

附件 1

2023 年湖南省课程思政示范课程

教学设计样例



课程名称： 旅游目的地管理

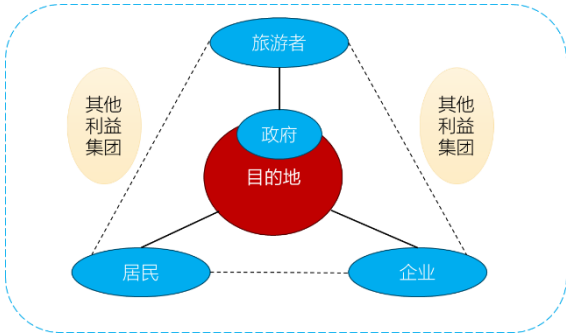
课程内容： 第四章 旅游目的地企业管理

授课对象： 2021 级旅游管理 1-2 班

中南林业科技大学涉外学院教学设计

分 页

课程基本信息			
课程名称	旅游目的地管理	课程学时	40
课程类别	旅游学	开课时间	第 4 学期
授课时间	45 分钟	授课对象	2021 级旅游管理专业
授课章节	第四章 旅游目的地企业管理	授课人	李穗菡
课程简介			
课程说明	旅游目的地是旅游活动的集中发生地，它能吸引旅游者，为旅游者提供接待设施和旅游服务，满足旅游者的旅游体验需求。旅游目的地管理是基于清晰的旅游战略和规划，对区域内的组合要素进行协调与整合，创造经济、社会和文化效益的过程。旅游目的地管理课程是《旅游管理类专业教学质量国家标准》中旅游管理、酒店管理和会展经济与管理三个专业的“4+3”中的四门核心课程之一。本课程面向这三个专业的本科生，同时面向致力于从事旅游、会展和酒店行业的相关人士。		
课程地位	旅游学是研究人类为了追求精神愉悦和身体健康的流动及其社会要素响应总和的学科。旅游学研究的三大主题是“人”、“地”和“要素响应”，“人”主要指旅游者、社区居民和经营者等利益相关者，“地”主要是指目的地和客源地，“要素响应”则包括围绕游客流动产生的各种需求与供给总和。旅游目的地管理正是对旅游客体——“地”的研究，其研究目的在于如何通过旅游地的发展，更好地提升目的地游客和居民的生活品质以及幸福感。由此可见旅游目的地管理知识体系重要性。		
教学内容	第 4 章 旅游目的地旅游企业管理 一、旅游企业的定义 二、旅游目的地旅游企业的管理 三、旅游企业的社会责任感		

教学目的 与要求	知识目标	能力目标	情感目标
	1. 知道目的地旅游企业管理定义 2. 知道目的地旅游企业管理的主要内容 3. 知道目的地旅游企业社会责任的概念和内涵	1. 能阐述旅游企业投资对目的地发展的影响 2. 能有通过内容分析法对旅游企业社会责任进行测量	通过对目的地旅游企业社会责任的研究和实践，让学生树立集体主义和生态文明观念，具备强烈的社会责任感。
授课内容与时间分配	一、导入：前课回顾（5 分钟） 【师】提问：旅游目的地中有哪些利益相关者？ 【生】回答：社区居民、旅游者、旅游企业、政府部门、其他利益集团 【环节小结】旅游目的地是一个由众多利益相关者所构成的复杂网络系统，居民是目的地服务的提供者和生产者，目的地的可持续性直接影响社区居民的可持续生计。居民是目的地经济发展带来的正面和负面影响的承受者。居民的态度直接影响旅游者的体验。居民对目的地发展政策与规划立场影响目的地发展的方向。旅游者决定了何处是旅游目的地，是当地旅游收入的主要来源，旅游者满意度评价是衡量目的地管理水平的重要指标。旅游企业以营利为目的，为旅游者提供产品与服务，为目的地创造税收，为社区居民创造就业机会。政府部门是目的地公共产品提供者和公共秩序监督管理者，管理的水平影响目的地形象和可持续发展。其他利益集团如地方商会、行业协会、非政府组织、学术机构、公众媒体等，目的地的可持续发展需要协同与它们之间的利益关系。 【板书】各利益相关者关系图  （设计意图：回顾知识，将学生知识积累引入本节内容。根据学生的课堂反馈及时评价总结。通常学生对旅游者、社区居民会有记忆。由此，引入到过渡环节。） 【过渡】对“旅游目的地旅游企业的管理”学习目标 1. 知道目的地旅游企业管理定义 2. 知道目的地旅游企业管理的主要内容 3. 分析旅游企业对目的地的社会责任 二、参与式学习：课程主体内容（35 分钟） （一）旅游企业的定义（10 分钟）		



【师】两个定义：旅游企业、旅游目的地旅游企业管理

1、旅游企业是指那些以营利为主要目的，为旅游者提供各种满足其需要的产品和服务的经济组织。

【师】前测：你能说出目的地中有哪些旅游企业吗？

【生】酒店、旅行社、游乐场

【环节小结】目的地中的旅游企业包括旅游产品提供商，如旅游景区开发与运营企业、旅游住宿接待与服务企业、旅游中介服务企业、旅游商品开发与销售企业等。展示2023年上半年文旅上市公司营收前10企业的业绩。用实例来认识旅游企业。

【思政素材】疫情期间，携程的行业龙头的担当。

（设计意图：通过旅游企业实例，让学生直观认识到现实中的旅游企业是哪些。通常学生对携程比较了解，引发学生兴趣。同时回顾疫情期间旅游企业面临的状况，携程作为OTA平台头部企业的责任担当，挑战当前，支撑携程放弃平衡术，舍收益取担当的，便是一份质朴的价值观。引导学生反思，使学生正确认识创造和奉献的人生意义和价值。）

2、旅游企业在目的地中的作用

【师】站在不同角度看，旅游企业在目的地中的作用是什么？

【生】参与式讨论：了解学生对旅游企业的看法，是正面还是负面？

【环节小结】为旅游者提供产品与服务，为目的地创造税收，为社区居民创造就业机会，为遗产资源项目提高了价值认同和保护，如习总书记在安吉余村提出的“两山理论”，2005年8月15日，时任浙江省委书记的习近平在安吉余村考察时，肯定了余村下定决心关闭矿区、全面走绿色发展之路的做法，并首次提出“绿水青山就是金山银山”重要理念。习近平主席说了这样一段话：“中国要实现工业化、城镇化、信息化、农业现代化，必须要走出一条新的发展道路。中国明确把生态环境保护摆在更加突出的位置。我们

