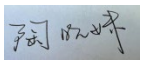
《会展策划与实务》专科课程教学大纲

一、课程基本信息

<table>
<tr><td rowspan="2">课程名称</td><td colspan="5">会展策划与实务</td></tr>
<tr><td colspan="5">Practice of Exhibition Planning</td></tr>
<tr><td>课程代码</td><td>0060582</td><td colspan="2">课程学分</td><td colspan="2">4</td></tr>
<tr><td>课程学时</td><td>64</td><td>理论学时</td><td>48</td><td>实践学时</td><td>16</td></tr>
<tr><td>开课学院</td><td>职业技术学院</td><td colspan="2">适用专业与年级</td><td colspan="2">旅游管理专业
二年级</td></tr>
<tr><td>课程类别与性质</td><td>专业必修课</td><td colspan="2">考核方式</td><td colspan="2">考试</td></tr>
<tr><td>选用教材</td><td colspan="3">会展策划实务 周菲菲、许欣主编 湖南师范大学出版社 2022-01 第一版</td><td>是否为
马工程教材</td><td>否</td></tr>
<tr><td>先修课程</td><td colspan="5">0060297 市场营销（2），0010161 旅游学概论（1）</td></tr>
<tr><td>课程简介</td><td colspan="5">会展经济通过举办各种形式的会议和展览、展销，带来直接或间接经济效益和社会效益，产业带动系数大约为 1：9。伴随我国改革发展的深入，经济发展迈入新常态，会展经济已成为国民经济中的重要内涵。《会展策划理论与实务》运用产业经济学、市场营销学、管理学等学科理论，研究现有信息和资源和信息，从社会供给与需求两方面出发，目的为实现在特定的时间内依托一定的空间载体，对有形无形的物品的直观展示，实现价值传递和信息交流。会展策划通过判断事物变化发展的趋势，全面构思、设计，对会展项目开发思路和发展战略进行综合性谋划，选择合理、有效的方案，目的在于厘清思路，优化方案，避免减少投资失误，保证项目在市场竞争中稳妥盈利，使会展达到预期目标。会展实践是一个综合性的系统工程，目标是起点，信息是基础，创意是核心。通过学习《会展策划理论与实务》，要求学生掌握会展企业信息收集分析，对会展项目的立项、方案实施、品牌树立和推广、会展相关活动的开展、会展营销及会展管理进行总体部署和具有前瞻性规划的能力。具体的掌握会展策划协作、会展市场调查分析、会展项目行动方案拟定、会展预算、会展项目方案撰写及评估修整等能力。</td></tr>
<tr><td>选课建议与学习要求</td><td colspan="5">《会展策划理论与实务》属于专业课，适合高校工商、旅游等专业学生第 2 学年学习。</td></tr>
<tr><td>大纲编写人</td><td colspan="2"> </td><td>制/修订时间</td><td colspan="2">2024/7/1</td></tr>
</table>

专业负责人		审定时间	2024/7/1
学院负责人	陈莲君	批准时间	2024/7/1

二、课程目标

类型	序号	内容
知识目标	1	L02 具有人文科学素养，具备从事会展工作或专业的理论知识、实践能力。
	2	L024 会议、展览企业管理与业务操作能力
技能目标	3	L07 具备一定的信息素养，并能在工作中应用信息技术和工具解决问题。
素养目标（含课程思政目标）	4	L03 理解他人的观点，尊重他人的价值观，能在不同场合用书面或口头形式进行有效沟通。

三、实验内容与要求

（一）各实验项目的基本信息

序号	实验项目名称	实验类型	学时分配		
			理论	实践	小计
1	会展的构成、管理理论及组织设计研究	②	4	14	18
2	会展市场营销设计（模拟商战）	④	2	6	8
3	会展人力资源管理设计	③	1	4	5
4	会议服务流程演练	④	2	4	6
5	展览管理流程演练	④	2	4	6
6	会展服务质量管理方法	③	1	4	5
7	会展企业文化及创新塑造	③	2	6	8
8	展会安全与危机管理	②	1	4	5
9	展会伦理与职业道德管理	②	1	2	3

