

## 第一章 旅游景区概述（支撑课程目标 1、2、3）

### 教学目标和要求：

掌握旅游景区的概念，掌握旅游景区的基本特征和主要类型，了解旅游景区的发展历程与现状，通过里峪乡村旅游的案例展示与分析，引导学生自己动手动脑，提出建设新农村的设想。学生分组展示并讨论家乡旅游景区概况，引导爱祖国、爱家乡的情怀。正确理解“绿水青山就是金山银山”的两山理论，启迪自觉热爱环境保护环境的价值观。

**教学重点和难点：**旅游景区的概念，旅游景区的基本特征和主要类型

**实验/实习/实训项目：**无

**教学学时：**6 理论学时

**教与学的方式方法：**课堂讲述+实际案例+小组讨论

**教学内容：**

### 第一节 旅游景区的概念和类型

#### 一、旅游景区的概念

吸引游客，区域场所，旅游需求，管理机构

#### 二、旅游景区的类型

经济开发型旅游景区，资源保护型旅游景区

#### 三、自然保护区案例分析

### 第二节 有关旅游景区特征的表述

#### 一、旅游景区的基本特征

第一层面特征，第二层面特征，第三层面特征

#### 二、旅游景区管理的特征

关联性，动态性，科学性，文化性，创新性

### 第三节 旅游景区的发展历程和管理现状

#### 一、旅游景区的发展历程

旅游景区的发展阶段，产业经济与门票经济的分析，GDP 的支柱产业

#### 二、旅游景区的管理现状

政府主导功能弱化，政企不分现象，服务意识差、安全感不足，资源破坏，可持续发展后劲不足，景区产品质次价高、特色性不强

### 本章学习建议：

1.认真听讲，积极互动

本章内容是引导性内容，跨度大，涉及面广；互动过程中，了解学生的认知水平，为

教学调整和设计奠定基础。

## 2.注重自主学习

课下积极阅读论文与课外资料，积极思考、沟通交流；关注学科前沿领域，用学科理论知识指导实践问题的思考。

## 第二章 旅游景区产品的特点与构成（支撑课程目标1、2、3）

**教学目标和要求**：掌握旅游景区产品的概念，掌握旅游景区产品的基本特征和构成，理解旅游景区产品的开发目标和生命周期。**了解21世纪国家促进旅游发展的相关导向，思考乡村旅游升级促进乡村振兴。启发热爱家乡的情怀，为家乡建设出一份力的责任感。**

**教学重点和难点**：旅游景区产品的概念，旅游景区产品的基本特征和构成

**实践环节**：小组作业（天目湖旅游度假区产品创新）

**教学学时**：6学时

**教学方法与手段**：课堂讲述与实际案例相结合，小组汇报与集体讨论

### 教学内容：

#### 第一节 旅游景区产品的界定和类型

##### 一、景区产品的概念

景区产品是一种旅游产品，景区产品是一种体验

##### 二、景区产品的类型

按照景区产品性质分类，按照景区产品功能分类

#### 第二节 旅游景区产品的特点

##### 一、旅游产品的特点

需求富有弹性，消费上的关联性和多样性

##### 二、景区产品自身的特殊性

不可检验性，生产与消费同步性，不可储存性，不可移动性，季节性，脆弱性，共享性

引导学生资源保护意识，提升自我修养

##### 三、景区产品的实质是一种体验和经历

产品的有形成分，提供服务的要素，顾客因素，一些不可控因素

#### 第三节 旅游景区产品的构成

##### 一、一般产品的构成学说

核心产品、有形产品和扩展产品

##### 二、旅游景区的产品构成

旅游吸引物的构成，旅游景区活动项目，景区的交通等

#### 第四节 旅游景区产品的生命周期与创新

##### 一、景区产品生命周期的理论基础

产品生命周期理论，旅游地生命周期理论，不同景区产品的生命周期曲线

##### 二、生命周期的调控：产品创新

主题创新，结构创新，功能创新

##### 三、乡村旅游产品转型升级案例分析

#### 本章学习建议：

本章是旅游景区产品的基础理论知识部分，为达到课程目标，建议：

- 1.注重自主学习。学生有一定认知的基础，但知识不够系统和深入，要求课前提前预习，课上认真听讲，积极互动和参与。
- 2.根据教师的建议，课下积极阅读、思考、沟通交流，加深对旅游景区产品的了解和分析，并能解决实践问题；通过小组合作学习和集体讨论，提升学生专业能力和素养。
- 3.关注学科前沿领域积极阅读相关论文、专著以及网络资料。

