

# 酒店管理专业

## 《酒店市场营销》课程设计

### 目录

一、课程定位 .....	1
1、课程性质 .....	1
2、与前后课程的关系.....	1
3、课程设计思想.....	1
4、课程目标 .....	2
二、课程内容 .....	2
三、课程资源 .....	10
1、教材选用 .....	10
2、课程实训条件.....	10
3、课程配套资源.....	11
四、教学策略 .....	11
1、教学方法 .....	11
2、教学手段及课程结构.....	11
3、教学组织与实施.....	12
五、课程评价 .....	13



## 一、课程定位

### 1、课程性质

本课程是酒店管理岗位专业必修课，适用于酒店管理专业二年级学生。本课程同时是酒店管理专业与企业、行业专家共同开发建设的一门具有工学结合、鲜明特色的职业能力核心课程。课程强调学生的基本素质和能力的培养，让学生掌握酒店营销人员应具备的专业技术能力，培养学生在酒店营销岗位的基本管理能力，具有酒店营销人员所应具备的主体，实践素质，思维素质以及语言文化素质，贴近学生将来职业场景的需要。

### 2、与前后课程的关系

本课程的前导课程是《饭店管理概论》、《管理学基础》、《前厅客房服务与管理》以及《餐饮服务与管理》。通过前导课程的学习，学生掌握了酒店各个部门，特别是一线部门的工作以及服务流程，同时掌握与了解了一定的管理学的基础知识，为本门课程奠定了行业与产品知识系统认识的基础。

本课程的后续课程是《酒店领班与主管实务》以及《顶岗实训》。学生通过本门课程的学习，对酒店的产品有了更加深入的认识，同时对酒店不同的产品的营销方式以及服务质量有了更加系统的认识，对在企业中代入主管角色有了更好的指导以及在顶岗过程中增强对客服务意识。

### 3、课程设计思想

本课程是依据“酒店管理专业工作任务与职业能力分析表”中的酒店市场营销工作项目设置的。该课程总体设计思路紧紧围绕“能力本位”的育人理念，充分体现依据学生的认知特点，学生可持续发展需求，打破以理论知识传授为主要特征的传统学科课程模式，设计通过任务引领、工作过程导向的理念和设计思路，将本课程的内容分为若干项目，创设相关工作情景采用并列与流程相结合的方式展示教学内容。理论知识上以必须和够用为度，在实践上重点培养学生的技术应用能力和创新能力。在内容安排上，结合酒店行业的各个服务环节和管理实际，具有很强的操作性，坚持立德树人，注重思想政治教育贯穿教学始终，同时融合学生综合素质提升、创新创业能力培养、学生可持续发展的要求。项目设计与酒店日常市场营销为线索来进行。教学过程中通过校企合作，校外实践教学基地建设等多种途径，工学结合突出实践，充分开发学习资源，给学生提供丰富的实践机会。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，通过理论与实践相结合，重点评价学生的职业能力和综合素质。课程设计理念符合职业性，实践性和开放性要求，符合工作过程与方法的思路要求。

## 4、课程目标

为了突出高职院校培养人才与中职教育的区别，秉持“人人皆可成才、人人尽展其才”的指导思想，本课程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。

### 4.1 知识目标

掌握酒店营销岗位的基本知识和职业素养，掌握酒店营销岗位基本的工作流程及标准。

### 4.2 能力目标

能够参与酒店营销岗位的实践工作，掌握酒店营销岗位的策划职能，沟通职能，管理职能，服务职能，四大方面能力，能够养成独立分析问题，解决问题的能力。

### 4.3 素质目标

培养热爱社会主义、热爱祖国、热爱人民。具有良好的职业道德。具有较高的理论素养的高职人才。培养学生具有善于分析勤于学习的精神，具备不断探索、创新能力。具有酒店营销人员所应具备的主体实践素质，思维素质以及语言文化素质。

