

上海市高等教育自学考试
旅游管理专业（专升本）（120901K）
旅游电子商务（11866）
自学考试大纲

上海师范大学自学考试办公室编
上海市高等教育自学考试委员会组编
2026 年版

第一部分 课程性质及其设置的目的和要求

《旅游电子商务》（以下简称本课程）

一、本课程的性质与设置的目的

《旅游电子商务》是上海市高等教育自学考试旅游管理专业（专升本）的基础课，是从事旅游管理所需学习的一门专业课程。本课程系统地介绍旅游电子商务的基本知识、相关技术和实际应用。紧扣电子商务理念、互联网技术、旅游产业核心竞争力和创新力等主题，强调对学生分析、管理以及行业应用能力的培养。通过本课程的学习，掌握旅游电子商务的基本框架，了解旅游电子商务的发展趋势及需求，掌握饭店电子商务、旅行社电子商务、景区电子商务、旅游电子商务平台等的基本知识、运营特征及具体的应用，能够对旅游企业实施电子商务，建立和推广商务网站能初步提出规划思路与设计方法。

二、本课程的基本要求

旅游电子商务涉及面很广，且正在迅速发展之中，其体系与概念也处于发展与完善的过程中。在《旅游电子商务》课程的教学过程中，将突出旅游电子商务的实践性特点，强调案例分析教学，强调理论与实践相结合。使学生对旅游电子商务有一个整体的认识 and 了解；能够理解电子商务环境下旅游企业经营理念的变革；能够系统地了解旅游企业如何实施电子商务；使学生基本具备利用互联网进行旅游电子商务活动的的能力。

三、与相关课程的联系与区别

与旅游电子商务有关的课程有《旅游市场营销》《旅游目的地管理》。这三门课程虽然都与旅游业相关，但它们各自侧重点和内容有所不同。

这三门课程都旨在提升旅游业的整体竞争力和服务质量，促进旅游业的可持续发展，其目标一致；旅游市场营销和旅游目的地管理中涉及的一些内容，如客户服务、品牌建设、市场分析等，也会在旅游电子商务课程中有所体现，内容有所交叉；随着信息技术的发展，旅游电子商务在旅游市场营销和旅游目的地管理

中的应用越来越广泛，如在线预订、电子支付、社交媒体营销等。这三门课程都强调理论与实践相结合，注重培养学生的实际操作能力和解决问题的能力。

但在课程内容上各有不同：《旅游市场营销》主要研究旅游产品和服务的推广、销售和品牌建设。课程内容包括市场调研、目标市场定位、营销策略制定、广告宣传等。《旅游目的地管理》关注旅游目的地的整体规划、资源管理、环境维护和可持续发展。课程内容涉及旅游规划、目的地形象塑造、旅游产品开发、旅游设施管理等。《旅游电子商务》侧重于旅游行业的电子商务应用，包括在线旅游服务、电子支付、网络营销、旅游电子商务平台的设计与运营等。

且课程目标也不同：《旅游市场营销》的目标是培养学生的市场营销能力，使其能够制定有效的营销策略，提升旅游产品和服务的市场竞争力；《旅游目的地管理》的目标是培养学生的旅游规划和管理能力，使其能够科学合理地开发和管理旅游目的地资源；《旅游电子商务》的目标是培养学生的电子商务技能，使其能够利用信息技术提升旅游行业的服务水平和运营效率。

四、课程的重点与难点

（一）重点

电子商务基础理论：理解电子商务的基本概念、原理和模式，如 B2B、B2C、C2C、O2O 等。

旅游电子商务模式：掌握旅游电子商务的各种运营模式，包括在线旅行社（OTA）、旅游目的地营销系统（DMOs）、旅游社区和旅游平台等。

网络营销与推广：学习如何利用搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销、内容营销等手段进行旅游产品的在线推广。