### 第三章 旅游景区服务管理（支撑课程目标1、2、3）

**教学目标和要求：**掌握旅游景区服务管理概念，掌握旅游景区服务管理的基本特征和主要类型，了解改善我国景区服务管理的对策。同时，结合具体岗位讲授和情景展示，引导学生形成正确的职业观念、情感和职业道德，并提高个人自我修养。

**教学重点和难点：**旅游景区服务管理概念，旅游景区服务管理的基本特征和类型

**实践环节：**实践案例分析（文创旅游纪念品的设计与营销）

**教学学时：**6学时

**教学方法与手段：**课堂讲述与实际案例相结合，情景模拟+小组汇报

**教学内容：**

#### 第一节 旅游景区接待服务管理

##### 一、票务服务

售票前准备的内容，售票工作流程，检票工作流程，交款及统计，票务服务管理难点

##### 二、入门接待服务

验票服务，入口导入服务，咨询服务

##### 三、游客投诉与抱怨的管理

游客投诉，游客抱怨

## 第二节 旅游景区解说服务管理

### 一、旅游景区解说服务的功能

提供基本信息和导向服务，了解资源及价值，加强保护，鼓励游客参与景区管理，提高与景区有关的游憩技能，教育功能

### 二、旅游景区解说服务的构成

向导式解说服务，自导式解说服务

### 三、景区解说服务管理的重点

研究，投入，内涵，景区解说员

## 第三节 旅游景区商业服务管理

### 一、旅游景区娱乐服务

小型常规娱乐，大型主题娱乐，娱乐服务管理

### 二、旅游景区购物服务

购物服务现状，游客购物心理，推销技巧

### 本章学习建议：

本章是旅游景区服务管理的基础理论部分，包括诸多旅游景区服务环节，为达到课程

目标，建议：

1.注重自主学习。学生在自我学习的基础上，积极参与课上的互动和小组讨论。课下针对服务实践问题，积极阅读、思考、沟通交流，加深对旅游景区重点服务环节的分析和应用。

2.按照教师建议的思路与方法，并加强小组合作学习，积极锻炼和培养专业应用能力。

3.关注学科前沿领域积极阅读老师布置的学术论文、专著。

## 第四章 旅游景区项目管理（支撑课程目标1、2、3）

**教学目标和要求：**掌握旅游景区项目设计的主要内容与程序，掌握旅游景区经营项目选择与价格制定的方法，**学生自主进行不同类型旅游景区项目设计的案例设计与分析，锻炼其独立自主的能力。有意识地引导学生，理解传承中华传统文化的重要意义，加强对生态文明与生态伦理观的认识。**