既要金山银山，又要绿水青山。宁可要绿水青山，不要金山银山，因为绿水青山就是金山银山。”两山理念的提出破除了把环境保护和发展经济对立的错误认识，在绿水青山和金山银山之间打开了一条“通道”。



（设计意图：

通过安吉余村的案例，引发同学们对生态环境的保护和经济的发展是可以同向同行，引入过渡环节，旅游目的地旅游企业的管理任重道远。）

（二）旅游目的地旅游企业管理的定义（10 分钟）

1、旅游目的地旅游企业管理是指**旅游目的地管理机构**凭借自身权力，通过行政、法律、经济手段对当地旅游企业进行规制和协调，以实现目的地更好的经济、社会、环境效益。

【思政素材】“人情味”旅游 暖心体验中提振经济（来源：光明日报）

“五一”期间，淄博烧烤火遍全网。“进淄赶烤”大潮背后，美食固然是吸引游客的关键，但想必人们奔赴那里想体验的绝不仅是烧烤，还有那里一家家普通的店铺、一条条平凡的街巷，以及热情与诚信所凝聚的城市温度。在今天快节奏的生活中，充满“人情味”的城市，其吸引力不可小觑。

“人情味”源自周到的服务。开建全新万人“烤场”、开设进淄“赶烤专列”、开通市内烧烤公交专线、开放全市 200 多家党政机关事业单位免费停车……面对不断释放的文旅消费需求，当地政府及有关部门先行一步，未雨绸缪，敏锐把握潜在需求与消费动向并及时跟进。一只手托起服务、一只手压实监管，食品安全、价格监管、社会治安、消费维权等消费者关心的内容都早已列在了政府的治理清单中。如此治理理念及周到服务，护航淄博旅游市场发展，让游客更安心。

“人情味”源自诚信友善经营。在外游玩手机耗电多，老板在门外挂起免费充电的牌子；酒店预订爆满，出租车司机邀请客人去家中居住；特色小吃味道好，店主主动加客人微信告知配方，欢迎回家尝试；寻亲家庭去淄博宣传，摊主把他们请到摊位前，承诺为帮忙转发者赠送小吃。到淄博消费，除了放心品质和实惠价格，商家暖心的举动令更多人心生向往。

“人情味”源自这座城市的人文温度。面对涌入的旅游客流，当地市民用自己的实际行动为这座城市写下热情好客的注脚。许多人自发捡拾道路垃圾、开车免费接送游客、去

烧烤摊义务帮忙。外地车停在路边，市民会放上伴手礼；排队等候时间长，店主主动给游客发放小吃垫肚子。

“烧出对烟火气的向往，烤出对八方客的态度。”小小的烧烤承载的是政府、服务业从业者、普通市民共同打造旅游品牌的巨大付出。淄博的成功为许多意在大力发展旅游服务业的中小城市提供了参考样本，打造一个人人向往的旅游品牌，既不需要高深的制度设计，也不需要先进的技术手段，需要的是政府在监管和服务上用力、从业者在真诚和质量上用心、普通市民在理解和参与上用情，这份政通人和、团结一心，就是一座城市发展旅游业的最大法宝、最强动力。随着社会的快速发展，大家逐渐习惯了忙碌的工作生活状态，但内心却始终向往着简单淳朴的热情与真诚，当有一个地方可以带给你久违的温暖时，烧烤已不只是烧烤。

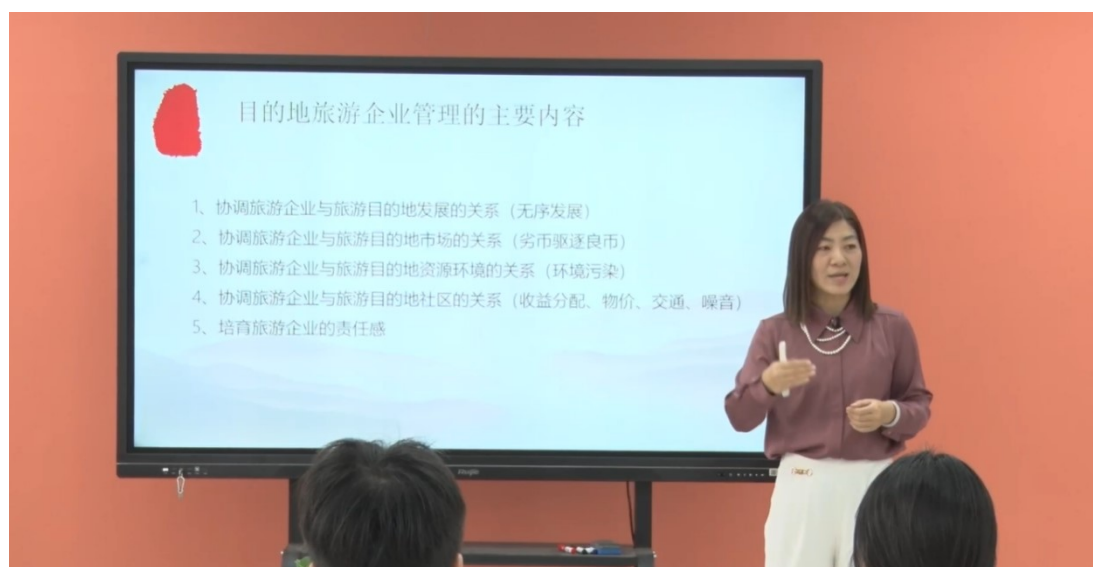
一业兴，百业旺。淄博旅游的火爆，也让更多本地人增加了对城市发展的信心。

【互动】“淄博烧烤”案例中，目的地对企业的管理表现在哪些方面？

（设计意图：通过阅读案例旅游目的地政府对当地企业的管理，获得的正面效应，启发学生如何协调各方利益，促进旅游业可持续发展，并引发学生的共鸣，“人情味”是人与人之间感情互相依赖而产生的一种温暖的感觉，也是中华民族优秀的传统美德，通过美德教育，培养学生男女平等、尊老爱幼、孝敬父母、勤俭持家、邻里团结等家庭美德。引出过渡，旅游目的地旅游企业管理管什么？）