旅游电子商务平台的设计与运营：掌握旅游电子商务平台的构建、管理和优化，包括用户体验设计、内容管理、数据分析等。

旅游电子商务的应用案例分析：通过分析成功的旅游电子商务案例，理解理论与实践的结合，提升实际操作能力。

旅游电子商务的创新与发展趋势：掌握旅游电子商务的最新发展趋势，如移动旅游、智能旅游、虚拟现实（VR）旅游等。

（二）难点

技术实现与应用： 将理论知识转化为实际操作，尤其是在旅游电子商务平台的设计与开发过程中，需要了解一定的编程和设计技能。

网络营销策略的制定与实施： 网络营销涉及多种渠道和工具，如何制定有效的营销策略并实施，是一个需要不断学习和实践的过程。

数据的分析与应用： 在旅游电子商务中，数据分析是一个重要的环节。如何从海量数据中提取有价值的信息，并用于优化服务和提升用户体验，是一个挑战。

跨学科知识的整合： 旅游电子商务涉及旅游学、经济学、管理学、计算机科学等多个学科的知识，如何将这些跨学科的知识整合并应用于实际问题，是一个挑战。

创新思维的培养： 在旅游电子商务领域，创新是推动发展的关键。如何培养创新思维，提出新的商业模式和服务模式，是一个需要不断努力的方向。

第二部分 课程内容与考核目标

第一章 旅游电子商务概述

一、学习目的和要求

通过本章学习，掌握旅游电子商务的基本概念；掌握旅游电子商务的主要商务模式；掌握旅游电子商务主要功能及其应用领域；了解我国旅游电子商务总体特征和国际比较；知晓旅游电子商务的价值链。

二、课程内容

第一节 什么是旅游电子商务

第二节 旅游电子商务的功能和应用领域

第三节 国际旅游电子商务

第四节 我国旅游电子商务的发展

第五节 旅游电子商务的价值链

三、考核知识点与考核要求

（一）什么是旅游电子商务

- 1、识记：旅游电子商务的定义、系统组织架构的层次
- 2、领会：旅游电子商务的内容、作用及其包含的信息系统

（二）旅游电子商务的功能和应用领域

- 1、识记：旅游电子商务系统的基本功能、旅游电子商务的主要应用领域
- 2、领会：旅游电子商务系统的扩展功能
- 3、综合应用：电子商务在企业经营中的具体应用

（三）国际旅游电子商务

- 1、识记：国际旅游电子商务的概念、旅游电子商务技术的发展、互联网用户的特点以及在线旅游市场的发展
- 2、领会：美国旅游电子商务的内容、运作机制
- 3、简单应用：推动国际旅游电子商务发展的原因

（四）我国旅游电子商务的发展

- 1、识记：我国旅游电子商务快速发展的原因
- 2、领会：我国旅游电子商务的主体结构、发展的主要特点、未来前景
- 3、综合应用：春秋旅行社的电子商务应用及发展存在的问题

（五）旅游电子商务的价值链

- 1、识记：旅游行业的价值链、旅游行业间的价值链关系
- 2、简单应用：旅游电子商务的价值链分析

四、本章重点、难点

（一）重点

电子商务基础理论：理解旅游电子商务的基本概念、功能、应用领域和发展趋势等。

（二）难点

旅游电子商务价值链的深入理解：深入理解旅游电子商务的复杂性和多样性，以及国际旅游电子商务的比较和分析。

第二章 信息通信技术与电子旅游

一、学习目的和要求

通过本章学习，了解信息通信技术的发展与变化；了解信息通信技术对旅游业的影响；了解旅游电子商务的优势；了解电子旅游的产生与发展；了解电子旅游的业态类型。

二、课程内容

第一节 信息通信技术的发展与变化

第二节 旅游电子商务中的信息通信技术

第三节 电子旅游的产生与发展

第四节 电子旅游的业态类型

三、考核知识点与考核要求

（一）信息通信技术的发展与变化

1、识记：信息通信技术、信息系统、信息管理的概念以及信息通信技术的发展阶段

2、领会：信息通信技术的最新发展、新型的信息技术系统

(二) 旅游电子商务中的信息通信技术

1、识记：信息通信技术的基础技术、扩展技术和新技术

2、领会：信息通信技术对旅游业未来发展的影响

3、简单应用：信息通信技术对旅游电子商务发展的影响

(三) 电子旅游的产生与发展

1、识记：电子旅游的发展

2、领会：基于餐饮服务的电子旅游、基于旅游目的地的电子旅游、基于行业管理的电子旅游、基于旅行服务的电子旅游

3、综合应用：信息通信技术如何支持旅游供给方企业开展电子旅游的

(四) 电子旅游的业态类型

1、识记：需求驱动型电子旅游的在线模式、旅游供应商信息通信技术的应用战略、电子旅游的核心业态

2、领会：需求驱动型电子旅游发展的原因、信息通信技术与旅游供方经营管理

3、简单应用：基于互联网的 iHotel 平台设计与创新

四、本章重点、难点

(一) 重点

旅游电子商务中的信息通信技术：识别旅游电子商务中常用的信息通信技术，如互联网、移动通信、物联网等。理解这些技术在旅游电子商务中的应用场景和作用。

(二) 难点

信息通信技术与旅游业的关系：探究信息通信技术对旅游业的影响，包括推动旅游业转型升级、提升旅游服务质量等方面。理解旅游业对信息通信技术的需求和挑战，以及两者之间的相互促进关系。

