

高纲 4201

江苏省高等教育自学考试大纲

03533 旅游策划

南京师范大学编（2024 年）

I 课程性质与课程目标

一、课程性质和特点

《旅游策划》是策划学和旅游学的交叉融合学科，是一门理论联系实际、应用性较强的课程。本课程以培养旅游业策划型应用人才为主要目标，立足于新时代中国特色社会主义基本国情，兼顾旅游策划的基础理论教学与实践经验传授，结合时代政策背景、科技背景、文化背景的变化探究旅游策划新趋势，重点培养考生的创造性思维与实操能力。

二、本课程设置的目的

设置本课程，是为了使考生能够基本熟悉中国旅游策划学的发展历程，牢固掌握旅游策划相关概念、基本理论与方法，立于旅游策划人的视角，紧跟时代发展、人民需求更新和行业变化，深入了解现代旅游策划的新概念、新思维、新方向。能够灵活运用理论技巧进行旅游策划方案的设计实践，锻炼考生的实操能力。

三、本课程的基本要求

通过本课程的学习，有助于考生掌握旅游策划的基础理论，在系统理论知识的指引下，能够联系实际，解决旅游策划活动中的各种实际问题，提高考生分析问题和解决问题的能力。

II 考核目标

本课程按照识记、领会、简单应用和综合应用四个层次规定考生应达到的能力层次要求。这四个能力层次是递进关系，各能力层次的含义是：

识记：要求考生能够识别和记忆本课程中有关旅游策划的主要内容，并能够根据考核的不同要求，做正确的表述、选择和判断。

领会：要求考生能够领悟和理解本课程中有关旅游策划相关概念、基本理论与方法，对旅游策划的有关问题进行分析和论证，得出正确的结论或做出正确的判断。

简单应用：要求考生能够根据已知的旅游策划的相关内容，深入了解现代旅游策划的新概念、新思维、新方向；灵活运用理论技巧进行旅游策划方案的设计实践。

综合应用：要求考生能够根据已知的旅游策划相关内容，在系统理论知识的指引下，能够联系实际，解决旅游策划活动中的各种实际问题。

III 课程内容与考核要求

第一章 中国旅游策划溯源及发展

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解中国旅游策划概念以及中国旅游形式的衍变过程；掌握中国现代旅游策划发展历程；领会中国现代旅游策划的成绩；理解中国旅游策划未来的发展趋势。

二、考核知识点与考核要求

（一）中国旅游策划概念溯源

识记：①策划的概念；②中国策划的概念及形成。

领会：①先秦时期的旅游；②秦汉时期的旅游活动；③魏晋南北朝至元朝的旅游；④明清时期的旅游；⑤中国近代的旅游。

（二）中国现代旅游策划发展概述

识记：①中国现代旅游业的发展历程；②中国旅游业发展各阶段的特点。

领会：①中国现代旅游策划的成绩。

（三）中国旅游策划未来的发展趋势

识记：①中国旅游策划未来的发展趋势。

三、本章关键问题

本章重点阐释了旅游策划的概念以及衍变过程，讲述了从先秦时期至中国近代时期旅游活动的特点，介绍了中国旅游策划未来的发展趋势，分析了中国现代旅游业发展的阶段及其特征。

第二章 旅游策划的概述

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会策划与计划的差异；掌握策划的定义及其基本原则；领会会策划的分类；掌握旅游策划的定义；领会旅游策划的分类。

二、考核知识点与考核要求

（一）策划概述

识记：①策划的定义；②策划的基本原则。

领会：①策划与计划的差异；②策划的分类。

（二）旅游策划概述

识记：①旅游策划的定义。

领会：①旅游策划的类型。

三、本章关键问题

本章重点阐释了策划、旅游策划的定义，讲述了策划与计划的差异、策划的基本原则，介绍了策划的类型和旅游策划的定义，分析了旅游策划的分类方法与类型体系。

第三章 中国特色的旅游策划学

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解发展中国旅游策划学理论的意义；了解中国旅游策划学的研究对象；基本掌握中国旅游策划学研究的基本内容；重点掌握旅游策划活动过程的规律体系；了解中国旅游策划学的体系构成；领会旅游策划学与相邻学科的关系。