## 二、课程内容

本门课程是酒店管理专业的专业必修课，旨在培养酒店市场营销管理岗位人才。依据课程标准，结合岗位需求，教学团队对教材进行了二次开发，确定了六个模块的教学内容，具体内容以及学时分配参阅表 1。

表 1：《酒店市场营销》课程模块及学时分配表

序号	教学任务/项目	课程内容及要求		建议学时	
		理论	实践	72	
				理论	实践
1	导论	酒店营销概述	无	3	0
2	酒店营销管理	1.市场计划	无	4	0

		2.销售部门与人员	无	4	0
		3.内部市场营销	处理非常规性业务	2	8
		4.酒店公共关系	无	4	0
		5.酒店商务客户市场	无	4	0
3	酒店营销策划	1.营销广告	无	4	0
		2.广告牌形象与宣传	无	4	0
		3.营销材料及制作	广告设计, 推文	2	1
4	酒店产品销售	1.餐厅和酒吧销售	无	4	0
		2.宴会与会议用房销售	无	4	0
		3.针对休闲旅行市场的营销	无	4	0
5	酒店销售技巧	1.客户拜访	演示拜访的步骤	1	2
		2.电话销售	电话沟通技巧	2	2
		3.会议销售	无	4	0
		4.酒店电子营销	无	4	0
6	酒店营销实践	无	地区酒店市场调研	0	3
			编制 2019 年度营销计划	0	2

表 2：课程模块具体学时分配及教学说明表

模块 1： 导论		参考学时：	3
学习目标	1.综掌握市场、市场营销的概念 2.区分市场运营与销售 3.熟悉酒店产品特点 4.掌握酒店经营的特点		

学习单元	内容描述	教学条件	教学方法和建议	参考学时
酒店营销功能	1.综掌握市场、市场营销的概念 2.区分市场运营与销售	多媒体教室	运用多媒体教学、 案例分析、讲授等 方法	1
酒店营销概念	1.熟悉酒店产品特点 2.掌握酒店经营的特点	多媒体教室	运用多媒体教学、 案例分析、讲授等 方法	2

模块 2：酒店营销管理			参考学时：	26
学习目标	1.了解市场调研程序 2.熟悉成功销售人员所具有的特性 3.掌握员工与酒店内部销售的关系 4.熟悉新闻发布材料 5.明白商务服务			
学习单元	内容描述	教学条件	教学方法和建议	参考学时
市场计划	1.市场销售团队 2.市场调研审视 3.酒店的定位 4.市场营销的目标 5.市场营销的预算 6.酒店产品定位 7.未完成销售目标的原因	多媒体教室	运用多媒体教学、 案例分析、讲授等 方法	4
销售部门与人员	1.三项经典的组织原则 2.成功销售人员所具有的特性	多媒体教室	运用多媒体教学、 案例分析、讲授等 方法	4

	3.销售部会议			
酒店内部营销	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.酒店内部的市场营销</li> <li>2.酒店内部销售</li> <li>3.总经理与酒店内部销售</li> <li>4.员工与酒店内部销售</li> <li>5.员工奖励计划</li> <li>6.酒店内部产品销售</li> <li>7.特殊服务和酒店内部的促销活动</li> </ul>	校外实践教学基地	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	10
酒店公共关系	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.公共关系计划</li> <li>2.公共关系效应的衡量</li> <li>3.新闻发布</li> <li>4.新闻发布材料</li> <li>5.旅游文章撰稿人</li> <li>6.与新闻媒体的关系</li> <li>7.个人采访</li> <li>8.应对敏感议题</li> </ul>	多媒体教室	运用多媒体教学、案例分析、讲授等方法	4
酒店商务客户市场	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.商务旅行常客</li> <li>2.女性商务客户</li> <li>3.商务入住的类型</li> <li>4.行政或商务楼层</li> <li>5.商务服务</li> <li>6.赢得商务客源的途径</li> </ul>	多媒体教室	运用多媒体教学、案例分析、讲授等方法	4