第三章 旅游网络营销的策略与创意

一、学习目的和要求

通过本章学习，了解旅游网络营销的基本理论、掌握网络营销工具的使用、学习旅游网络营销的策略、学习成功案例分析、提高创新思维能力以及不断更新知识以适应市场变化。

二、课程内容

第一节 营销学理论概况

第二节 网络营销基础概念

第三节 旅游网络营销的策略

第四节 网络营销创意

三、考核知识点与考核要求

（一）营销学理论概况

1、识记：早期营销学的发展、现代营销学的演变、4P 营销理论、4C 营销理论、4R 营销理论

2、领会：营销 4.0 从传统到数字

（二）网络营销基础概念

1、识记：网络营销的概念、网络品牌、长尾理论

2、领会：产品、流量、转化率、场景

（三）旅游网络营销的策略

1、识记：市场研究策略、市场细分策略、心智定位策略、产品/服务策略、渠道策略、价格策略、促销策略、场景策略、创新策略、社交营销策略、整合营销策略、品牌策略

2、领会：营销策略点关键要素融合

3、简单应用：旅游网络营销的策略发展趋势

4、综合应用：旅游电子商务开展过程中网络营销的重要性

（四）网络营销创意

- 1、识记：生产高质量内容、线上线下渠道无缝对接、提供定制化的产品和服务
- 2、领会：探索新技术提升用户体验、快速测试和调整营销策略、关注用户体验的每个细节、灵活适应市场环境变化
- 3、简单应用：开元酒店的信息化与电子商务发展理念
- 4、综合应用：作为旅游服务企业，在整合营销过程中，如何把服务与营销整合在一起

四、本章重点、难点

（一）重点

网络营销与推广：学习如何利用搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销、内容营销等手段进行旅游产品的在线推广。

旅游电子商务的客户关系管理（CRM）：理解 CRM 在旅游电子商务中的重要性，以及如何通过 CRM 系统来收集、分析和管理客户信息。

（二）难点

营销策略的创新性和针对性：应对消费者行为的复杂性和多样性、制定创新性和针对性的营销策略、实施和维护 CRM 系统以及保障支付安全与合规性。

第四章 饭店电子商务

一、学习目的和要求

通过本章学习，了解饭店业的信息通信技术应用概况；了解饭店信息化管理的主要特征及其主要系统；掌握饭店电子商务应用与架构；了解饭店电子商务战略作用。

二、课程内容

第一节 饭店业的信息通信技术应用

第二节 饭店电子商务的基础——饭店信息化管理

第三节 饭店电子商务的智慧——饭店数字化管理

第四节 饭店电子商务应用与架构

第五节 电子商务的战略作用

三、考核知识点与考核要求

(一) 饭店业的信息通信技术应用

- 1、识记：饭店电子商务的概念、信息通信技术的作用
- 2、领会：饭店业 ICT 应用概况、应用范围、饭店应用的主要 ICT

(二) 饭店电子商务的基础——饭店信息化管理

- 1、识记：饭店信息化管理的交叉功能、前台信息系统、后台信息系统、扩展信息系统、接口系统
- 2、领会：饭店信息化管理战略
- 3、简单应用：饭店的网站怎样体现饭店经营中的信息化服务流程

(三) 饭店电子商务的智慧—饭店数字化管理

- 1、识记：数字化管理的基本内容、移动电子商务、电商游戏化设计的要点
- 2、领会：PMS 的智慧商务、客房的智慧商务、智慧商务的未来

(四) 饭店电子商务应用与架构

- 1、识记：云端化、电子销售、网络营销、客户关系管理
- 2、领会：饭店电子商务系统软硬件架构
- 3、综合应用：锦江国际酒店的电子商务系统

(五) 饭店电子商务的战略作用

- 1、领会：业务规划战略、信息资源战略、信息系统战略、信息技术战略、电子商务对饭店经营的战略作用
- 2、综合应用：饭店企业如何利用电子商务来改善自己的商务模式并提升自己的市场竞争优势

