部分章节，精选相关教学 VCD 赏析、讨论；

请实业界相关人士以作业点评、试题布置等形式指导学生，组织相关的社会实践活动，促进学生对“旅游市场营销理论在实践中运用”的思考；

教学手段：

理论讲授中注重举例、互动、课前与课后作业、期中测试与作业等教学手段的综合使用，促使学生听懂理论；理解、记忆理论框架与核心知识要点；

实践环节中注重多种形式，符合教学对象心理及认知规律的设计，以理论与实际结合，从现实案例的欣赏、分析、讨论着手；逐步引导、推动学生将理论运用与实践，在实践中加深对理论的认识，直至形成个人对理论知识的创新思考。

教材：

1. 曲颖 李天元. 旅游市场营销(第 2 版)(中国旅游业“十三五”高等教育教材). 中国人民大学出版社. 2018 年
2. [美]菲利普·科特勒 [美]约翰·T. 鲍文 [美]詹姆斯·C. 麦肯斯 著 谢彦君、李淼、郭英、孙佼佼、徐英 译. 旅游市场营销（第 6 版）. 清华大学出版社 2017 年

网络教学环境：

在目前的教学中，已借助海南大学网络教学平台进行了相关课程资料库的建设与使用。

二、课程建设计划

（一）课程建设内容

1、课程资料库建设

预期目标：建设、跟新完善的、系统的、中英文版本的课程资料库

建设内容：课程讲义、课件、案例库、习题库、试题库建设

建设方式：课题组成员收集、撰写。

2、课程视频录制

预期目标：录制全部课程（48 学时）的视频资料

建设内容与方式：视频录制与后期剪辑

3、翻转课堂设计

预期目标：依托视频资料，设计翻转课堂教学

建设内容与方式：形成翻转课堂设计方案，包括课件、讲义、相关资料库

4、课程建设学术研究

预期目标：发表核心期刊论文 1 篇以上

建设内容与方式：在项目推进中开展相关学术研究

（二）课程建设方式

1、课程建设的实践与理论研究并行的方式

在课程建设过程中，加大对课程资料库的建设的同时进行理论研究，实现两者并行推进，相互促进的建设方式。一方面，以相关研究成果综述为基础，在科学、合理理论指导下推进课程建设；另一方面，在课程建设中，同步融入理论研究，力争基于实践数据的理论总结与创新；并以此研究强化、优化课程建设的设计。

2、课程建设的产业联动方式

充分调动课题组成员的资源，有效整合院校的相关资源，在产业支持下进行课程建设。其一，共同开发案例资源库；其二，引入专家进课堂，进行点评、引导、试题制定等工作，凸显与强化该课程的实践性；其三，课题组成员与企业共同成长，将拍摄的视频及开发的课程库资源与企业共享，请企业相关专家给予建议及指导，双方基于理论知识的有效讲述进行交流与合作。

3、课程建设中学生参与的方式

通过学生助理的聘请等设计，培养对该课程有兴趣的同学，在时间精力允许的情况下参与到课程建设中来，使课程建设本身，成为培养本科学生专业素养的有效渠道与方式。

（三）课程建设预期目标

依托该课程建设，冲击省级精品课程立项。

（四）开展的网络教学活动

严格按照学校的部署与规定，在网络视频录制、编辑、优化完成后，推行基于网络的翻转课堂设计及实施，开设网络课程。

三、课程建设进度及措施保障

（一）课程建设进度

1、2019 年 6 月至 2020 年 6 月 课程资料库建设：课程教学计划、讲义、幻灯片课件、推荐经典读物摘要、试题等课程资料库建设

2019年6月，课程组召开会议，讨论课程建设方案及分工；

2019年7月至2020年2月，各老师按照分工计划制作课程资料库相关内容，通过以往课件、讲义、教学计划等内容的整理、归纳、优化，跟新，建设好各自负责的版块内容；

2020年3月至2020年5月，课程组老师召开交流、研讨会议，通过相互借鉴、相互把关，最终确定、完成课程的资料库建设工作。

2、2019年7月至2021年6月 课程视频录制、视频案例设计、制作

2019年7月至2019年8月，制定、讨论、完善课程教学视频设计与制作计划；

2019年9月至2019年11月，委托相关同学，在网络等渠道，选择、下载符合教学设计的案例，并剪辑为教学视频案例库；

2019年9月至2020年12月，各版块负责教师通过自己录制积累；挖掘设计并委托专业机构拍摄；与相关企业联系，收集、剪辑等方式，完成视频案例的设计与制作工作。

2019年9月至2021年6月，依托学校专业团队，进行教学课程视频的录制工作。

3、2019年6月至2021年6月 翻转课堂设计、课程建设研究相关论文发表

依托录制的教学视频材料，进行翻转课堂设计，实施基于网络教学资源的课程创新；

在整个建设过程中，辅之以专业、系统的课程建设研究，形成学术论文，并在核心及以上期刊予以发表。

（二）课程建设保障措施

1、团队保障

参与申报的课程建设团队成员在学历、学位、专业背景、已有教学积累等基础条件方面，具有凸显的优势；此外该课程团队成员年龄结构合理，既包含富有教学及督导经验的资深专家（谢彦君教授），也有处于壮年时期的中坚力量（雍天荣、李晓琼、曲颖、王红），还包括发展潜力渐已焕发的青年骨干教师（胥兴安、王立磊），为课程建设奠定了良好的人才队伍保障。

2、科学指导的保障

为科学、合理推进课程建设工作，课题组将通过国家级精品课程学习、专家咨询、学术研究同步推进、参与国内外相关学术交流会议等多种手段，在已有的，海南大学、国内精品网络课程建设经验的基础上，推荐课程建设，力争以最大可能，整合课程内外部专家及老师的智慧与能量，高效率、高水平完成课程建设的目标，有序推进课程建设计划的落实。

3、课程建设小组激励制度的辅助保障

为有效按计划推进课程建设工作，本小组将严格而又相对简单地推行“多劳多得”的激励制度。课题结项证书中的排序、经费及工作量的分配等能够给予的显性收益指标，将按照课题组成员对课题的投入程度进行公开分配。以此辅助保障，公平地对各课题组老师根据自己的分工职责，结合个人的时间情况，按计划推进建设的工作给予回馈与鼓励，结合老师自我提升、心系服务学生的内在动力，有序推进课程的建设。

4、学校技术条件、相关配套制度支持的保障

学校为课程建设已经提供了完善有效的网络平台、制作专家等技术条件；此外，学校在一流学科建设中教学及教研的重视制度、投入制度、工作量核定与激励制度、课程建设管理制度日益完善、有效，这无疑是该课程建设最为直接而有效的保障。

经 费 预 算

支出科目	金额（万元）	计算依据与说明
培训差旅费	3.00	课题成员参与会议，每次会议预算约 0.5 万元
书籍、资料费	0.10	购买 20 余本书籍、资料，每本约 50 元预算
打印、复印费	0.65	打印、制作纸质版课程资料库，每本约 50 元预算 (包括幻灯、讲义、案例、试题、练习题中英文版)
视频案例拍摄、制作光盘费用	1.00	制作 20 个视频，每个 500 元预算
劳务费	0.25	请学生辅助课程建设工作，每位同学 500 元预算
合计	5.00	

所在单位意见：

负责人：（公 章）

年 月 日

教务处意见：

负责人：（公 章）

年 月 日