二、考核知识点与考核要求

（一）发展中国旅游策划学理论的意义

识记：①旅游策划的谋略性；②旅游策划的竞争性；③旅游策划的艺术性。

领会：①理论科学对实践的意义；②旅游策划科学理论与实践。

（二）中国旅游策划学的研究内容

识记：①中国旅游策划学的基本内容；②旅游策划过程的基本规律。

领会：①中国旅游策划学的研究对象。

（三）中国旅游策划学的构成体系

识记：①旅游策划学的体系构成。

领会：①旅游策划学在现代科学中的地位。

应用：①旅游策划学与相邻学科的关系辨析。

三、本章关键问题

本章重点阐释了发展中国旅游策划学理论的意义，讲述了中国旅游策划学的研究内容，介绍了中国旅游策划学的构成体系，分析了旅游策划学与相邻学科的关系。

第四章 旅游发展战略策划

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会旅游发展战略策划的内涵、任务、内容和要点；掌握旅游发展战略策划的步骤；掌握旅游发展战略策划方案的制定与实施。

二、考核知识点与考核要求

（一）旅游发展战略概述

识记：①战略策划的内涵；②旅游发展战略策划的概念；③旅游发展战略策划的任务、内容与要点。

领会：①旅游发展战略策划应重点解决的问题；②旅游发展战略策划的层次。

（二）旅游发展战略策划

识记：①旅游区域发展战略条件分析；②旅游发展战略目标的设定。

领会：①旅游发展战略策划方向的把握；②旅游发展战略实施的措施。

（三）旅游发展战略策划的步骤

识记：①旅游发展战略策划的方法。

领会：①制定旅游发展战略策划方案的三阶段。

综合应用：①旅游发展战略策划方案的制定与实施。

三、本章关键问题

本章重点阐释了旅游发展战略的概念、任务、内容、要点，讲述了旅游发展战略策划，分析了旅游发展战略策划的步骤。

第五章 旅游策划实操技巧

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会旅游策划的常用理论；掌握调查问卷的设计方法；掌握市场调查分析的方法；掌握旅游策划案的内容结构与编写方法；熟悉借势策划的艺术实践。