四、本章重点、难点

(一) 重点

饭店电子商务的概念：了解饭店电子商务的概念以及饭店电子商务的基础。

(二) 难点

饭店电子商务的智慧：饭店数字化管理是现代饭店提升竞争力、优化运营效率和提升客户体验的重要手段。包括预订系统、客户管理、库存管理、财务管理等多个方面。

第五章 旅行社电子商务

一、学习目的和要求

通过本章学习，了解旅行社的信息通信技术应用；了解电子商务对旅行社的影响和冲击；了解电子商务时代旅行社的战略调整；了解旅行社电子商务系统架构；了解旅行社的网络营销；了解旅行社网络营销和网上组团。

二、课程内容

第一节 旅行社的信息通信技术应用

第二节 旅行社电子商务概念及发展

第三节 旅行社电子商务系统和模式

第四节 旅行社的网络营销

第五节 在线旅行社的电子商务

第六节 电子商务战略及作用

三、考核知识点与考核要求

（一）旅行社的信息通信技术应用

- 1、识记：信息通信技术的作用、应用范围、主要的通信技术
- 2、简单应用：借助信息通信技术，开展旅行社业务的优势

（二）旅行社电子商务概念及发展

- 1、识记：旅行社电子商务的概念、应用特点、功能特征
- 2、领会：互联网技术应用对旅行社所产生的改变

（三）旅行社电子商务系统和模式

- 1、识记：内部网系统、外部网系统、互联网系统
- 2、领会：旅行社电子商务的模式（B2B、B2C、C2B、C2C）

（四）旅行社的网络营销

- 1、识记：传统旅行社营销策略
- 2、领会：旅行社网络营销优势、策略
- 3、综合应用：国际旅行社开展网络营销应采取的策略

（五）在线旅行社的电子商务

- 1、识记：在线旅行社的电子商务特点、运营模式
- 2、简单应用：传统旅行社和 OTA 如何在电子商务方面实现融合性发展
- 3、综合应用：在线旅行社的应用——携程旅行网

（六）电子商务战略及作用

- 1、识记：旅行社电子商务战略的关系架构、作用
- 2、领会：旅行社电子商务战略的内容
- 3、简单应用：如何利用电子商务机遇，开发特色旅游、旅行社内部的信息化管理

四、本章重点、难点

（一）重点

旅行社电子商务基础理论：旅行社电子商务的概念、特点、作用及其技术基础等方面。

（二）难点

旅行社电子商务战略的关系架构：旅行社电子商务战略的关系架构是一个复杂而系统的结构，涉及多个主体和要素之间的相互作用和关系。

第六章 景区电子商务

一、学习目的和要求

通过本章学习，了解景区电子商务的基础；掌握数字景区与电子商务管理模式；了解景区电子商务的架构与内容；了解电子商务在景区营销管理中的应用；了解景区电子商务的战略作用。

二、课程内容

第一节 景区电子商务的概念及模式

第二节 景区电子商务的基础

第三节 景区电子商务的内容与管理模式

第四节 电子商务在景区营销管理中的应用

第五节 景区电子商务战略的作用

三、考核知识点与考核要求

（一）景区电子商务的概念及模式

- 1、识记：景区电子商务的概念、景区信息通信技术的应用概况
- 2、领会：景区电子商务的生态环境、模式
- 3、简单应用：我国景区电子商务的发展过程

（二）景区电子商务的基础

- 1、识记：电子化景区的定义、景区电子化的作用
- 2、领会：景区内部管理电子化、合作伙伴交易电子化、旅游消费服务电子化、景区电子化工程涉及的主要技术

（三）景区电子商务的内容与管理模式

- 1、领会：景区自身的电子商务、景区与合作伙伴之间的电子商务、景区与旅游者之间的电子商务、景区电子商务的管理模式
- 2、简单应用：在电子商务环境下，景区传统管理模式面临哪些挑战

（四）电子商务在景区营销管理中的应用

- 1、识记：电子商务在景区形象和品牌营销的应用、智慧景区在营销中的应用（三个平台、五大系统、APP 应用）
- 2、领会：节事活动、文化庆典、政党和国家、体育竞赛
- 3、综合应用：景区应怎样设计和策划事件营销