2、旅游目的地旅游企业管理的主要内容

- （1）协调旅游企业与旅游目的地发展的关系
- （2）协调旅游企业与旅游目的地市场的关系
- （3）协调旅游企业与旅游目的地资源环境的关系
- （4）协调旅游企业与旅游目的地社区的关系
- （5）培育旅游企业的社会责任感



【互动】在旅游目的地中，部分旅游企业可能出现一味追求经济利益的短视行为，通过对负面案例的交流，引发学生思考，在协调无序发展、不正当竞争、环境污染、收益分配不公、物价提升、交通拥挤、噪声扰民的关系时，什么是最关键的因素？

【环节小结】应该要培育企业自身的社会责任感，帮助旅游企业主动承担旅游目的地相关社会责任，促进旅游企业关爱资源与环境、扶持当地社区等行为来缓解旅游企业发展与旅游目的地发展的矛盾。

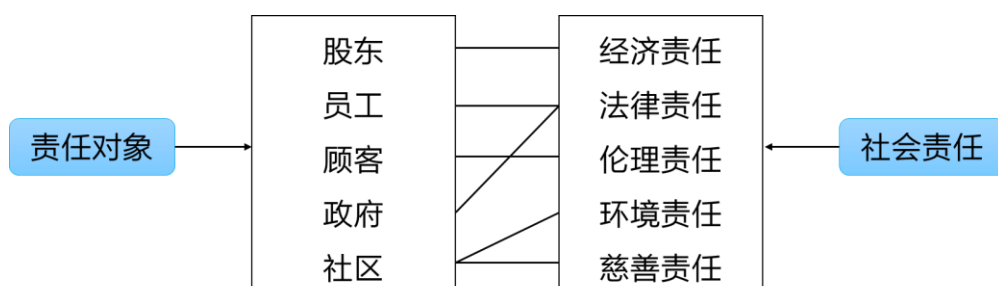
（设计意图：面对利益，摆在企业面前的方案往往不止一个，作何选择，取决于企业对于长期利益与短期利益的取舍和平衡，根源上考验的是企业价值观。通过互动，引导学生了解社会、融入社会、维护社会公平正义和人与和谐，树立集体主义和生态文明观念，具有强烈的社会责任感。）

（三）旅游企业的社会责任（5 分钟）

定义：旅游企业社会责任是指企业在创造利润、对股东和员工承担法律责任的同时，还要承担对消费者、社区和环境的责任，对维护和增加整个社会福利方面所承担的义务。

【互动】旅游企业对利益相关者履行哪些方面的社会责任？

【板书设计】



【环节小结】

1、对股东的履责现状：股东是旅游企业的出资者，股东的投资关系到企业的生死存亡及后续发展。旅游企业对股东的社会责任内容主要体现为经济责任。一些大型旅行社、酒店、客运公司及外资酒店集团经营效益较好，能给股东带来丰厚的经济回报。但一些中小型旅游企业由于实力有限，勉强履行对股东的责任。此外，2020 年因全球新冠肺炎疫情的暴发，导致整个行业经济大滑坡，旅游企业对股东的经济回报大幅下降，甚至出现亏损。

2、对员工的履责现状：旅游企业对员工的责任主要体现为法律责任，表现为给员工提供合理的薪酬待遇，提供公平的竞争机会，关注员工健康与安全，注重员工的职业发展。如中青旅在保障员工合理薪资待遇的前提下，举办了丰富多彩的业余活动，如羽毛球俱乐部、瑜伽俱乐部、健美操俱乐部、游泳俱乐部等，丰富员工业余生活。但在实践中，很多旅游企业在履行对员工责任方面做得很不到位，如旅游业的员工经常超时超额工作，例如导游、旅游运输司机及酒店服务员，在旅游旺季几乎每天超时工作。一些小旅馆、小餐馆管理不规范，没有提供员工培训，员工的福利待遇得不到保障。

3、对顾客的履责现状：旅游企业对顾客的社会责任主要是伦理责任，如诚信经营、给顾客提供合格的产品、保障顾客的人身安全等。但实践中，旅游企业对游客责任缺失的现象很严重。一些旅行社为追求利益最大化，在旅游路线中安排购物活动，强迫游客消费，提供质量低劣的食宿，或是擅自利用及泄露游客个人信息，给游客造成各种困扰甚至经济损失。还有一些旅行社违反旅游合同，在未告知游客的情况下，在旅游行程中增加收费项目，引起游客强烈不满，进而投诉。一些星级酒店为节约成本，卫生不达标，给客人非常不好的体验。

4、对政府的履责现状：旅游企业对政府的责任主要是法律责任，具体表现为遵纪守法、拥护国家的各项旅游政策、依法纳税。实践中，大部分旅游企业能够守法经营，但也有一些旅游企业违法经营，业务不透明，逃税避税，损害国家利益。利用政策漏洞，非法开发旅游资源，谋取地方经济利益。

5、对社区的履责现状：社区为旅游企业的发展提供了自然环境与人文环境，是其生存与发展的环境基础。旅游企业对周边社区的责任主要体现为环境责任和慈善责任。但有些旅游企业为了谋求眼前利益，竭泽而渔，大肆污染环境。一些景区在开发过程中侵占耕地，过度开发；旅游客运车辆排放的尾气对生态环境造成一定影响，餐馆、酒店污水及废气的排放严重污染了周边环境，酒店内 KTV 的噪音严重影响了社区居民的生活。同时，酒店等旅游企业的高消耗，造成其所在社区物资短缺，物价上涨。在公益事业方面，虽然一些大型旅游企业在公益慈善方面做得很不错，但一些中小企业，自身经济实力有限，很少参与这类活动。

（设计意图：理清旅游企业的社会责任，使学生明白在工作中应该和必须履行的责任，坚定行动纲领，应该负的责任，绝不退缩。）

（四）合作探究：提供案例，由学生分组讨论（10 分钟）

【思政案例】：张家界大峡谷旅游公司：不忘初心，精准扶贫

张家界大峡谷景区位于湖南省张家界市慈利县三官寺乡，是国家 AAAA 级旅游景区。近年来，该景区所属的张家界大峡谷旅游景区管理有限公司（以下简称“大峡谷旅游公司”）以打造世界知名旅游品牌、助力脱贫攻坚为己任，积极响应当地政府“万企帮万村”精准扶贫行动，通过发展冰雪世界、台湾风情小镇、路上汽车酒店等大批旅游产业项目，带动和帮助附近村民脱贫致富，取得了精准扶贫的良好成效。