模块 3：酒店营销策划	参考学时：	11
-------------	-------	----

学习目标	1.了解常用广告策略 2.能够制作广告宣传单和桌卡 3.了解设计报纸广告，广告版面的步骤			
学习单元	内容描述	教学条件	教学方法和建议	参考学时
营销广告	1.为什么要使用广告 2.广告的目的 3.印刷广告 4.直邮广告 5.广播、电视广告 6.媒介广告多样性 7.相互性和合作性广告	多媒体教室	运用多媒体教学、参与式教学、讲授等方法	4
广告牌形象与宣传	1.独立经营型酒店的店标 2.广告牌 3.广告牌的类型 4.宣传广告栏的选择因素 5.广告宣传单和桌卡 6.广告册 7.特殊广告物品	多媒体教室	运用多媒体教学、项目作业、讲授等方法	4
营销材料及制作	1.选择报纸广告的因素 2.设计报纸广告的步骤 3.报纸广告的设计 4.报纸广告的撰写 5.杂志广告 6.消费者杂志 7.行业杂志	多媒体教室	运用多媒体教学、项目作业、讲授等方法	3

	8.广告有效性的衡量			
--	------------	--	--	--

模块 4: 酒店产品销售		参考学时:	12	
学习目标	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.掌握餐饮产品推广措施</li> <li>2.熟悉酒店内部促销计划的步骤</li> <li>3.掌握咨询的种类</li> <li>4.能够设计宴会菜单</li> <li>5.了解常见的宴会服务形式</li> </ol>			
学习单元	内容描述	教学条件	教学方法和建议	参考学时
餐厅和酒吧销售	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.定位研究</li> <li>2.确认菜品价格</li> <li>3.餐饮产品推销的措施</li> <li>4.餐厅促销的形式</li> <li>5.酒店内部促销计划的步骤</li> <li>6.赢得回头客</li> <li>7.送餐服务</li> </ol>	多媒体教室	运用多媒体教学、项目作业、讲授等方法	4
宴会与会议用房销售	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.宴会销售的利润</li> <li>2.宴会销售部的职责和人员安排</li> <li>3.宴会销售的途径</li> <li>4.咨询的种类</li> <li>5.宴会菜单</li> <li>6.常见的宴会服务形式</li> <li>7.饮料服务计划</li> <li>8.保证条款</li> <li>9.会议用房销售</li> </ol>	多媒体教室	运用多媒体教学、案例分析、讲授等方法	4
针对休闲旅行市场的营销	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.周末包价旅行</li> <li>2.满足家庭式旅行的需求</li> <li>3.旅游中间商</li> </ol>	多媒体教室	运用多媒体教学、互动式学习法、讲授等方法	4

	4.过路旅游团与目的地旅游 5.酒店包价旅游 6.小型酒店和休闲游客			
--	--	--	--	--

模块 5：酒店销售技巧		参考学时：	15	
学习目标	1.熟悉客户拜访的类型 2.了解演示性拜访的步骤 3.掌握电话沟通的基本要素 4.明白能带来销售业务的电话 5.了解会议的主要种类 6.掌握关键客户的管理 7.了解电子商务的现状 8.熟悉酒店电子商务系统的应用与架构			
学习单元	内容描述	教学条件	教学方法和建议	参考学时
客户拜访	1.客户拜访的类型 2.确认潜在客户 3.演示性拜访的步骤 4.封闭式和开放式的提问方式 5.客户反驳意见的分类 6.成功的销售演示的三项技巧 7.时间管理和关键客户管理	多媒体教室	运用多媒体教学、案例分析、讲授等方法	3
电话销售	1.电话沟通的基本要素 2.通过电话确定潜在客户 3.电话销售的结束技巧	多媒体教室	运用多媒体教学、案例分析、讲授等方法	4