（五）景区电子商务战略的作用

- 1、领会：景区电子商务战略对内部管理的作用、对业务流程的作用、对产品和服务的作用、对市场的作用
- 2、综合应用：黄山风景区的电子商务特色

四、本章重点、难点

（一）重点

景区电子商务的基础理论：深入理解景区电子商务的定义，明确其作为电子商务在旅游景区领域的应用。了解景区电子商务的技术基础，包括信息技术、网络技术等。掌握景区电子商务的运营基础，如电商平台建设、营销策略等。

（二）难点

景区电子商务平台的构建与优化：景区电子商务平台的构建需要考虑技术、运营、营销等多个方面，如何构建一个高效、便捷、安全的电商平台是一个难点。

第七章 旅游目的地电子商务

一、学习目的和要求

通过本章学习，了解旅游目的地的类型；掌握旅游目的地电子商务类型；了解旅游目的地电子商务经营模式；了解旅游目的地营销系统；了解旅游目的地电子商务的生态及应用平台；了解旅游目的地电子商务的战略作用。

二、课程内容

第一节 旅游目的地电子商务概况

第二节 旅游目的地电子商务类型

第三节 旅游目的地电子商务的生态及应用平台

第四节 旅游目的地网络营销策略及互联网营销

第五节 旅游目的地电子商务的战略作用

三、考核知识点与考核要求

（一）旅游目的地电子商务概况

- 1、识记：旅游目的地类型、旅游目的地 ICT 应用的主要作用
- 2、领会：旅游目的地电子商务发展概况、特点
- 3、简单应用：ICT 应用的主要技术系统，以及它们分别处理的业务
- 4、综合应用：旅游者在旅行过程中，ICT 对其有何作用

（二）旅游目的地电子商务类型

1、识记：旅游目的地信息服务

2、领会：旅游地吸引物商务、旅游目的地接待型商务、行程交通型商务、旅游目的地旅游包价商务、旅游目的地运动型商务

(三) 旅游目的地电子商务的生态及应用平台

1、识记：旅游目的地电子商务的参与对象

2、领会：旅游目的地电子商务的应用平台（官网、DMS、微平台）

(四) 旅游目的地网络营销策略及互联网营销

1、领会：网络营销的商务策略、目的地信息系统的功能结构、旅游目的地的互联网营销

2、简单应用：互联网营销的重要性

3、综合应用：旅游目的地营销系统的发展趋势

(五) 旅游目的地电子商务的战略作用

1、领会：网站建设、合作伙伴的协同发展、市场全球化

2、简单应用：面对旅游消费者的电子商务战略

3、综合应用：山东目的地营销系统的创新

四、本章重点、难点

(一) 重点

旅游目的地电子商务的概念：深入理解旅游目的地的定义，明确其作为电子商务在旅游领域的重要应用。

旅游目的地电子商务的类型：掌握不同类型的旅游目的地电子商务，如 B2C、B2B、C2C 等，并理解它们在旅游产业链中的角色。

(二) 难点

旅游目的地电子商务模式的创新：随着旅游市场的不断变化和消费者需求的多样化，旅游目的地电子商务模式需要不断创新。

第八章 旅游交通电子商务

一、学习目的和要求

通过本章学习，掌握旅游交通电子商务的内涵、内容及网络体系；了解航空

交通电子商务；了解铁路、公路等交通电子商务；了解无票旅行与移动支付；了解旅游交通电子商务的战略作用。

二、课程内容

第一节 旅游交通电子商务概述

第二节 航空交通电子商务

第三节 铁路、公路等交通电子商务

第四节 无票旅行与移动支付

第五节 旅游交通电子商务的战略及作用

三、考核知识点与考核要求

（一）旅游交通电子商务概述

- 1、识记：内涵、内容及网络体系
- 2、领会：旅游交通电子商务的发展与动因、旅游交通电子商务的应用趋势

（二）航空交通电子商务

- 1、识记：我国分销系统发展概况、航空公司电子商务的发展
- 2、领会：第三方服务平台的发展概况、经营理念
- 3、简单应用：计算机预订系统到全球分销系统的历程

（三）铁路、公路等交通电子商务

- 1、识记：旅游铁路信息化发展历程、内容以及旅游公路电子商务的内容
- 2、领会：发展铁路电子商务的意义、公路电子商务系统架构
- 3、综合应用：旅游公路和水路等交通如何开展电子商务

