三明学院旅游管理与服务教育专业实习、综合实践、

**毕业（生产）实习教学大纲**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 生态产品设计与营销 | | | | | | 课程代码 | | |  |
| 课程类型 | * 通识课学科平台和专业核心课 * 专业方向 专业任选 其他 | | | | | | 授课教师 | | | 林红、陈柏成 |
| 修读方式 | 必修 选修 | | | | | | 学 分 | | | 2 |
| 开课学期 | 1 | | 总周数 | 16 | | | 总学时 | | | 48 |
| **A**  **先修及后续**  **课程** | 先修课程：旅游学概论、旅游市场营销原理、旅游目的地管理、旅游规划等  后续课程：创业与创新等 | | | | | | | | | |
| **B**  **课程描述** | 1. 目的：   《生态产品设计和营销》课程旨在培养学生在生态产品领域具备创新能力和市场营销技能。课程注重培养学生的分析、评价和决策能力，使他们能够分析不同环境下的生态产品设计和市场营销策略，并评估其可持续性和市场潜力。学生还要学习运用市场营销工具和策略，制定生态产品的定价、渠道和推广计划。   1. 过程：   通过讲授理论知识、展示案例、实地调研分析和课堂讨论等方式引导学生深入理解生态产品设计和营销的关键要素和成功案例。其次，学生将参与团队项目，进行市场调研、竞争分析和产品设计，并提出相应的营销策略。通过团队合作和沟通，学生将培养创新思维和解决问题的能力。   1. 预期结果：   学生将具备设计和推广生态产品的能力，并能够运用市场营销理论和工具，制定有效的营销策略。学生更加重视生态环境保护和可持续发展的重要性，并具备团队合作和沟通能力。 | | | | | | | | | |
| **C**  **课程目标** | （一）知识  1.理解生态产品设计与营销的基本概念、原则和方法。  2.归纳生态产品设计与营销的关键要素和成功案例。  3.掌握生态产品市场调研和竞争分析的知识和技巧。  （二）能力  4.分析不同环境、不同主题下的生态产品设计与营销策略。  5.评价生态产品设计的可持续性和市场潜力。  6.运用市场营销工具和策略，制定生态产品的定价、渠道和推广计划。  （三）素养  7.重视生态环境保护和可持续发展，增强学生对生态产品设计与营销责任感。  8.养成团队合作和沟通能力，提升培养学生的创新思维和解决问题的能力。  【注】课程思政元素一定要在课程目标中体现。 | | | | | | | | | |
| **D**  **课程目标与**  **毕业要求的**  **对应关系** | 毕业要求 | | | 毕业要求指标点 | | | | | 课程目标 | |
| 专业知识 | | | 掌握生态产品设计与营销的基本概念、原则和方法；掌握生态产品设计与营销的关键要素。 | | | | | 课程目标1、2 | |
| 实务技能 | | | 具备生态产品市场调研能力；  具备分析、评价和决策能力，能够分析不同环境下的生态产品设计和市场营销策略，并评估其可持续性和市场潜力；  能够运用市场营销工具和策略，制定生态产品的定价、渠道和推广计划。 | | | | | 课程目标3、4、5、6、7 | |
| 协作整合 | | | 学生将参与团队项目，进行市场调研、竞争分析和产品设计，具有相应的团队协作、团队组织的能力。 | | | | | 课程目标6、7 | |
| 社会责任 | | | 重视生态环境保护和可持续发展的重要性；积极承担环保责任；创新性解决环境问题。 | | | | | 课程目标7、8 | |
|  | | |  | | | | |  | |
| **E**  **教学内容** | 实习（实践）项目 | | | | 实习地点 | | | | 周数/学时分配 | |
| 1.生态产品、营销理论基础知识 | | | | 教室 | | | | 2周/4学时 | |
| 2.生态产品的市场调研（分组） | | | | 城市周边 | | | | 2周/4学时 | |
| 3.农业旅游中的**可持续农产品设计** | | | | 郊区/乡村 | | | | 2周/4学时 | |
| 4.城市旅游中的**生态交通设计** | | | | 市区 | | | | 2周/4学时 | |
| 5.**植物景观**生态产品设计 | | | | 校园景观带 | | | | 2周/4学时 | |
| 6.**生态徒步旅游**线路设计 | | | | 本市旅游区 | | | | 2周/4学时 | |
| 7.生态产品的社会影响与责任 | | | | 教室或实践点 | | | | 2周/4学时 | |
| 8.生态产品项目设计成果展示 | | | | 教室 | | | | 2周/4学时 | |
|  | | | |  | | | |  | |
| 合 计 | | | | | | | | 16周/32学时 | |
| **F**  **教学方式** | ☑现场指导 ☑讨论座谈 □问题导向学习 ☑分组合作学习  ☑专题学习 ☑实作学习 ☑探究式学习 □线上线下混合式学习   * 其他 | | | | | | | | | |
| **G**  **教学安排** | 次别 | 实习（实践）项目 | | 支撑课程  目标 | | 课程思政融入  **（根据实际情况至少填写3次）** | | | | 教学方式  与手段 |
| 思政元素 | | 思政目标 | |
| **1** | 1.生态产品、营销理论基础知识 | |  | |  | |  | |  |
| **2** | 2.生态产品的市场调研 | |  | | 生态产品面临的问题 | | 增强学生生态文明意识 | |  |
| **3** | 3.农业旅游中的**可持续农产品设计** | |  | | 现代农业发展成就 | | 培养学生发展自信 | |  |
| **4** | 4.城市旅游中的**生态交通设计** | |  | |  | |  | |  |
| **5** | 5.**植物景观**生态产品设计 | |  | |  | |  | |  |
| **6** | 6.**生态徒步旅游**线路设计 | |  | |  | |  | |  |
| **7** | 7.生态产品的社会影响与责任 | |  | | 产品设计中的社会影响 | | 培养学生社会责任感 | |  |
| **8** | 8.生态产品项目设计成果展示 | |  | |  | |  | |  |
| **H**  **评价方式** | 评价项目及配分 | | | 评价项目说明 | | | | 支撑课程目标 | | |
| 平时（20%） | | | 出勤、互动、讨论、  项目小组的角色和责任担当 | | | | 课程目标7-8 | | |
| 实习报告（80%） | | | 报告结构合理、数据可靠、内容新颖、表述流畅、具有实用性、创新性 | | | | 课程目标1-6 | | |
|  | | |  | | | |  | | |
| **I**  **建议教材**  **及学习资料** |  | | | | | | | | | |
| **J**  **教学条件**  **需求** |  | | | | | | | | | |
| **K**  **注意事项** |  | | | | | | | | | |
| 备注：  1.本课程教学大纲F—J 项同一课程不同授课教师应协同讨论研究达成共同核心内涵。经教学工作指导小组审议通过的课程教学大纲不宜自行更改。  **2.评价方式可参考下列方式：**  **(1)纸笔考试：现场小测、综合纸笔考试**  **(2)实作评价：现场记录、日常表现、观察**  **(3)档案评价：书面报告、实习总结**  **(4)口语评价：现场口头报告** | | | | | | | | | | |
| **审批意见** | 课程教学大纲起草团队成员签名：  年 月 日 | | | | | | | | | |
| 专家组审定意见：  专家组成员签名：  年 月 日 | | | | | | | | | |
| 学院教学工作指导小组审议意见：  教学工作指导小组组长：  年 月 日 | | | | | | | | | |