据介绍，大峡谷旅游公司在成立之初就提出“在开发景区、带动当地经济发展的同时，要承担更深层次的社会责任和义务”的发展理念。在此理念下，公司规定景区内商铺拍卖收入所得的 40% 直接分红给附近的大峡谷村、太华山村村民，让景区周边村民享受旅游发展的成果。同时，通过土地流转的形式流转土地 200 余亩（1 亩≈666.67 平方米），为村民发放合理的补偿款，并为村民争取到了国家生态公益林补助，补助范围达 2 万余亩。

授人以鱼不如授人以渔。近年来，为了解决周边地区村民就业问题，帮助更多的贫困家庭脱贫奔小康，大峡谷旅游公司努力为附近村民提供就业岗位，解决周边乡镇 200 多人就业，间接或直接带动 2000 多人返乡创业。随着景区的快速发展，旅游产业带动效应逐渐凸显，景区周边客栈、商铺、农家乐、民宿等特色产业快速兴起，周边大批外出打工的村民纷纷返乡创业就业。截至目前，景区直接带动周边 24 个贫困村约 2.3 万名贫困人口脱贫。

扶贫取得一定成效后，帮助村民改善居住环境和生活基础设施建设，成了大峡谷旅游公司下一步的重点任务。公司先后投资 3000 万元修建了 12 公里通村、通组公路，投资 420 万元修建了双双公路，投资 230 万元修建了吴王坡公路，解决了周边 4 个村的出行难题，此外，公司又投资 200 万元建设了饮水工程，彻底解决了景区周边几个村的吃水问题。

与此同时，大峡谷旅游公司还一直致力于帮扶贫困村民子女接受教育，至今已资助当地贫困学生 200 多人完成学业。2019 年，大峡谷旅游公司总经理罗嗣清以个人名义向爱国主义教育基地“袁任远故居”捐助 10 万元，用于袁任远故居的提质升级和基础设施建设，大力支持爱国主义教育基地建设。

近年来，大峡谷旅游公司参与各种社会捐款达 300 多万元，为了让爱心继续传递，公司专门成立了“旅游公益基金会”。2019 年 5 月 19 日，旅游公益基金会向 5 名困难导游发放救助资金 15 万元。2019 年，国家民族宗教委员会授予大峡谷旅游公司“全国民族团结进步创建示范企业”奖，同年该公司又荣获全省“万企帮万村”精准扶贫行动先进民营企业，公司董事长陈志冬被湖南省扶贫开发领导小组授予湖南省“最美扶贫人物”荣誉称号。

助力脱贫攻坚，大峡谷旅游公司不忘初心，始终在路上。

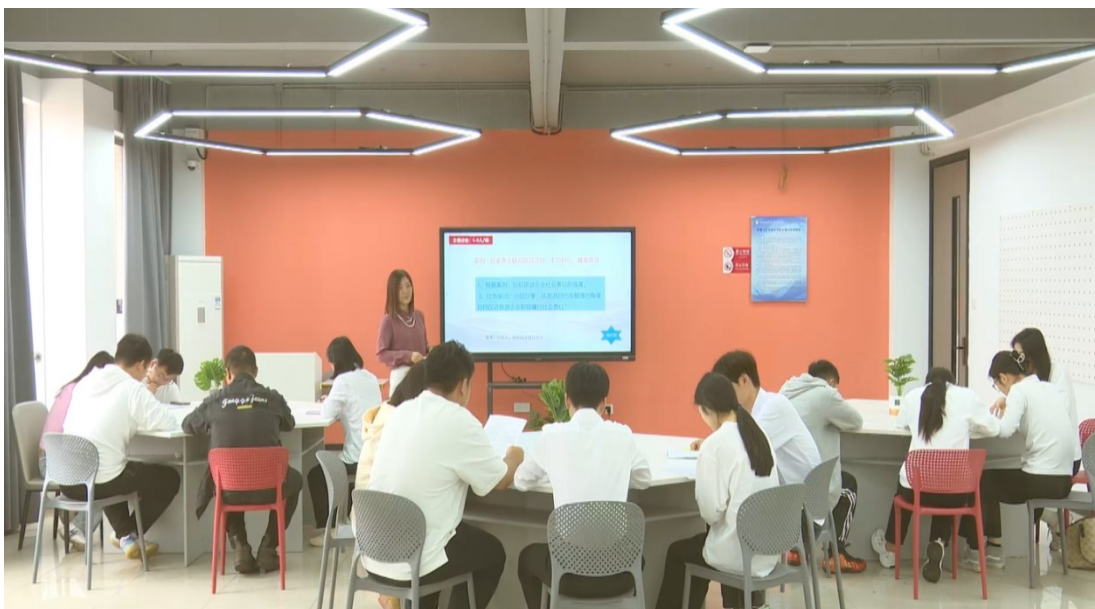
（资料来源：中国旅游新闻网。）

- 1、根据案例，分析旅游企业社会责任的维度。
- 2、任务驱动，小组分享：从旅游目的地管理的角度如何促进旅游企业积极履行社会责任？

【环节小结】整体评价各小组讨论情况。



（**设计意图：**分组教学，强化互动和自主学习，有层次和步骤的指导，在案例分析与讨论中，根据课堂知识获取再到知识的内化，能分析出旅游企业的社会责任维度，再站在旅游目的地管理的角度出发，分享小组成果，如何促进旅游企业履行社会责任。小组的探讨和自由表达，能发挥学生主观能动性，教师在各组之间听取讨论情况，并适时评价，及时引导。培养学生学会倾听、互相尊重。通过对企业社会责任的理解，形成正确的道德认知和道德判断，激发正向的道德认同和道德情感，强化道德意志和道德信念。）