二、考核知识点与考核要求

（一）策划的常用理论

识记：①SWOT分析法；②马斯洛需求理论；③CI系统；④品牌形象论；⑤4P理论；⑥USP理论；⑦二八法则；⑧长尾理论；⑨魏斯曼营销战略学说及竞争

四种手段。

领会：①5W2H法；②4C理论；③马太效应；④迈克尔·波特竞争理论；⑤蓝海战略；⑥定位理论；⑦木桶理论；⑧羊群效应；⑨果子效应。

（二）旅游策划的步骤及方法

识记：①旅游市场的调查内容与预测；②调查问卷的概念与设计方法。

领会：①旅游策划的程序；②策划案的结构与内容。

综合应用：①市场调查分析的方法；②调查问卷的设计；③策划案的设计。

（三）旅游策划技巧

识记：①借势策划的概念与内涵。

综合应用：①借势策划艺术实践。

三、本章关键问题

本章重点阐释了旅游策划的步骤与方法，介绍了旅游策划技巧，分析了策划的常用理论。

第六章 旅游营销策划

一、学习目的与要求

通过本章学习，理解旅游市场的营销策略；了解旅游产品营销策划的程序；了解旅游营销的新趋势，掌握新媒体的概念，重点领会“旅游+新媒体”的营销新模式。

二、考核知识点与考核要求

（一）旅游市场营销策略

识记：①旅游产品渠道策略。

领会：①旅游市场的拓展策略；②旅游产品的定价策略。

简单应用：①定价方法。

（二）旅游产品营销策划的程序

识记：①营销环境分析。

领会：①旅游市场概况分析；②机会与威胁分析；③营销战略的重点目标；④旅游市场营销战略描述；⑤营销计划的实施方案；⑥盈亏预算分析表；⑦对整个营销活动的控制。

（三）旅游营销的新趋势

识记：①新媒体的概念；②“旅游+新媒体”的营销新模式。

领会：①旅游行业的营销趋势。

三、本章关键问题

本章重点讲述了旅游市场的拓展策略、旅游产品定价策略、旅游产品渠道策略，介绍了旅游产品营销策划的一般程序与步骤，分析了旅游行业营销策划的未来趋势。

第七章 旅游形象策划

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会旅游形象的相关概念及构成要素；领会旅游形象的构建类型；掌握旅游形象的定位；掌握旅游形象策划体系；理解旅游主题口号设计和旅游视觉形象设计。

二、考核知识点与考核要求

（一）旅游形象概述

识记：①形象概念；②旅游形象构建类型。

领会：①旅游形象构成要素；

（二）旅游形象定位

识记：①旅游形象定位概念；②旅游形象定位方法。

领会：①旅游形象调查。

简单应用：①旅游形象定位原则。

（三）旅游形象设计与塑造

识记：①旅游形象策划体系；②旅游视觉形象设计内容。

领会：①旅游主题口号设计原则；②景区标识系统策划

简单应用：①旅游主题口号设计方法；②旅游品牌标志策划。

三、本章关键问题

本章重点讲述了旅游形象的构建类型以及策划体系，阐释了形象的概念、旅游形象的概念，介绍了旅游形象的定位与设计，分析了旅游形象策划体系，以及旅游视觉形象设计。

第八章 旅游产品策划

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会旅游产品策划的概念和特点；掌握旅游产品的分类；掌握旅游线路的策划以及旅游产品发展方向。

二、考核知识点与考核要求

（一）旅游产品的概念及分类

识记：①旅游产品的概念；②旅游产品策划的概念；③旅游产品的特点。

领会：①旅游产品的分类。

简单应用：①旅游产品的生命周期。

（二）旅游线路策划

识记：①旅游线路概念；②旅游线路策划内容。

领会：①旅游线路的分类；②旅游线路策划原则。

综合应用：①旅游线路策划实例。

（三）旅游产品发展方向

识记：①旅游+自然；②旅游+人文；③旅游+研学；④旅游+乡村。

领会：①旅游+会展；②旅游+婚庆；③旅游+康养；④旅游+城镇；⑤旅游+体育。

三、本章关键问题

本章重点阐释了旅游产品的概念、特点和分类，讲述了旅游线路策划的内容，介绍了旅游产品的生命周期以及旅游产品的发展方向，分析了旅游线路分类、旅游线路策划的原则。

第九章 旅游景区开发策划

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会旅游景区开发的概念、旅游景区开发分类策划；掌握旅游景区开发策划的内容、要素及方法；掌握旅游景区开发策划新方向。

二、考核知识点与考核要求

（一）旅游景区开发策划的内容

识记：①旅游景区开发的概念；②旅游景区开发策划内容。

领会：①旅游景区策划六大要素。

（二）旅游景区开发策划的方法和分类

识记：①旅游景区开发策划的方法；②旅游景区开发策划的分类。

（三）旅游景区开发策划新方向

识记：①体验式旅游的概念；②发展夜间旅游的途径；③旅游微演艺的优势。

领会：①体验式旅游的特点；②体验式旅游的类型；③发展夜间旅游的意义；
④发展夜间旅游的原则；⑤发展夜间旅游的机遇；⑥发展旅游微演艺的原因。

综合应用：①如何打造旅游微演绎。

三、本章关键问题

本章重点介绍了旅游景区开发策划的内容和方法，讲述了旅游景区开发策划的分类，介绍了体验式旅游、夜间旅游、旅游微演艺。

第十章 旅游节庆活动策划

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会旅游节庆活动的概念；掌握旅游节庆活动分类；掌握旅游节庆活动构成要素和作用；掌握旅游节庆活动策划要点、方法和流程。