	4.促销、服务和公关形式的电 拜访 6.能带来销售业务的来电 7.电子销售运营			
会议销售	1.会议的主要种类 2.会议计划的因素 3.会议销售的组织工作 4.关键客户的管理 5.奖励会议	多媒体教室	运用多媒体教学、 案例分析、讲授等 方法	4
酒店电子营销	1.当今电子商务的现状 2.电子商务在酒店行业的应用现 状和发展优势 3.酒店电子商务的应用与架构 4.酒店信息化管理	多媒体教室	运用多媒体教学、 案例分析、讲授等 方法	4
模块 6: 酒店营销实践			参考学时:	5
学习目标	1.能够运用市场计划的六个步骤 2.能够确定酒店定位 3.能够罗列市场营销中的预算选择 4.能够运用 PEST 以及 SWOT 分析 5.能够解释未完成销售目标的原因			
学习单元	内容描述	教学条件	教学方法和建议	参考学时
地区酒店市场调 研	1.能够运用市场计划的六个步骤 2.能够确定酒店定位	多媒体教室	运用多媒体教学、 项目作业法、互动 式学习方法	3

编制 XXXX 年度 营销计划	1.能够罗列市场营销中的预算选择 2.能够解释未完成销售目标的原因	多媒体教室	运用多媒体教学、 项目作业法、互动 式学习方法	2
--------------------	--------------------------------------	-------	-------------------------------	---

### 三、课程资源

#### 1、教材选用

案例发生区域	发生时间	案例类型	案例类别
前厅部-礼宾部、前台 餐饮部-中餐厅 后厨	2018年1月19日	<input checked="" type="checkbox"/> 优质服务 <input type="checkbox"/> 缺陷服务	服务支持 团队合作
<p><b>案例描述</b></p> <p>陈先生订了一个星期的标准房，今天是住馆的第三天。</p> <p>下午，礼宾部的服务员 Leo 在送行李到住客房时，在电梯中碰到了陈先生，此前</p> <p>陈先生入住酒店是由 Leo 带领到房间，在电梯中与 Leo 进行了交流，陈先生表示对酒店的各个部门的服务都是比较满意的，整体住宿经历还不错，唯独对中餐的某一道菜不是太满意。</p> <p>Leo 在送行李回到礼宾部后，将在电梯中与陈先生交谈得知陈先生对中餐某道菜不满意的事情告诉了礼宾部主管 Don，随后 Don 将此告知了中餐经理 Lily，Lily 立刻与主厨和师傅进行了沟通，随后 Lily 向前厅部请教了陈先生的客户档案，档案显示陈先生是第一次入住酒店，因此酒店并没有陈先生的偏好记录。鉴于此，主厨决定以陈先生身份信息上的地区菜品口味为陈先生准备这道菜肴。</p> <p>当晚，陈先生返回来到中餐厅用餐，餐厅经理 Lily 得知陈先生在临餐厅，专门准备了陈先生说的那道菜给陈先生免费进行品尝，陈先生是台湾人，在这次品尝之后陈先生给出了“我尝到了家乡的味道”的高度评价。</p>			

图 1：校企开发“动态实务案例”展示

#### 2、课程实训条件

本课程日常教学依托校内多媒体教室、酒店管理专业综合实训室和大学生校外实践基地开展。

校内多媒体教室课进行常规的理论教学，学生 PPT 演讲以及小组任务汇报等活动。

酒店管理综合实训室配备多媒体设备，并且设有六大酒店功能实训区，分别是：前厅功能实训区、礼宾部功能实训区、西餐功能实训区、中餐功能实训区、酒吧台功能实训区以及客房功能实训区。学生可以在相应的实训区域讨论相关的案例，工作流程和服务流程的设计等活动。

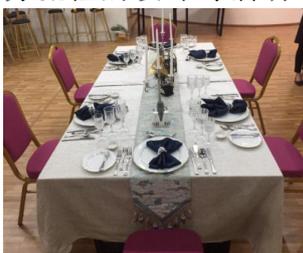
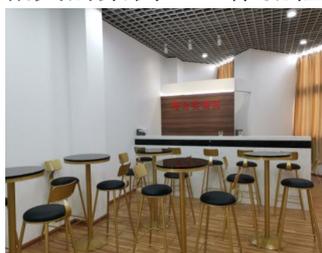


