

《酒店市场营销》

课 堂 教 学 设 计 方 案

授课内容： 酒店内部营销客房部情境实训

授课时数： 2 学 时

一、教学主题

课程名称	酒店市场营销	授课单元	酒店内部营销客房部情境实训
授课班级	17 酒店管理	授课学时	2 学时
授课地点	校外实践基地	教学模式	翻转课堂，任务驱动
		教学方法与手段	讲授法，启发式教学法，参与式教学法，互动式教学法，动态案例教学法
教学背景	通常情况下,酒店市场营销课程大多围绕 4P 的概念进行讲授。而酒店内部营销作为酒店市场营销的一部分,这个非常重要的概念却在以往讲授以及实践中被忽视。 酒店内部营销主要针对酒店内的员工,强调员工是酒店产品的一部分,让员工明白他们的工作与顾客的满意度是紧密相连的,改善员工的态度能促使服务质量的提升。在酒店业中,目前 90 后酒店员工普遍具有较高的离职率,原因与他们对服务业缺乏正确的认识有关,同时也因为他们对员工与员工之间关系,员工与酒店之间关系以及员工与顾客之间关系的不了解。因此,在高职院校酒店管理专业教学中,需要区分其与中职的酒店服务技能教育的不同,需要让学生充分认识到雇员亦是饭店产品的一部分,雇员首先是酒店产品和服务内部营销的体验者,继而才是产品及服务营销的践行者;从酒店管理者的角度,还需认知雇员满意与顾客满意相互依存。内部营销的重要性不言而喻,对学生后续在一线各部门的顶岗实习,在未来进入酒店业后提供更好的服务及基础管理,以及增加留职意愿,都有重要的作用。		
设计依据	本单元选自酒店管理专业《酒店市场营销》课程,参考了 21 世纪高职高专规划教材,依据人才培养方案,立足地区酒店的就业岗位,认真分析岗位的工作任务、能力要求,在此基础上进行教学设计,从学情和教学实际出发,充分利用现代教育技术构建酒店营销网络学习平台,将营销教学与信息技术手段有机结合起来,从而更有效地开展教学。		

二、学情分析

本次课的授课对象是高职酒店管理专业即将踏入酒店进行顶岗实习的二年级学生。他们通过《饭店管理概论》和《管理学基础》等前导课程的学习，掌握了饭店经营和管理概况及一定的管理理论。

通过“职业认可度”问卷调查发现，部分学生对从事酒店服务工作的认可程度较低。从学生理论和实操学习情况来讲，学生在技能学习方面表现出较高的学习热情，和较强的学习意愿；但在理论学习上表现出消极的态度以及畏难的情绪。

运用信息技术方面，学生喜欢通过网络以及移动客户端获取信息，但多局限于自身感兴趣的内容。



学生职业承诺分析						
	个案数	最小值	最大值	平均值	标准差	方差
我十分高兴在填报志愿时选择了现在这个职业	52	1.00	7.00	3.4231	1.41900	2.014
从事现在这份工作是我职业生涯的重大成就	52	1.00	7.00	3.5385	1.25965	1.587
我经常很自豪地告诉朋友我的工作	52	1.00	7.00	3.5962	1.40391	1.971
在工作时，我认同我的工作角色	52	2.00	7.00	4.2115	1.31859	1.739
当看到酒店员工得到社会认可时，我也同样感到自豪	52	2.00	7.00	4.8654	1.44207	2.080
我十分关心目前这个职业的未来	52	2.00	7.00	4.8077	1.32899	1.766
有效个案数（成列）	52					

三、教学内容分析

“酒店市场营销”是酒店管理专业的专业必修课，旨在培养酒店管理岗位人才。依据课程标准，结合岗位需求，我们对教材进行了二次开发，确定了六个模块的教学内容，“酒店内部营销”选自模块二，共 10 学时，该部分是培养员工顾客导向意识的核心部分，通过本次学习，将学生理论知识内化为职业素养。本次课为理论讲授部分，共计 2 学时。

参考教材

[illegible]

本次课常规教材选自 21 世纪高职高专规划教材，旅游与酒店管理系列之《酒店营销实务》为了践行产教融合，实现知行合一，我们与校外实践教学基地共同开发了“动态实务案例”作为辅助教材，案例的动态更新确保学生所掌握的知识与市场需求保持同步，体现以学生为本位，实现了用教材教，而不是教教材的突破，同时深化了产教融合，实现产教协同育人。

四、教学目标

通过学情分析,我们认为,较低的职业认可度、缺乏服务意识与“中国服务”和“工匠精神”背离。另外,高职院校并非培养熟练工,因此要求学生能以理论指导实践,以区别与中职教育。

据此，我们结合国家高等职业学校教学标准（试行）旅游大类、行业最新酒店岗位要求、及本专业人才培养方案，确定了由知识、能力和素养构成的三维教学目标。

知识目标

- 区别传统企业组织结构以及服务企业内部营销组织结构
- 理解内部营销也是营销的重要组成部分
- 理解内部营销计划

能力目标

- 能判别酒店一线部门（前厅部、餐饮部、客房部）员工是否具备顾客取向
- 能够指出服务中存在问题并根据理论依据提出解决方案
- 能够处理非常规业务

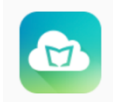
素养目标

- 具有顾客服务意识
- 具备沟通与协调能力
- 具有团队合作精神

五、教学重难点

结合互联网时代智慧酒店的快速发展趋势，未来酒店岗位的典型工作任务为向顾客提供个性化服务。基于此，本单元的教学重点是：理解为什么酒店员工是酒店产品的一部分。教学难点是：能够处理酒店非常规性业务。