实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④综合型

（二）各实验项目教学目标与教学内容以及要求

实验 1：会展构成、管理理论及组织设计研究
第 1 章 会展概述 一、会展的含义与特点 二、会展业的发展历史 三、会展的类型与等级 四、会展产品的构成与特点 掌握会展的含义与特点；掌握会展的产业地位；了解中外会展业发展历史；掌握会展类型及其划分；了解会展产品的组成；掌握会展产品的特点。 第 2 章 会展管理的理论基础 一、会展管理的基础理论 二、会展管理的基本职能 三、会展管理的理念与方法 四、会展管理者的素质 知道现代会展业相关管理理论；理解会展管理的基本职能、理念和方法；分析现代会展对管理者素质的要求。 第 3 章 会展组织管理 一、会展组织管理概述 二、会展组织设计的内容与原则 三、会展组织管理制度 理解会展组织的定义；掌握会展组织设计的原则；掌握主要的会展组织管理制度。
实验 2：会展市场营销设计（模拟商战）

第 4 章 会展市场营销管理 一、会展市场营销概述 二、会展市场营销任务 三、会展市场营销策略 四、会展市场营销新理念 掌握会展市场营销的过程；掌握会展市场细分的标准；掌握目标市场定位的方法。
实验 3：会展人力资源管理设计
第 5 章 会展人力资源管理 一、会展人力资源管理概述 二、会展人力资源规划 三、会展员工的招牌与甄选 四、会展员工的培训与开发 五、会展员工的绩效管理 六、会展员工流动的原因与控制 掌握会展人力资源管理的六大板块；掌握会展员工培训与开发的方式方法；掌握会展员工薪酬福利管理和有效激励的手段。
实验 4：会议服务流程演练
第 6 章 会展管理概述 一、会议接待部业务管理 二、会议管理概述 三、会议服务管理 掌握会议服务的地位和作用；掌握会议预定及其处理；掌握会场布置的地位与作用。
实验 5：展览管理流程演练
第 7 章 展览管理 一、展览招商营销 二、展览营销管理 三、展览成本控制与管理 掌握展览的地位和作用；掌握展台的设计与筹划；掌握服务的特点与种类。

实验 6：会展服务质量管理方法
第 8 章 会展服务质量管理 一、展览质量管理概述 二、会展服务质量管理内容 三、会展服务质量的管理方法 四、会展服务质量管理措施 掌握会展质量管理的基本理论和主要内容；了解会展服务质量的内涵及独特性与复杂性；掌握顾客期望与顾客满意的区别和联系。
实验 7：会展企业文化及创新塑造
第 9 章 会展企业文化管理 一、会展企业文化管理概述 二、会展企业文化的建设 三、现代会展跨文化管理 理解会展企业文化的作用；熟悉会展企业文化建设的原则和步骤；掌握会展跨文化管理的策略和手段。 第 10 章 展览创新管理 一、会展创新管理的时代背景 二、会展创新管理概述 三、会展创新管理的内容 了解会展所面临的问题；理解会展创新管理的内涵及重要性；掌握会展创新管理的内容。
实验 8：会展安全与危机管理
第 11 章会展安全与危机管理 会展安全与危机管理概述 一、会展安全与危机管理的内容与原则 二、会展安全与危机管理的组织设计 三、会展安全与危机管理的措施 了解会展安全与危机管理的定于与特点；了解会展安全管理的类型；掌握会展安全与危机管理的相关制度和措施。
实验 9：会展伦理与职业道德管理

第 12 章会展伦理与职业道德管理 一、会展伦理概述 二、会展企业伦理的建设 三、会展职业道德概述 了解会展伦理的产生；掌握会展伦理建设的方法；掌握职业道德的含义与主要构成。

（三）各实验项目对课程目标的支撑关系

课程目标 实验项目名称	课程目标 1	课程目标 2	课程目标 3	课程目标 4
会展构成、管理理论及组织设计研究	✔	✔		
会展市场营销设计（模拟商战）	✔	✔	✔	
会展人力资源管理设计	✔	✔		
会议服务流程演练	✔	✔	✔	
展览管理流程演练	✔	✔	✔	
会展服务质量管理方法	✔	✔		✔
会展企业文化及创新塑造	✔	✔		✔
会展安全与危机管理	✔	✔		
会展伦理与职业道德管理	✔	✔		✔