二、考核知识点与考核要求

（一）旅游节庆活动概述

识记：①旅游节庆活动的概念。

领会：①旅游节庆活动的分类。

（二）旅游节庆活动的要素与作用

识记：①旅游节庆活动的构成要素。

领会：①旅游节庆活动的作用。

（三）旅游节庆活动策划旅游

识记：①旅游节庆活动策划的要点；②旅游节庆活动策划的流程。

领会：①旅游节庆活动策划的创意方法；②旅游节庆活动主题的选择技巧；
③旅游节庆活动策划的要诀。

三、本章关键问题

本章重点讲述了旅游节庆活动的概念及策划内容、旅游节庆活动的分类，介绍了旅游节庆活动的要素、旅游节庆活动的作用、旅游节庆活动的策划方法，分

析了旅游节庆活动策划的要点以及旅游节庆活动策划的流程。

第十一章 旅游商品策划

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会旅游商品的概念及分类；掌握旅游商品的特点；掌握旅游商品开发的作用及存在的问题；掌握旅游商品开发的计策；理解旅游商品的经营以及旅游商品开发新趋势。

二、考核知识点与考核要求

（一）旅游商品概述

识记：①旅游商品；②旅游商品的特点。

领会：①旅游商品开发的重要作用。

（二）旅游商品分类

识记：①旅游纪念品；②旅游用品；③旅游工艺品；④旅游食品。

（三）旅游商品的开发与策划

识记：①旅游商品发展存在的问题。

领会：①旅游商品开发策划的计策；②旅游商品开发新趋势。

简单应用：①旅游商品经营。

三、本章关键问题

本章重点阐释了旅游商品的概念，讲述了旅游商品的开发策划，介绍了旅游商品发展存在的问题，分析了旅游商品的特点、作用及分类，以及旅游商品开发的新趋势。

第十二章 智慧旅游策划

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会智慧旅游以及智慧旅游策划的概念；掌握智慧旅游的特征；掌握智慧旅游的关键技术；掌握智慧旅游的应用与发展。

二、考核知识点与考核要求

（一）智慧旅游概述

识记：①智慧旅游的概念；②智慧旅游策划的概念；③旅游信息化的概念。

领会：①智慧旅游的特征。

（二）智慧旅游的关键技术

识记：①物联网技术；②移动通信技术；③云计算技术；④人工智能技术。

（三）智慧旅游的应用与发展

识记：①旅游服务的智慧；②旅游管理的智慧；③旅游营销的智慧。

领会：①全域旅游背景下智慧旅游发展方向；②虚拟技术在旅游中的应用；③虚拟旅游平台的功能模块；④5G 通信技术对旅游业的作用。

简单应用：①虚拟旅游平台的经营模式；②5G 在旅游中的应用场景。

三、本章重点和难点

本章重点阐释了智慧旅游的概念和技术，讲述了智慧旅游的特征，介绍了全域旅游背景下智慧旅游发展方向，分析了智慧旅游的“智慧”应用、虚拟技术在旅游中的应用、5G 通信技术在旅游中的应用。

第十三章 旅游综合体策划

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会田园综合体、特色小镇、现代农业观光旅游的概念；掌握田园综合体的策划要素和开发策略；掌握特色小镇的策划要素和开发策略；掌握现代农业观光旅游的分类和功能分区；掌握现代农业观光旅游的策划要素和开发策略。

二、考核知识点与考核要求

（一）田园综合体策划

识记：①田园综合体的概念；②田园综合体的策划要素；③田园综合体的开发策略。

领会：①田园综合体的特征。

（二）特色旅游小镇策划

识记：①特色小镇的概念；②特色小镇的策划要素；③文旅特色小镇的开发策划。

领会：①乡村养老小镇开发类型；②乡村养老小镇开发特点。

（三）现代农业观光旅游策划

识记：①农业观光旅游的概念；②现代农业观光旅游的策划要素；③现代农业观光旅游的开发策划。

领会：①现代农业观光旅游的分类；②现代农业观光旅游的功能分区。

三、本章关键问题

本章重点阐释了田园综合体的概念，讲述了田园综合体的策划要素和开发策略；阐释了特色小镇的概念，讲述了特色小镇的策划要素和开发策略；阐释了现代农业观光旅游的概念，讲述了现代农业观光旅游的策划要素和开发策略。分析了旅游综合体的开发策划。