（四）无票旅行与移动支付

- 1、识记：电子票务的发展历史、旅游移动支付的定义及特点
- 2、领会：旅游移动支付的作用
- 3、简单应用：电子票务的优劣势

（五）旅游交通电子商务的战略及作用

- 1、领会：对交通服务企业内部管理效能的战略作用、加强产业链上下游之间的联系、拓展合作伙伴之间的关系

2、综合应用：南航联手腾讯打造航空电子商务新模式

四、本章重点、难点

（一）重点

旅游交通电子商务的概念：理解旅游交通电子商务的定义及其在现代旅游业中的作用和地位。

旅游交通电子商务的应用：掌握航空交通电子商务、铁路与公路交通电子商务的运作方式、特点和实际应用案例。

（二）难点

新技术在旅游交通电子商务中的应用：如区块链、大数据、人工智能等在旅游交通电子商务中的应用日益广泛，但这些新技术的概念和应用原理相对抽象。

旅游交通电子商务的市场竞争分析：旅游交通电子商务市场竞争激烈，需要分析不同交通方式之间的竞争态势。

第九章 旅游企业电子商务战略

一、学习目的和要求

通过本章学习，了解旅游企业电子商务战略内容；了解旅游企业电子商务战略框架；了解旅游采购电子商务战略、旅游客户关系的电子商务战略；了解创建电子商务竞争力。

二、课程内容

第一节 旅游企业电子商务战略的内容

第二节 旅游企业电子商务战略的框架

第三节 旅游企业电子商务战略的实施

第四节 旅游客户关系管理的电子商务战略

第五节 旅游企业怎样构建电子商务竞争力

三、考核知识点与考核要求

（一）旅游企业电子商务战略的内容

1、识记：战略的必要性、实施的目的及意义

2、领会：战略实施的内容

(二) 旅游企业电子商务战略的框架

1、识记：战略应遵循阶段、战略规划的总体框架

2、领会：旅游企业电子商务战略总体框架构建的原则

(三) 旅游企业电子商务战略的实施

1、识记：战略实施的原则、过程

2、领会：电子商务战略资源的内容、战略实施的工作重点

3、综合应用：旅游企业电子商务战略实施与资源配置

(四) 旅游客户关系管理的电子商务战略

1、识记：饭店客户关系管理的概念、关键要素

2、领会：饭店客户关系管理变革、旅行社客户关系管理的电子商务战略

3、简单应用：旅行社客户关系管理的电子商务作用

(五) 旅游企业怎样构建电子商务竞争力

1、识记：旅游企业如何构建电子商务竞争力（酒店、旅行社、旅游景区）

2、领会：电子商务对旅游企业竞争的价值

3、简单应用：旅游企业构建电子商务竞争力的基本策略

4、综合应用：旅游 O2O 模式发展的应用

四、本章重点、难点

(一) 重点

旅游企业电子商务战略的实施：掌握旅游企业电子商务战略实施的关键步骤和措施，包括组织调整、资源配置、技术支持等。

(二) 难点

电子商务战略与旅游企业实际情况的结合：将电子商务战略理论应用于具体的旅游企业时，需要考虑企业的实际情况，如企业规模、资源条件、市场环境等。

第三部分 有关说明与实施要求

一、关于考核目标的说明

本大纲是考试大纲，即为命题的依据；同时，本大纲又是教学大纲，即为本教材教学时的指导依据；本大纲还是学生学习、复习的自学大纲，即为学生更集中、更方便地阅读、理解和掌握应用教材。本考试大纲按照识记、领会、简单应用、综合应用四个层次规定了各章考核点的范围和考核要求。