图 2-3-4：酒店管理综合实训室部分区域

大学生校外实训基地为学生提供了一个真实的工作环境，本课程中“内部市场营销”，“营销广告”，“中餐厅和酒吧销售”以及“营销材料及制作”等模块均依托校外实践基地进行，充分体现了产教协同育人。



图 5-6：大学生校外实训基地部分区域

### 3、课程配套资源

课程配套建设了精品课程学习网站、课程学习微信群、蓝墨云班课等学习管理平台，开发了 PPT、动态实务案例、业务指导手册、习题集、试题库等资料。

## 四、教学策略

### 1、教学方法

在教学方法中，为了更充分的发挥学生的主体作用，本课程使用的是基于蓝墨云班课+SPOC 的混合教学模式。

在蓝墨云班课平台上，教师可以上传丰富的线上学习资源，还有一些精品课程的视频资源，为翻转课堂搭建了很好的资源平台。此外，SPOC 小规模在线课程可以上传到蓝墨云平台中，可以更好地根据学生实际情况录制相应的视频，针对性较强。

同时通过创新使用动态实务案例法与传统的教学方法相结合。真正实现了以教师为主导，负责创设良好的课堂环境。学生为主体，自主构建知识与能力结构，完善自己的内在人格。

### 2、教学手段及课程结构

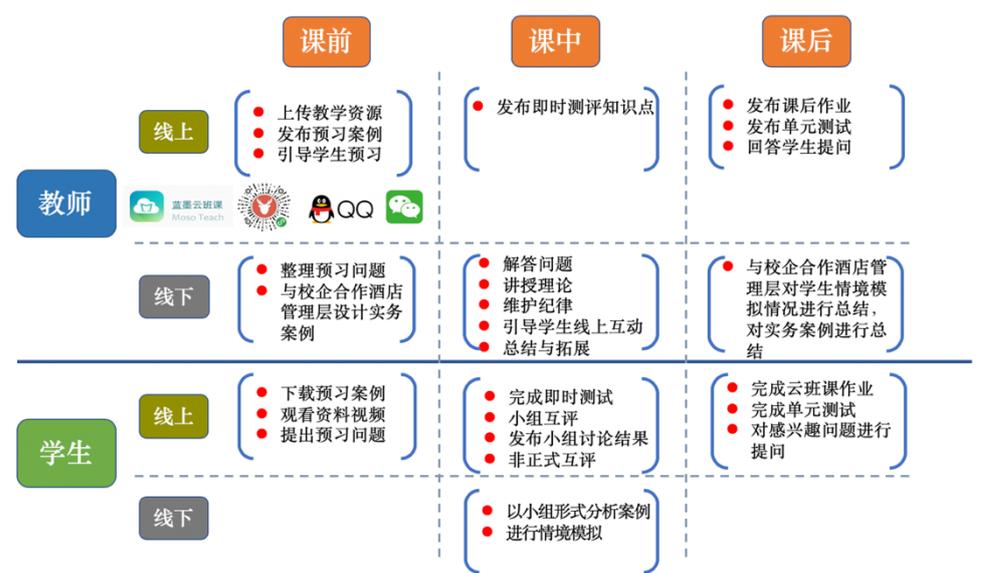
在教学手段上，使用信息化手段作为辅助，通过蓝墨云班课、微信、QQ 以及微信小程序投票帮等提高学生学习的积极性。同时，根据酒店运作中营销实

务案例为载体进行教学设计，完成从理论讲授到应用理论解决酒店运营实务问题的过程。充分利用教学资源和网络平台的教学资源，开展“课前导预习、课上导学习、课后导拓展”的教学活动。

### 3、教学组织与实施

#### 3.1 课前

教师针对教学目标进行分析,对网络视频进行加工,并上传到蓝墨云班课的班级资源中,同时上传教学课件、电子文档以及网页链接。上传发布后,学生收到推送,可以在手机端及电脑下载学习资源,随时开始知识点学习。针对疑问,