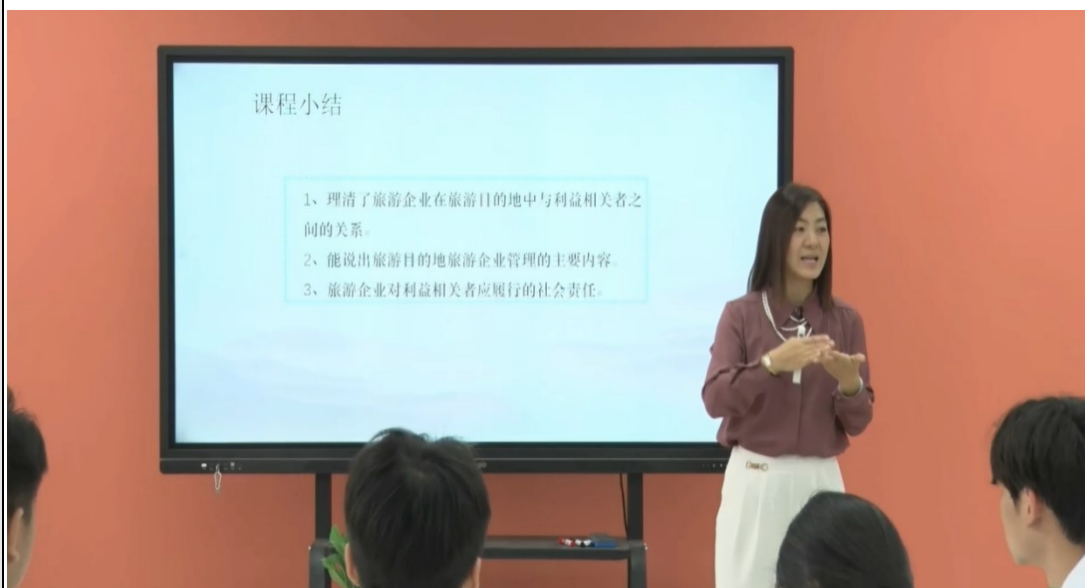
三、课程小结（5 分钟）

1、理清了旅游企业在旅游目的地中与利益相关者之间的关系。为旅游者提供产品与服务，为目的地创造税收，为社区居民创造就业机会，为遗产资源项目提高了价值认同和

保护。

2、能说出旅游目的地旅游企业管理的主要内容。协调旅游企业与旅游目的地发展的关系；协调旅游企业与旅游目的地市场的关系；协调旅游企业与旅游目的地资源环境的关系；协调旅游企业与旅游目的地社区的关系；最关键的因素是培育旅游企业的社会责任感。

3、旅游企业对利益相关者应履行的社会责任。对股东履行经济责任；对员工履行法律责任；对顾客履行伦理责任；对政府履行法律责任；对社区履行环境责任和慈善责任。



4、课后任务。分组辩论：登山队的难题。

【思政素材】有一个登山队在登喜马拉雅山，登到一半的时候，发现前一个登山队留下的一名奄奄一息的队员，这时这个登山队长要做一个决策：我们这十几人走到半山腰了，是把这个人抬下去，破坏我们登山队的计划，还是把这个人放在这儿？因为这个人又不是我们队的。

【辩论】一个企业往前冲的时候，必然要遇到一些道德和社会责任问题，你作为一个经理，你该做什么决策？

提交说明：两组阵营，正方代表“救”，反方代表“不救”，小组分为1-4号辩手。课后依次按顺序在学习通提交辩论文字。

（**设计意图：**本次课程从旅游企业到目的地旅游企业管理，再到旅游企业的社会责任，带领学生从知识层面理清了旅游目的地和旅游企业之间的**共生关系**。课后辩论题，道德和社会责任的持续讨论，使学生从知识的内化到知识的应用上，在今后学习和工作中，引导学生正确认识创造和奉献的**人生意义和价值**，在生活中面对短期利益和长期利益时应该如何权衡，引导学生在是非面前做出正确判断，探寻实现人生价值的条件和途径。

（下一个课时将讨论旅游企业投资对旅游目的地发展的影响，通过积极和消极影响的

	案例，使学生明白 事物发展的两面性 ，形成良好的 辩证思维、科学态度和科学精神 。讨论旅游企业投资和旅游目的地成长之间的关系，引入 可持续发展理论 ，并培养学生的国际视野和人类命运共同体意识，坚定“四个自信”，立足中国，面向全球，为全人类共同发展而努力。）
教学重点	培育旅游企业的社会责任
教学难点	道德与社会责任的理解决
思政育人要素	1、携程在疫情期间为消费者提供的保障政策，联动线上线下企业一起共度难关，体现了行业龙头的责任担当，一个企业的价值观，在面对挑战时，摆在企业面前的方案往往不止一个，作何选择，取决于企业对于长期利益与短期利益的取舍和平衡，根源上考验的是企业价值观，要存有质朴的价值观。 2、“两山理论”，既要绿水青山，又要金山银山，在环境保护和经济发展之间找到平衡点，同向同行一起发展。案例地浙江安吉余村从原来的污染环境获得的经济收到，到后来下定决心走绿色发展道路，如今的余村环境优美，旅游业兴旺，经济稳步增长。 3、“人情味”是人与人之间感情互相依赖而产生的一种温暖的感觉，也是中华民族优秀的传统美德，通过美德教育，培养学生男女平等、尊老爱幼、孝敬父母、勤俭持家、邻里团结等家庭美德。引入案例“淄博烧烤”带火了一座城，源于热情的居民、诚信的企业、温暖的都市，让人与人之间没有隔阂，有的是那一种真诚的相处。 4、企业的社会责任感，通过案例对张家界大峡谷旅游公司为当地所作的工作，体会企业的社会责任，形成正确的道德认知和道德判断，激发正向的道德认同和道德情感，强化道德意志和道德信念。 5、道德和社会责任的平衡关系。运用辩论赛形式，让学生对于案例中登喜马拉雅山遇到的伤员救或是不救展开辩论，理解道德与责任的两难处境，找到其中的平衡点。
教学方法	讲授、讨论、小组任务、案例分析
教学手段	多媒体设备、学习通平台
作业布置	小组辩论：一个企业往前冲的时候，必然要遇到一些道德和社会责任问题，你作为一名经理人，你该做什么决策？
教学反思	学生对企业社会责任的感受很深，认为社会责任和企业利益是企业未来发展的双刃剑。在生活中面对短期利益和长期利益时应该如何权衡，适当引导学生在是非面前做出正确判断，探寻实现人生价值的条件和途径。

《旅游目的地管理》课程教学实施流程说明

一、课程简介

旅游目的地是旅游活动的集中发生地，它能吸引旅游者，为旅游者提供接待设施和旅游服务，满足旅游者的旅游体验需求。本课程主要通过介绍旅游目的地的特征，分析旅游目的地发展与演变规律、游客活动规律、社区居民、旅游企业与旅游目的地关系，目的地交通管理、危机管理、产品管理、形象与营销、环境管理、质量管理等问题，帮助学生全面掌握如何识别旅游目的地发展问题，能够对旅游目的地运营管理、发展战略提出解决方案。本课程是旅游管理专业核心课程之一。