（一）识记：要求考生了解本课程的基础知识，即有关专业的名词、概念、原理、知识的含义，并能正确地认识和表述。

（二）领会：要求在识记的基础上，能全面把握本课程的基本概念、基本原理、基本原则、基本方法的内容，并能加以区别与联系，同时又能正确表述。

（三）简单应用：要求在领会的基础上，能应用本课程基本知识、基本原理、基本原则、基本方法中的少量知识，分析解决简单理论问题和实际应用问题。

（四）综合应用：要求考生在简单应用的基础上，能运用学过的多个知识点，综合分析和解决较为复杂的理论问题和实际应用问题。

二、关于自学教材的说明

指定教材：《旅游电子商务（第三版）》，陆均良、沈华玉、朱照君、张伟著，清华大学出版社，2021.9

三、自学方法指导

本课程具有应用性强的特点，面广量多，考生大多又未曾在理论和实践上接触过，所以学习时应注意如下特点：

（一）在大纲的指导下，认真阅读和理解教材，认真阅读是理解和记忆的基础，正确理解和牢固记忆才可能做简单应用或综合应用。

（二）阅读、理解和记忆，要注意知识和概念或原理、原则、方法的正确性、系统性、灵活性和应用性、操作性。

1、正确性：就是概念、含义的科学性，正确掌握知识，才能正确判断、解释、简述、比较、分析和应用。

2、系统性：就是要注意这门学科整个框架结构体系，每一章的学习注意梳理归纳。综合分析、比较研究游客这个基础，才能正确理解、记忆和分析应用。

3、灵活性：书本上的知识首先要理解记忆，进而融会贯通、触类旁通、举一反三，并能联系实际或实践灵活应用。况且，旅游电子商务不断发展，新知识、新理论不断出现，故学习更具有灵活性。

4、应用性：学习的目的在于应用，要注意运用本课程的知识、原理、原则、方法，联系现代旅游的现状，发展趋势加以分析应用，才能将知识转化为能力，如理解力、记忆力、判断力、选择力、解释力、简答力、论述力、简单应用和综合运用力等。而且在应用中又学到新知识。

5、操作性：旅游电子商务都有很强的操作性。虽然在学习期间，还不可能花很多时间去旅游，但应该在学习过程中，密切注意将相关的理论和旅游电子商务发展的实际结合起来。再有机会的情况下，利用节假日，亲身体会旅游电子商务的方方面面，潜移默化、日积月累地培养自己的操作能力。

（三）在学习过程中注意识记、领会、简单应用、综合能力的训练。

四、对社会助学的要求

（一）社会助学应根据本考试大纲所规定的考试内容和考核要求，全面、系统、认真地钻研教材，保证课程课时，保证主讲教师质量，对自学应考者进行切实有效的辅导，引导他们钻研教材，防止自学中各种不良倾向，体现社会助学的正确导向。

（二）要正确处理基础知识和应用能力的关系，努力引导应考者将基础知识转化为实际能力，在辅导的全过程中，都要重点培养和提高自学应考者运用学过的知识分析和解决旅游实践中的实际问题的能力。

五、关于命题考试的若干规定

（一）覆盖面与重点章节

试卷试题的选定与组配，要覆盖本大纲涉及的考核知识点和考核要求，并适当突出重点章节，体现本大纲的基本内容。

（二）试卷能力层次比例

试卷对能力层次的要求应结构合理。对不同能力层次要求的分数比例一般为：识记占 20%，领会占 30%，简单应用占 30%，综合运用占 20%。

（三）试卷难易比例

试题难度分为易、较易、较难、难四个档次，每份试卷中不同难度试题的分数比一般为：易占 20%，较易占 30%，较难占 30%，难占 20%。

（四）题型

本课程考试题型包括单项选择题、多项选择题、简答题、论述题、综合应用分析题等。

（五）考试形式、考试时间

本课程采用开卷笔试，考试时间为 150 分钟。试卷满分 100 分，60 分及格。

附录：题型举例

题型一：单项选择题

1. 不属于旅游电商网站的是

- A、飞猪
- B、去哪儿
- C、携程
- D、拼多多

2. 旅游电子商务相对应于电子商务，哪个功能发生了变化？

- A、人员流
- B、物流
- C、资金流
- D、信息流

题型二：多项选择题

1. 旅游电子商务在以下哪个行业中应用较广？

- A、旅游饭店
- B、旅行社
- C、旅游交通
- D、旅游景区景点

2. 旅游电子商务的特点有

- A、实惠性
- B、服务性
- C、聚合性
- D、个性化

题型三：简答题

1. 简述旅游电子商务的主要商务模式。
2. 旅游目的地信息有哪些？

题型四：论述题

1. 试论述旅游电子商务的发展现状及趋势。
2. 论述旅游企业电子商务网站建设的规划任务包括哪些？

题型五：综合应用分析题

1. 南航与腾讯合作的航空电子商务新模式在提升旅客体验方面有哪些可借鉴？
2. 旅游酒店 O2O 模式发展的应用案例及趋势。