IV 关于大纲的说明与考核实施要求

一、自学考试大纲的目的和作用

课程自学考试大纲是根据专业考试计划的要求，结合自学考试的特点而确定。其目的是对个人自学、社会助学和课程考试命题进行指导和规定。

课程自学考试大纲明确了课程学习的内容以及深广度，规定了课程自学考试的范围和标准。因此，它是编写自学考试教材和辅导书的依据，是社会助学组织进行自学辅导的依据，是考生学习教材、掌握课程内容知识范围和程度的依据，也是进行自学考试命题的依据。

二、课程自学考试大纲与教材的关系

课程自学考试大纲是进行学习和考核的依据，教材则列出了考生学习本课程的基本内容与范围，教材的内容是大纲所规定的课程知识和内容的扩展与发挥。课程内容在教材中可以体现一定的深度或难度，但在大纲中对考核的要求一定要适当。

大纲与教材所体现的课程内容应基本一致，大纲中的课程内容和考核知识点，教材里一般也要有；反过来，教材里有的内容，大纲里就不一定体现。

三、关于自学教材

本课程使用教材为：《现代旅游策划学新编》，田长广、王颖主编，南京大学出版社，2020年。

四、关于自学要求和自学方法的指导

本大纲的课程基本要求是依据专业考试计划和专业培养目标而确定的。课程基本要求还明确了课程的基本内容，以及对基本内容掌握的程度。基本要求中的知识点构成了课程内容的主体部分。因此，课程基本内容掌握程度、课程考核知识点是高等教育自学考试考核的主要内容。

五、应考指导

1. 如何学习

很好的计划和组织是你学习成功的法宝。如果你正在接受培训学习，一定要跟紧课程并完成作业。为了在考试中做出满意的回答，你必须对所学课程内容有很好的理解。使用“行动计划表”来监控你的学习进展。你阅读课本时可以做读书笔记。如有需要重点注意的内容，可以用彩笔来标注。如：红色代表重点；绿色代表需要深入研究的领域；黄色代表可以运用在工作之中。可以在空白处记录相关网站和文章。

2. 如何考试

卷面整洁非常重要。书写工整，段落与间距合理，卷面赏心悦目有助于教师评分，教师只能为他能看懂的内容打分。回答所提出的问题。要回答所问的问题，而不是回答你自己乐意回答的问题，避免超过问题的范围。

3. 如何处理紧张情绪

正确处理对失败的惧怕，要正面思考。如果可能，请教已经通过该科目考试的人，问他们一些问题。做深呼吸放松，这有助于使头脑清醒，缓解紧张情绪。考试前合理膳食，保持旺盛精力，保持冷静。

4. 如何克服心理障碍

这是一个普遍问题！如果你在考试中出现这种情况，试试下列方法：使用“线索”纸条。进入考场之前，将记忆“线索”记在纸条上，但你不能将纸条带进考场，因此当你阅读考卷时，一旦有了思路就快速记下。按自己的步调进行答卷。为每个考题或部分分配合理时间，并按此时间安排进行。

六、对考核内容的说明

1. 本课程要求考生学习和掌握的知识点内容都作为考核的内容。课程中各章的内容均由若干知识点组成，在自学考试中成为考核知识点。因此，课程自学考试大纲中所规定的考试内容是以分解为考核知识点的方式给出的。由于各知识点在课程中的地位、作用以及知识自身的特点不同，自学考试将对各知识点分别按四个能力层次确定其考核要求。

2. 在考试之日起6个月前，由全国人民代表大会和国务院颁布或修订的法律、法规都将列入相应课程的考试范围。凡大纲、教材内容与现行法律、法规不符的，应以现行法律法规为准。命题时也会对我国经济建设和科技文化发展的重