二、教材内容分析

1、中国情境下的旅游目的地管理更侧重综合管理

旅游目的地管理架构与管理内容都具有层次性。中国的旅游目的地管理是地方政府公共管理的一部分，中国的旅游目的地管理机构往往还承担着旅游相关的社会公共事务管理，这也注定了中国情境下的旅游目的地管理既要考虑目的地管理的“人”与“事”的问题，也要考虑“谋”与“术”的问题，因此本教材在知识体系建构时充分考虑这一特点，重点围绕旅游目的地利益相关者管理、旅游目的地运营管理、旅游目的地发展管理三个知识板块展开，并分别回应中国旅游目的地管理的三大根本性变化。

2、推动文旅融合更需要理解旅游目的地发展规律

近几年文旅产业快速发展表明，无论是旅游行政管理部门领导干部，还是文旅行业投资、运营者都需要更深层次的认识与理解目的地发展的深层规律与基本原理，更多地从综合层面认识与理解旅游目的地发展与管理，避免盲目地奉行“大策划、大投资、大项目”的“三大”崇拜，或者“造景、造谣、造势”的“三造”迷恋。因此本教材在内容上，更多地强调旅游目的地发展基本原理和理论的学习，更多地强调从综合管理的角度理解旅游目的地管理，以适应文旅产业越来越综合化的趋势。

3、老问题需要不断吸纳新成果来提供解决方案

近些年国内外旅游目的地发展与管理研究成果倍出，有很多成果已经得到广泛应用与实践检验，该本教材将这些规律与原理吸纳进来，同时根据最新研究成果，对相应的知识体系组织逻辑进行重新梳理，如旅游目的地社区管理、旅游目的地旅游企业管理、旅游目的地交通管理、旅游目的地发展演化管理等内容，方便学生更好地将这些知识系统地运用于目的地管理实践。

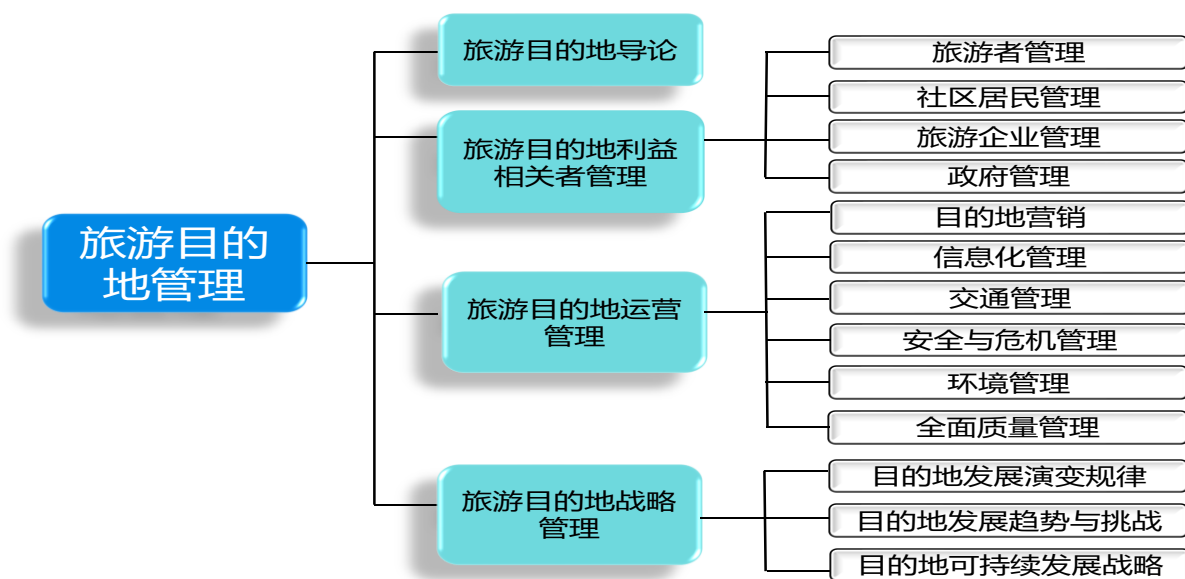


图1 旅游目的地管理内容体系构成图

三、学情分析

本课程面向旅游管理专业本科二年级学生，在学习本门课程以前已经学习了《旅游学概论》、《旅游接待业》、《旅游消费者行为学》等前导课程，具备了旅游管理专业的基本知识，对学生学情分析如下：

- （1）学生对行业实践不够了解，专业认识不够深刻。
- （2）学生对旅游目的地风土人情很感兴趣，对目的地管理内容不太清晰。
- （3）学生偏好生动活泼的学习氛围，愿意进行实地调查。

四、课程思政教学目标

旅游目的地管理课程思政要结合习近平新时代中国特色社会主义思想、党的十九大及历届会议精神等时代背景，结合中华优秀传统文化及乡村旅游、红色旅游、生态旅游等，深入挖掘课程理念、策略和趋势。在教学过程中融入本土化案例，帮助学生了解课程基本理论和基本内容，从导论、利益相关者管理、运营管理、发展战略管理四个模块熟悉旅游目的地的功能管理，理解旅游业发展与旅游目的地管理间的关系，掌握学科发展方向，提高大学生缘事析理、明辨是非的能力，使之成为德才兼备全面发展的人才。同时，还要结合具体案例阐述在党及地方政府的正确领导下，旅游目的地的发展给当地经济、文化、社会等方面带来的积极影响，尤其是党领导下的旅游脱贫致富，让学生深刻感受在新时代背景下旅游所带来的积极效应。

总体目标：引导学生树立崇高的职业理想，具备优良的道德品质、身心健康，培养成德智体美全面发展的社会主义事业建设者和接班人。

- ★知识与技能目标：以尊重地方知识为主的爱国主义情怀，学习提高目的地管理方法、技能；
- ★过程与方法目标：以培养工匠精神、劳动精神、创新精神为主；
- ★情感态度与价值观目标：秉承绿色发展观、勇担社会责任、践行社会主义核心价值观为主。