**教学重点和难点：**旅游景区项目设计的主要内容与程序，**不同类型旅游景区项目设计**

的案例研究

**实践环节**：针对五类旅游景区进行项目设计

**教学学时**：6 学时

**教学方法与手段**：课堂讲述与实际案例相结合，分组设计并汇报

**教学内容**：

### 第一节 旅游景区项目概述

**一、研究对象的界定**

旅游项目，景区旅游项目管理

**二、旅游项目的分类**

环境分类法和社会内容分类法

**三、台湾梅子梦工厂休闲农业园项目设计案例分析**

### 第二节 旅游景区经营项目设计

**一、景区旅游项目设计的原则**

独特差异性，市场适应性，持续发展性，真实体验性

**二、景区旅游项目设计的一般程序**

形成项目的初步构想，调查景区旅游项目的相关信息，创意设计成型阶段，项目设计再完善，策划书的撰写

**三、影响景区旅游项目设计的因素**

设计人员对主题理解，与景区管理方的有效协调，信息收集全面性，资源赋存状况

**四、我国景区旅游项目设计发展趋势**

文化旅游项目前景独具，崇尚自然、返璞归真，呼唤特种旅游的发展

### 第三节 不同类型旅游景区项目设计的案例研究

**一、生态自然景区项目设计**

资源：脆弱的自然环境或动植物系统，不可再生，原汁原味

主题：可持续发展，亲近自然，净化身心

市场：对游客素质有要求，适合大部分旅游者

关注：环境效益重于经济效益

**二、历史城镇项目设计**

资源：文化内涵丰富，文脉挖掘点多

主题：穿越历史，体验原初生活，体会人文魅力

市场：中、高端旅游市场，文化程度高的旅游者

关注：商业氛围不可太浓

**三、主题公园项目设计**

资源：人为营造，有一定文化赋予

主题：创新性很强，重参与和体验

市场：目标市场细分化，需求针对性强

关注：防止重复和低水平建造

**四、旅游度假区项目设计**

资源：自然环境良好并可进行人工建筑的构建，整合多种资源

主题：休闲、康体

市场：特定顾客群，一般为高端收入

关注：向高层次发展，特色化应突出

## 五、特殊民族文化项目设计

资源：文化特色浓，差异化大，吸引力强

主题：体验民族风情，尊重多元文化

市场：适合大部分旅游者，市场区分度不是很大

关注：民族文化的保护和深层挖掘

## 本章学习建议：

本章是旅游景区项目概念与设计的基础理论的讲授，为达到课程目标，建议：

1. 注重自主学习。在课上认真听讲，积极互动和参与的基础上，课下积极阅读、思考、沟通交流，加深对旅游景区项目了解的广度与深度。
2. 关注学科前沿领域，积极阅读老师布置的论文、专著。

## 第五章 旅游景区游客体验管理（支撑课程目标1、2、3）

**教学目标和要求：**掌握和理解体验经济的概念和特征，掌握游客体验的塑造与强化的方法和手段，了解体验经济时代下的景区管理。同时，引导学生热爱自然开放心怀，形成自我调节焦虑与压力的能力，塑造新时代的个人价值观念。

**教学重点和难点：**体验经济的概念和特征，游客体验的塑造与强化的方法和手段

**实践环节：**实践案例分析（台湾飞牛牧场）

**教学学时：**4学时

**教学方法与手段：**课堂讲述与实际案例相结合，网络资源利用，小组汇报

**教学内容：**

### 第一节 体验经济的概念和特征

一、体验经济的概念

以服务为依托，以商品为道具，留下深刻印象，经济类型

二、经济价值演进过程

农业经济时代，工业经济时代，服务经济时代，体验经济时代

### 第二节 旅游发展的体验化趋势

一、旅游的本质

旅游本质就是一种经历或一种体验

二、旅游发展的体验化趋势

体验是旅游的核心属性之一。

旅游是体验的大舞台。

旅游业与体验经济是紧紧联系的。

### 三、游客体验的类型

娱乐体验，教育体验，超脱现实（逃避）体验，审美体验，移情体验

#### 第三节 游客体验的塑造与强化

##### 一、创意体验主题

调整人们的现实感受，特色，相互协调，多景点布局，符合景区本身的特色

##### 二、开发体验旅游产品

外延式开发新产品，内涵式升华

##### 三、提供体验式服务

亲人，角色扮演

##### 四、完善公共服务系统

建筑设施，景区内的交通系统，建设完善的景区解说系统

##### 五、重视旅游纪念品的宣传效应

使用个性化的设计，设计特殊意义的纪念品，免费赠送纪念品

##### 六、营造诚信安全的旅游环境

企业层面，政府层面

#### 第四节 体验经济时代下的景区管理

##### 一、旅游景区提供的体验资源

自然资源，景观资源，人的资源，文化资源

##### 二、基于游客体验的景区管理原则

差异性，参与性，挑战性，真实性

##### 三、基于游客体验的景区项目设计

从直接体验出发，从功能出发