四、课程思政教学设计

会展策划与实务课程思政，目的在于培养学生对现代会展管理的全面认识和深入理解，包括会展运营、市场营销、人力资源管理等方面的知识。引导学生关注会展业的社会责任，培养学生的职业道德和社会责任感。培养学生的会展管理技能，包括团队协作、沟通表达、问题解决等方面的能力。
教学内容：
会展管理概述：会展业的发展历程、会展经营模式、会展组织结构等。
会展运营管理：前厅部、客房部、餐饮部等各个运营部门的管理和协调。
会展市场营销：市场调研、品牌建设、销售策略等市场营销相关内容。
会展人力资源管理：招聘、培训、绩效管理、员工福利等人力资源管理方面的知识。
会展财务管理：成本控制、预算管理、财务分析等财务管理相关内容。
教学方法：
理论与实践相结合：通过课堂讲授理论知识，结合实地考察、案例分析等方式，加深学生对会展管理的理解和实践能力。
互动教学：采用小组讨论、角色扮演、问题解决等互动形式，激发学生的学习兴趣，促进彼此之间的交流和合作。
实践训练：安排学生参与会展实习、模拟经营等实践活动，提高学生的实际操作能力和团队合作能力。

五、课程考核

总评构成	占比	考核方式	课程目标				合计
			1	2	3	4	
1	40%	期末开卷考	50	50	0	0	100
X1	20%	课堂表现	0	0	50	50	100
X2	20%	会展策划书	10	10	20	60	100
X3	20%	课堂展示	10	10	40	40	100

评价标准细则

考核	课	考核要求	评价标准

项目	程目标		优 100-90	良 89-75	中 74-60	不及格 59-0
1	1、2、4	掌握依托教材和教师 PPT 的理论内容，能够通过书面答题体现出对理论的掌握程度。	卷面分数	卷面分数	卷面分数	卷面分数
X1	3、4	1、课堂出勤率、不迟到、不早退； 2、上课态度积极认真、答案符合逻辑； 3、抽查作业按时完成	全勤，无迟到早退。每节课积极回答问题，答案透彻合理，逻辑清晰，有自己的思考。抽查作业完成及时，答案准确。	无无故缺勤情况，偶有迟到早退。课堂上积极回答问题，答案比较透彻合理，逻辑清晰，有自己的思考。抽查作业完成及时，准确率良好。	3-5 次缺勤，有迟到早退。课堂上参与回答问题，答案基本合理，逻辑基本清晰，有自己一定的思考。抽查作业完成不够及时，准确率一般。	6 次及以上无故缺勤，常有迟到早退。课堂上不积极回答问题，答案混乱，逻辑不清晰，没有自己的思考。抽查作业完成差。
X2	1、2、3、4	个人项目策划主题、材料、视觉效果	主题鲜明，材料充实，视觉效果好	主题较鲜明，材料充实，视觉效果较好	主题不够突出，材料一般，视觉效果较好	主题不够突出，材料一般，视觉效果较差

X3	1、2、3、4	1、根据所给信息完成商战市场战略设计，制作PPT并提前2天提交至超星学习通。 2、根据报告内容，进行15-20分钟的课堂展示。 3、展示中需要有两到三个互动问题。 4、每个小组2人	按时完成提交PPT，并有一定创新性，有较高的学术水平或实用价值。展示时长在规定范围内，词汇使用正确，语言表达准确、流利，结构严谨，条理清楚，逻辑性强。具有互动性，包含必要项目。	按时完成提交PPT，并有一定创新性。演讲时长略有偏差，词汇使用正确，语言表达准确、流利，结构严谨，条理清楚，逻辑性强，具有互动性包含必要项目。	按时完成提交PPT。词汇使用正确，语言表达准确，条理清楚，包含必要项目。	未参加考核，不符合以上评分要求

六、其他需要说明的问题

无