大方针政策的变化予以体现。

七、关于考试命题的若干规定

1. 本大纲各章所规定的基本要求、知识点及知识点下的知识细目，都属于考核的内容。考试命题既要覆盖到章，又要避免面面俱到。要注意突出课程的重点、章节重点，加大重点内容的覆盖度。

2. 命题不应有超出大纲中考核知识点范围的题，考核目标不得高于大纲中所规定的相应的最高能力层次要求。命题应着重考核考生对基本概念、基本知识和基本理论是否了解或掌握，对基本方法是否会用或熟练。不应出与基本要求不符的偏题或怪题。

3. 本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为：识记占 20%，领会占 30%，简单应用占 30%，综合应用占 20%。

4. 要合理安排试题的难易程度，试题的难度可分为：易、较易、较难和难四个等级。每份试卷中不同难度试题的分数比例一般为 2:3:3:2。

必须注意试题的难易程度与能力层次有一定的联系，但二者不是等同的概念。在各个能力层次中对于不同的考生都存在着不同的难度。

5. 本课程考试试卷中可能采用的题型有：单项选择题、名词解释题、简答题、论述题等。

6. 考试方式为闭卷、笔试，考试时间为 150 分钟。评分采用百分制，60 分为及格。考生只准携带 0.5 毫米黑色墨水的签字笔、铅笔、圆规、直尺、三角板、橡皮等必需的文具用品。不可携带计算器。

附录 题型举例

一、单项选择题

1. 对顾客旅游需求走向、观念及购买行为进行初步预判。这属于旅游产品营销环境分析中的（ ）

A. 宏观环境分析

B. 竞争环境分析

C. 销售渠道类型分析

D. 当前旅游市场形势分析

参考答案：D

二、名词解释题

1. 旅游资源调查

参考答案：旅游资源调查是对一个区域旅游资源进行考察、勘察、测量、分析、整理的一个综合工作过程。它是旅游资源科学评价的前提，是区域旅游有效规划和开发的基础，是旅游资源有效保护的依据。

三、简答题

1. 简述 USP 理论的三大主要内容。

参考答案：

(1) 每个广告不仅靠文字或图像，还要对消费者提出一个建议，即买本产品将得到的明确利益。

(2) 这一建议一定是该品牌独具的，是竞争品牌不能提出的或不曾提出的。

(3) 这一建议必须具有足够力量吸引、感动广大消费者，招徕新顾客购买你的东西。

四、论述题

1. 论述现代农业观光旅游开发策划的要点。

参考答案：

(1) 特色鲜明：保持地域、产业、生态、风貌特色。景观多用自然，注重小品等景观打造。如在环境设计、建筑设计、资源的利用和保护、循环经济等都要注入“生态”理念。

(2) 文脉鲜活：保持乡土文化的原生性、鲜活性。运用独特的自然风貌、生活习俗和人的生产劳动等社会性生态元素，诠释目的地文化传统。尤其注重元素提炼、文化传承、品质提升、精神重塑。

(3) 三产融合：统筹区域产业规划保障发展动力。注重一二三业融合，将农、林、渔、商贸业，以及各类服务业的发展结合起来全面规划，选择适合项目发展方向的产业做强做大，逐步发育成乡村发展的有力支撑；在现有产业基础上发展产业，不断升级；调整产业结构，提升产业竞争力。

(4) 宜居宜游：留住生产力，扩大消费吸引力。挖掘旅游题材，以一定的旅游功能作支撑，提升乡村发展生命力；打造共享配套服务，注重服务社会事业，注重服务经济发展，注重服务周边村民；留足发展空间，考虑外溢的功能需求。

(5) 活力构筑：聚集人气，防止空村鬼镇出现。结合棚户区改造，打造一批早餐、夜宵、娱乐等受大众欢迎的有活力的街区；提升冬季的活力，积极发展全季节旅游；注重夜间经济打造，增加夜晚的商业和文化活力，打造富有魅力的夜色景观。