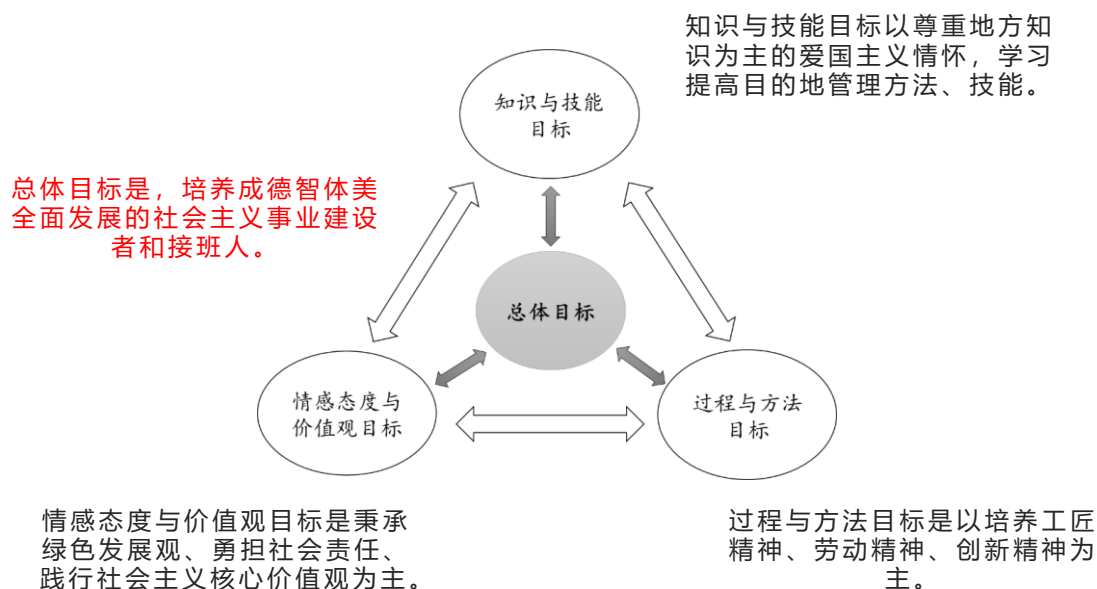
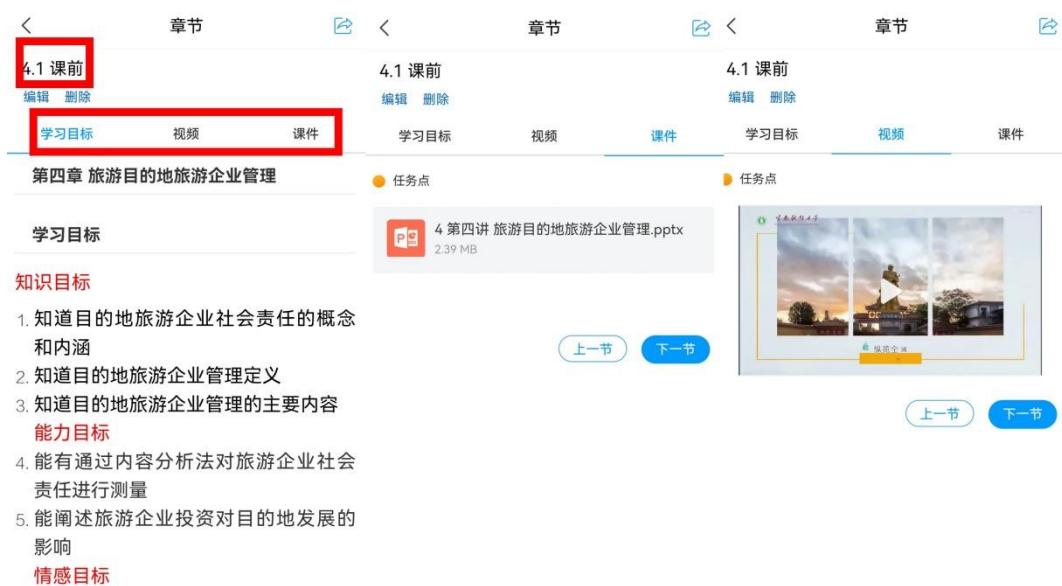


图 2 课程教学目标

五、本节课实施流程说明

1、课前：教学内容整理

本次课围绕第四章的旅游目的地旅游企业管理来开展，内容包括有旅游企业、旅游目的地旅游企业管理、旅游企业的社会责任感、旅游企业投资对旅游目的地影响、企业成长机制。明确课程所处的阶段，再整理学习单，将课前学习内容的“学习目标、学习课件、学习视频”整理，下发在线上学习通平台。



2、课中：教学设计说明

课中采用讲授法、案例分析法、启发反思、研讨法等多种教学方法，运用 BOPPPS 教学模式，从导入-学习目标-前测-参与式讨论-后测-总结的教学流程，让学生由浅入深，渗透式将知识认知到知识内化最后到知识运用三个阶段。

表 1：课中思政教学思路设计简表

旅游目的地旅游企业管理（1 课时）					
	目标一：认知内容（显线）			目标二：思政内容（隐线）	
课程阶段	课程内容	思政案例	引发思考	精神升华	目标分解
【导入】 前课回顾	旅游目的地 与利益相关 者的关系				
【目标】	理解培育旅 游企业的社 会责任				
【参与式 学习】	环节一： 旅游企业的 含义和企业 在目的地中 的作用	新冠疫情期 间，携程联合 百万合作伙伴 共同投入 10 亿元复苏基金	企业对于长期 利益与短期利 益的取舍和平 衡。	质朴的价值观，引 导企业选择责任担 当。正确认识创造 和奉献的人生意义 和价值，在社会生 活实践，实现个人 价值和社会价值的 统一。	塑造服务社会、奉献 社会的价值观，能够 理解只有对社会做出 贡献才是真正有价值 的人生。
	环节二： 旅游目的地 旅游企业管 理含义和管 理的内容	“两山理论” 给我们的启示	生态环境的保 护和经济的发展 可以同向同行	环境保护的重要 性，自觉维护自 然、经济、社会的 协调统一发展，这 种发展既能满足当 代人的需求，又不 损害后代人的长远	树立集体主义和生态 文明观念，培养学生 爱护公物、保护环 境、遵纪守法。