学生可以综合讨论区与教师和同伴进行互动交流。在系统学习之后,学生完成

图 7：教学组织与实施流程图

教师所设置的小测验,通过测验,教师可以了解到学生的学习效果,为课堂的问题解决环节奠定基础。SPOC 和蓝墨云班课下的翻转教学模式,实现对课程碎片化多次反复地移动学习,改变了传统的大模块、大力度、学习内容固化的内容知识结构,创建了更加自主与开放的学习环境,有利于学生实现不受时空限制的网络化学习与碎片化学习。

#### 3.2 课中

教师首先展示云班课上学生完成预习任务的情况并对学生在网上提出的问题进行总结性回答,并对问题进行分类。同时将根据模块中各教学内容所要求,将学生分成相应的任务小组,为小组互动以及情境模拟做准备。

此后教师运用云班课随机点名程序随机请学生回答问题,为了解学生对知识点的掌握程度。此后教师通过云班课发布随堂测试,分析学生错误产生的原

因，及时了解学生对教学重难点的掌握情况，并针对学生的薄弱环节即时调整教学策略对知识点进行巩固，以达到个性化教学的目的。

### 3.3 课后

课后拓展学习，帮助学生开展自主训练，巩固课堂学习成果，同时将课堂学习再度过渡到线上自主学习。

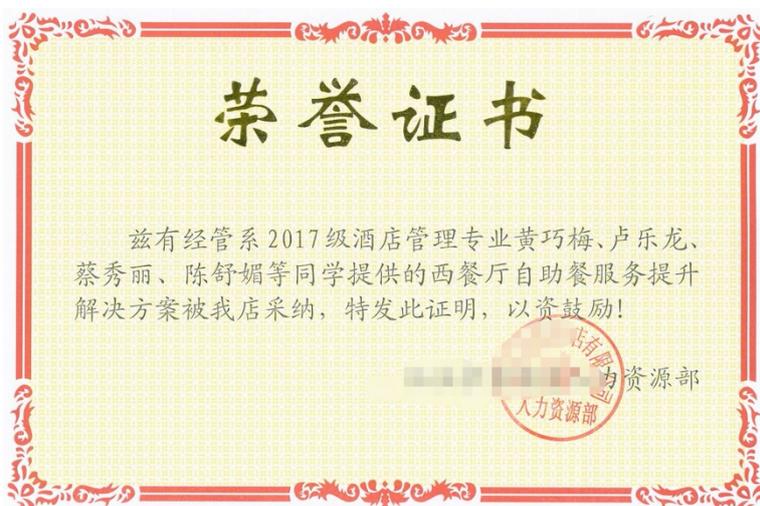
学生首先完成课后讨论以及测验，随后教师和企业导师共同对学生进行点评。此外，教师联系企业导师，针对学生在完成任务中碰到的问题进行总结，编汇成实务案例，将案例上传到云班课平台作为学习资源。学生则通过云班课平台完成课后作业和单元测试，同时对感兴趣的问题进行在线提问以持续拓展职业技能。

## 五、课程评价

在评价的环节上，课程采用形成性与终结性评价相结合的理论考试、调研报告、阶段测试等多种考核方式，理论考试（30%）+调研报告（20%）+阶段测试（50%）。理论考试重在评价酒店市场营销课程的理论学习情况，占总成绩的30%。调研报告重在评价学生酒店市场营销理论的知识转化为实践的能力，以及对酒店市场营销的基本掌握程度及创新能力的表现，占总成绩的20%。阶段测试成绩主要包括考勤、课前预习完成情况，实训项目表现环节的表现，占总成绩的50%。

课中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，蓝墨云班课平台跟踪记录班级所有学生的学习记录与评价，包括参与活动次数、课堂获点

赞次数、资源学习程度、作业提交次数、学生课堂出勤率。



此外，在课程评价中企业导师将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。