六、教学方法与手段

教学方法	讲授法结合启发式教学法结合：学生根据课前阅读的参考资料提出问题，教师回答，通过学生提问，教师回答问题的方式，有针对性的讲解内部营销理论，有侧重的组织教学。 参与式教学法：以小组为单位（分为前厅组、餐饮组以及客房组）分析实务案例，通过制定计划、讨论研究、分组实施等学习活动获得知识技能及丰富的情感体验。 情境模拟法：学生以小组为单位，在实训基地分别扮演一线员工以及管理者，在现实的酒店环境中将理论应用于实践，同时获得知识技能及丰富的情感体验。 动态实务案例法：通过与校外实践基地导师共同制定案例，确保案例即时更新，让学生切实参与到酒店问题解决的过程中。
信息化教学手段	蓝墨云班课 Moso Teach 微信群 投屏 APP 投票帮小程序

七、教学实施过程

教学环节	教师活动	学生活动	设计意图
情境模拟 (90 分钟)	1) 分成前厅、客房、餐饮以及第二线服务部门四个小组，每个小组与企业导师讨论实务案例，在企业导师指导下各小组提出解决方案，根据解决方案进行情境模拟以及角色扮演。 2) 教师在模拟过程中在各小组间随机穿插扮演前厅部、餐饮部以及客房部的管理者，根据“问题服务”实务案例对学生进行刁难，以此深化学生对【教学重点】一处理酒店非常规性业务的进一步感知人手为理由拒绝，应该如何做？  【客房部实例-1】	1) 学生分为前厅组、餐饮组以及客房组，根据分配好的小组到相应的部门中询问正式员工以及正在酒店顶岗实习的大三学生关于酒店产品的问题：酒店的客房数有多少？酒店有多少种房型？酒店上个月的入住率是多少？酒店一共有几个餐厅，分别在哪些楼层？酒店提供多少款枕头？豪华房和高级房的床单被套是用同种质地的布草吗？根据这些问题判别前厅部、餐饮部以及客房部员工是否具备顾客导向；	根据经过小组讨论得出的针对酒店“问题服务”实务案例提出的建议，身临其境的感受自己提出的解决方法是否能够解决问题，直观的让学生感受管理工作的不易，以及从管理者的角度思考问题 2) 以正在实习的师兄以及师姐客串顾客角色，旨在消除大三学生对大二学生传递的消极情绪，让大三以及大二的学生都能

	2) 组织大三正在顶岗实习的学生充当顾客，对扮演服务员的同侪，但是客人执意要点，员工只有一人在看守大堂吧，且大堂吧没有卡布奇诺咖啡的制作工具以及价格，如果要制作卡布奇诺咖啡需要到西餐厅厨房去制作，然而下午3点西餐厅尚无员工上班，如何解决？ 【客房部实例-2】酒店有设置棋牌室供客人打牌，但是一微醺的客人执意要让客房部员工在房间安置麻将桌打麻将，员工不管如何劝说都没用，应该怎么做？	2) 学生以小组的形式分别代入一线部门员工岗位，针对教师扮演的顾客以及高层管理者提出的要求模拟酒店运营情况。 	认识到有些问题并非管理上的问题，而是员工本身的问题
--	--	--	----------------------------------

八、教学评价

在评价的环节上，课程采用形成性评价与终结性评价相结合的评价方式。

形成性评价的数据主要来源于蓝墨云班课中学生的经验值，以及小组互评，企业主管评等综合评价方式。

此外，企业导师对学生提出的解决方案进行评估，优秀的解决方案会被酒店收录并作为后续解决同类问题的参考，让学生即可感知到课上所学即时所用，直接感受到教学的效果，同时也提高了学生的职业认同感。

通过对同一案例对比，课前课后学生主要的解决方案主要是将问题推给部门主管或者酒店的制度；课后的解决方案则能够体现主动思考应该如何解决顾

客的问题，而不是推脱，能够初步体现以顾客为导向的服务意识。达到本次课的教学目的。

九、教学反思

本课程以就业为导向，以培养学生职业道德、职业意识和职业素养，促进学生职业能力发展为目标。

在本次课的授课过程中，企业导师的参与在很大程度激发了学生的学习兴趣，提高了学生的学习能力。但是，企业导师工作经验非常丰富的同时，理论基础相对薄弱，因此未来需要对企业导师进行理论方面的培训，以提高企业导师点评学生理论与实践相结合程度的质量。

此外，由于学生并未在动态实务案例所发生的相应部门工作过，对酒店一线部门的工作流程仅局限于书本上的理解，因此对作为酒店员工的共情性感知较差。未来将对课程结构进行优化，考虑将本次课在学生顶岗实习一个月后进行。