

甘肃省高等教育自学考试 课程考试大纲

专业名称：旅游管理（专升本）

专业代码：120901K

课程名称：旅游资源规划与开发（实践）（14004）



甘肃省高等教育自学考试委员会

制定 2024 年 3 月

《旅游资源规划与开发》实践教学大纲

(专升本)

一、课程性质与设置目的

(一) 课程性质

《旅游资源规划与开发》是旅游管理本科专业自学考试的必修课程，本课程与与地理学、资源学、经济学、城市规划学等学科密不可分。它主要是运用地理学、经济学和城市规划学的一般原理，研究旅游规划与开发的理论和方法，是一门理论性与应用性相结合的课程，注重培养学生旅游规划与开发的基础理论。通过本课程的学习，要求学生能较全面的掌握有关旅游开发与规划的基本概念、原理与方法。

(二) 设置目的

通过本课程的学习，使学生掌握旅游规划与开发的基本理论与技术方法，学会对旅游资源进行分类与评价的方法，领会旅游规划与开发的市场营销策略，掌握旅游规划与开发的主题定位、功能分区及项目创意设计，理解旅游开发规律，熟悉区域旅游规划的基本程序与方法等。为从事旅游规划与开发工作进行必要的知识储备，初步建立旅游规划的思维体系，具备旅游开发与规划的基本技能，树立科学的旅游规划与开发理念，为学生今后进一步学习其他专业课和从事旅游开发、旅游规划实践工作奠定相关知识与能力基础。

二、课程内容与考核目标

第一章 旅游规划与开发的概念体系

学习目标：

- 掌握旅游规划的内容、成果形式与编制步骤
- 了解旅游规划中的利益相关者
- 了解旅游规划与开发的内容和步骤

课程内容：

一、旅游规划的内容

旅游规划的成果形式与编制步骤

二、关于旅游开发的内容

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

三、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

考核目标：

- 1.搜集国内外已经完成的旅游规划成果（文本和图集），分析不同类型旅游规划的内容，

包括其结构、体例、特点、模式等。由此了解我国30 多年来旅游规划行业百花齐放、百家争鸣的欣欣向荣的局面，体会到我国旅游产业蓬勃发展的形势及国民经济和社会发展的巨大成就。

2. 若有机会，自己参与一次旅游规划的具体编制过程，经历、了解旅游规划编制的组织、程序、方法、管理等，比如编制委托方、受托方，编制的过程与人财物的组织与进度协调，编制后期的评审、实施、修编、监督、管理等。

第四章 旅游资源的分类与评价

学习目标：

掌握旅游资源的概念及其主要特征
掌握国家标准中的旅游资源分类方法
了解不同角度的旅游资源分类标准
掌握旅游资源调查的类型及其程序
了解旅游资源评价的方法体系
掌握旅游资源评价的内容
掌握旅游资源的单因子定量评价方法
*掌握旅游资源评价的层次分析法

课程内容：

第一节 旅游资源概述

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

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

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

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

考核目标：

1. 熟悉国家旅游资源分类调查与评价的标准- GB/T 18972-2017，尝试对自己家乡的旅游资源进行调研与分类，同时选取某个景区景点、城镇或乡村等，进行旅游资源的调查与评价。

2. 写一篇旅游资源调查研究报告，重点对调查过程、调查方法、调查结果、定性分析与定量评价几个部分进行归纳，体会家乡秀美山川和丰富的旅游资源禀赋，增强爱国主义情怀，提高审美情趣和人文素养。

第五章 旅游规划与开发的市场分析与营销对策

学习目标：

- 掌握旅游规划与开发市场分析的内容
- 掌握旅游规划与开发市场调查的方法
- 掌握旅游规划与开发市场预测的定量分析方法
- 掌握旅游规划与开发市场营销策划的内容

课程内容：

第一节 旅游规划与开发市场分析

一、旅游规划与开发的市场分析的内容

1. 宏观环境分析，即人口、经济、社会、政治、文化、区位等方面。

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

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

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

考核目标：

1.掌握旅游市场调研的步骤与方法。尝试设计一份针对旅游者消费行为和决策模式的问卷调查表。

2.分析新媒体对旅游市场调查与营销产生的影响，尝试对某区域旅游进行市场营销策划设计。

第六章 旅游规划与开发的主题定位和功能分区

学习目标：

- 掌握旅游规划与开发主题的概念和定位内容
- 掌握旅游主题形象的概念及特征
- 了解本底形象与感知形象的概念
- 掌握旅游主题形象的塑造方法
- 掌握旅游功能分区的原则、方法及典型的空间布局模式

课程内容：

第一节 旅游规划与开发的主题定位

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

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

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

考核目标：

- 1. 熟悉旅游资源开发与规划主题定位的特征与方法，学会就某个具体的旅游区进行主题定位与功能分区，写一份规划方案。
- 2. 了解旅游线路设计的步骤，尝试对你所熟悉的某旅游大景区设计一条一日游及两日游的旅游线路。

三、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

本课程自学考试大纲（实践）是根据专业自学考试计划的要求，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。

本课程实践部分的大纲规定了其范围和考核的要求，是社会助学组织进行自学辅导的依据，是自学者学习教材、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实践的关系

课程自学考试大纲（实践）是进行自学学习和考核的依据，实践是运用课程知识的基本保障，实践的内容是大纲所规定的课程知识和内容的扩展与延续。实践内容在学习中可以体现一定的深度或难度，考试大纲对考核的要求遵循适当的原则。实践部分与课堂所体现的内容基本一致；大纲里面的实践内容和考核要求，教材里一般都有。

(三) 自学教材与参考书目

1. 自学教材：

马勇，李玺《旅游规划与开发》，高等教育出版社，2018年，第四版。

2. 参考书目

邹统钎《旅游规划经典案例》，旅游教育出版社，2014。

杨晓霞，向旭《旅游规划原理》，科学出版社，2013。

刘代泉等《旅游资源开发与规划》，旅游教育出版社，2008年。

梁明珠《旅游资源开发与规划》，暨南大学出版社，2005年。

（四）自学要求和自学方法的指导

本大纲的课程（实践）基本要求是依据专业考试计划和专业培养目标确定的。实践基本要求明确了课程的基本内容，以及对基本内容掌握的程度。实践基本内容掌握程度、课程考核内容是高等教育自学考试考核的主要内容。

为有效地指导个人自学和社会助学，本大纲（实践）已指明了实践考核的重点和难点，在各章的基本要求中也指明了各章实践内容的重点和难点。

本课程共 5 学分（理论部分 4 学分，实践部分 1 学分）。

本课程的自学方法指导如下：

1、仔细阅读自学考试大纲（实践）。自学考试大纲（实践）是考生学习旅游接待业理论和实践的依据，因此在学习本课程之前应先通读实践大纲，了解实践大纲中各章有关考核知识点和考核要求的内容，以便做到有的放矢，紧紧扣住基本要求进行自学。

2、完成每个章节的实践是理解和巩固所学教材知识、培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节。在实践之前，要先认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次掌握教材内容，在实践过程中应对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析。

（五）对社会助学的要求

1、应熟知自学考试大纲对课程提出的总要求和各章的考核知识点。

2、应掌握考核要求中的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。

3、辅导时，应以考试大纲为依据，以指定教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。

4、辅导时，应对考生的学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。

5、辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。

6 要使考生了解试题的难易与能力层次要求的高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。

7、本课程共 5 学分（理论部分 4 学分，实践部分 1 学分），建议助学课时不少于 54 学时