				利益。	
	环节三：旅游企业的社会责任感	淄博烧烤旅游的火热的原因	“人情味”带来的温暖感	一个人的无私奉献、明礼守法、团结互助、正直善良、勤劳勇敢的品德，在人际交往中，会更受大众欢迎。	培养学生男女平等、尊老爱幼、孝敬父母、勤俭持家、邻里团结等家庭美德。确立乐观向上、积极进取的人生态度。
【合作探究】	小组讨论案例，并分享	张家界大峡谷公司“万企业帮万村”行动	不忘初心，精准扶贫，企业负起该做的社会责任	帮助他人，也是帮助自己，回馈社会，社会也会回馈自身。	明确社会公德在社会主义精神文明中占有重要地位，对于社会发展的能动作用，培养学生在公共生活中遵守社会公德的自觉意识。
【课后小结】	课堂总结 课后辩论	登山队的难题	面对道德和社会责任，做何选择？	在是非面前做出正确判断，探寻实现人生价值的条件和途径。	愿为他人和集体作出奉献和牺牲。

3、课后：实践环节设计

通过布置课后辩论实践，让学生对于案例中登喜马拉雅山遇到的伤员救或是不救展开辩论，理解道德与责任的两难处境，找到其中的平衡点。通过作业掌握学习情况，评价教学效果，改进教学手段。运用辩论的形式讨论两难问题，促进了学生批判性思维和逻辑思考能力，有助于拓宽他们的知识面和增强对世界观的认知，实现多维度互动的效果。

中涉 管理学院 欧阳

关注

第11楼 9分钟前

蒋子湘

关注

第10楼 4小时前

邱晓玥

关注

第7楼 17小时前

【反方4辩总结陈词】

尊敬的评委、各位观众，大家好！

就本次从登山队在半山腰遇到一名前登山队遗留的危急队员时，是选择放弃山救助还是继续登山从而引发企业发展中遇到道德或社会责任问题哪个重要论题。我作为反方“不救”阵营，作以下总结陈词。

首先，我们不能忽视企业的利益追求是企业发展的动力之一。企业的目的是创造价值并获取利润，这是生存和发展的基础。如果企业只是一地追求无私奉献精神，而忽视了自身利益，那么企业会很难生存和发展。其次，企业需要通过市场竞争来实现自身的生存和发展。市场竞争是一种的竞争，企业需要不断地提高自身竞争力才能市场中立足。如果企业一味地追求无私奉献精神，而忽视了市场竞争，那么企业会很难在市场中生存和发展。

最后，企业需要遵守法律法规和道德规范。企业的发展需要在合法、合规的基础上进行。如果企业只是一味地追求无私奉献精神，而忽视了法律法规和道德规范，那么企业会很难取得社会的认可和支持。

综上所述，我认为企业发展不需要无私奉献精神。当然，企业也需要关注社会责任和传承等方面，但这并不着企业要牺牲自身的利益和竞争力。谢谢！

收起

正方4辩总结陈词:在今天的辩论中，我们探讨了一个极具挑战性的问题：当一个登山队在半山腰遇到一名前登山队遗留的危急队员时，是否应该将其抬下山。我代表正方“救”阵营，坚信我们的答案是肯定的。下面我将从三个方面进行总结陈词。

首先，从道德层面来看，登山队作为人类探险的代表，不仅要有对自我生命的尊重，更要有对他人生命的敬畏。这是一个基本的道德原则。即使这位队员不是我们队的，他的生命依然宝贵，我们没有权力因为自私或者其他原因而忽视他的生命安全。我们的登山队已经走到了半山腰，对于这位队员的救护并不会给我们带来过大的负担，因此我们有责任也有能力对其进行救助。

其次，从社会责任角度来看，我们的决定将会影响到社会的价值观和公众的期待。如果我们对这位队员置之不理，那么我们的行为将会被公众所谴责，甚至会引发公众对登山队员的信任危机。作为一个社会成员，我们有责任维护社会的公正和善良，对需要帮助的人伸出援手。这不仅是我们作为公民的责任，更是我们作为人类的责任。

最后，从法律角度来看，我们有义务去救助这位队员。在我国法律体系中，公民有相互帮助、拯救生命的义务。在这个情况下，如果我们选择不救，那么我们可能会面临法律上的问题。因此，从法律的角度来看，我们应该选择去救助这位队员。

综上所述，从道德、社会责任和法律三个方面来看，我们都应该选择去救助这位队员。这是一个正确的决定，也是我们应该承担的责任。

收起

正方自辩1:我认为应该救人。虽梦想未能实现，但不后悔，因为比登顶珠峰更重要的事。企业道会责任具有长期性，会直接影响长期发展。道德规范和社会责业成功的必要条件。所以朴素的正好是中国人民的价值取向，也是个时代的价值观。对于这种见义将生命的价值始终作为终极价值动，是值得高度肯定和赞赏的。

收起

黄璐怡 关注 第6楼 17小时前

【反方1辩】

我认为队长应该选择不救，在喜山这种极端条件下，为了救一个要搭进去几条人命。而且停留时限的，每个人也体质不同，所以几人已经到半山腰了，才发现有奄一息的人，你放弃也救不了他。他靠自己已经走不下去了，那么着他下去他也活不了，可能还会里多死三个人。肯定不能救，登为体能消耗，携带的维持生命的

图 4 学习通辩论结果截图

4、本次课教学效果评价

本次课程教学效果评价分为了课前、课中、课后三大环节组成，形成学生平时成绩的一部分。

表 2 本章课后评价体系

环节	评价内容	比例	评价主体	形式
课前	课前资料学习情况	20%	系统评价	线上资料阅读
课中	小组讨论案例成果分数	50%	教师评价	线下课堂参与程度
课后	辩论的参与程度	20%	学生互评、教师评价	线上发表评论

六、教学反思

1、案例选择贴近生活，隐性融入思政元素

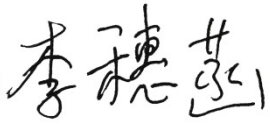
案例选择了张家界和淄博两地的旅游现状，学生阅读兴趣较浓。一方面，学生基本来自湖南省内，对张家界旅游非常熟悉，另一方面，淄博烧烤是今年热门话题，学生比较感兴趣。

2、示范案例分析过程，模仿应用解决问题

课堂上教师示范如何将生活实际与理论知识相结合进行案例分析，让学生模仿相关思路、步骤等，学习效果显著，增加了对知识点的记忆。

3、课堂教学增加互动，增加利用数字化手段

在教学过程的改进中，应更多样化的运用数字化教学手段，与学生开展互动式教学，激发学生兴趣，促使课堂气氛更加活跃。

课程负责人（签字）：
2023年10月30日