

项目三：旅游电子商务网站建设（教案）

章（节） /模块		项目三	内容	旅游电子商务网站建设
教学目的 与要求		知识目标：理解旅游电子商务网站的概念；理解旅游电子商务网站的建设目的和功能；理解旅游电子商务网站的设计原则；理解旅游电子商务网站的设计元素；理解旅游电子商务网站的设计布局类型。 技能目标：能够对旅游电子商务网站进行需求分析；能够对旅游电子商务网站进行定位分析；能够对旅游电子商务网站进行可行性分析；能够掌握旅游电子商务网站域名和空间选择的技巧。 素质目标：加强学生对旅游电子商务网站的理解,并激发其学习旅游电子商务网站建设的兴趣;培养学生积极主动的工作态度和抗压能力;提高学生分析问题、解决问题的能力;培养学生的创新意识、创新思维以及团队合作精神。		
教学重点、 难点		重点内容：理解旅游电子商务网站的设计元素；理解旅游电子商务网站的设计布局类型。 难点内容：能够对旅游电子商务网站进行定位分析；能够对旅游电子商务网站进行可行性分析。		
教学方法		投影仪 PPT 讲授+上机		
教学手段		多媒体教学、互动教学、案例教学		
教学 内容 及 其	教学 环节	教 学 程 序		
	导 入 新 课	移动互联网时代,绝大多数的消费者都通过移动终端(手机)进行浏览、社交、购物、完成支付等。2021年“双11”期间,淘宝、天猫5403亿元交易额中90%以上是在手机端完成的。移动互联网时代,也是互联网流量分发时代,风口已经转向。在PC(Personal Computer,个人电脑)互联网时代,流量入口主要是百度搜索引擎,但在移动互联网时代,流量入口不仅有百度,还有各种App、微信公众号、微信小程序、今日头条以及携程旅行网、马蜂窝旅游网等各大在线旅游服务平台。 以四人为一个小组,分组讨论: 1. 你现在主要是通过百度获取旅游网站信息,然后完成旅游产品的预订的吗?还是通过各大旅游App、旅游微信公众号及微信小程序完成旅游产品的购买?		

过程		2. 在移动互联网如此普及的今天，旅游企业有没有必要建设旅游电子商务网站？为什么？
	学习新课	任务一：旅游电子商务网站概述 一、旅游电子商务网站的概念 旅游电子商务网站是旅游电子商务最重要的部分，是旅游企业和用户以及旅游企业间进行沟通的窗口。旅游电子商务网站是一系列网站、数据库、编程技术的融合，它是旅游企业展示企业形象、实施经营战略的平台。 二、旅游电子商务网站的建设目的和功能 1. 树立企业品牌形象 宣传企业的文化理念，产品和服务等，让客户对旅游企业有更全面的了解，从而增强旅游企业的知名度和竞争力，最大程度地展示企业的品牌形象，提升行业的影响力。 2. 开拓网络销售渠道 缩短旅游企业推出新产品和打开新市场的周期，满足客户对旅游产品的需求，减少对 OTA 等旅游产品服务提供商的依赖，削减佣金开支，达到增加企业盈利收入的目的。 3. 提升企业管理效率 综合性的旅游电子商务网站能够实现一整套的集供应链、电商、物流、会员管理、大数据、支付等于一体的信息管理系统，极大地提高了旅游企业的管理和运营效率。 4. 增强客户服务能力 通过旅游电子商务网站建立统一的客户资料管理系统，增强客户资料的安全性、稳定性、及时性等；通过数据挖掘、大数据分析等方法获得用户的消费习惯，不断优化旅游产品和服务，加强用户的消费体验，拉近企业与客户之间的距离，增强与客户之间的关系。 三、旅游电子商务网站建设的一般性问题 1. 旅游网站策划 首先要调查互联网的使用群体和潜在使用者，然后进行人群的细分。细分市场后，综合多方因素选择目标市场，并提供针对性的服务。还要对市场主要竞争者进行分析，结合自身条件、市场优劣势等完成旅游电子商务网站的策划工作，具体包括：目标群体分析、市场分析、可行性分析、

	竞争对手分析、网站主要功能搭建和内容完善等。 2. 网站域名注册 域名是企业重要的网络商标，在网络营销中能够起到企业标识的作用。好的域名首先应具有简洁性，避免过长的字符导致记忆成本的增加。此外，域名还应考虑到互联网的国际化，兼顾国际用户的使用习惯。一个好的域名是关乎企业网络品牌形象能否树立的首要条件。 3. 网站空间选择 旅游电子商务网站建设需要互联网上的存储空间，即选择合适的服务器。网站空间的大小由旅游企业规模、网站功能等决定。一般来说，实力雄厚的大型旅游企业，出于自身庞大的数据库和安全性的考虑，首选独立架构服务器；中型旅游企业可选择服务器托管服务，以节省管理、维护服务器的成本；小型旅游企业可与他人共同分享虚拟主机，也就是网站空间的租赁。 任务二：旅游电子商务网站规划 一、旅游电子商务网站的需求分析 1. 网站系统调查阶段 由专业的网站开发人员完成电子商务网站系统的调查工作，主要调查旅游企业的概况、旅游网站建设目标、旅游网站风格定位、企业人员的素质技能、现有旅游管理信息系统的软硬件使用情况、旅游网站开发具备的条件和存在的问题等。 2. 网站功能分析阶段 结合旅游企业的特点和系统调查的结果，确定旅游电子商务网站的功能。首先确定旅游电子商务网站的类型；再分析网站应具备的功能。以基本型旅游电子商务网站为例，它需要具备旅游企业宣传、旅游产品介绍、在线旅游产品预定预订、网络客户服务、用户注册登录、合作伙伴之间链接等功能。 3. 网站建设商讨阶段 需求分析是旅游电子商务网站规划的第一步，也是最重要的一步。在做需求分析时，一定要深入、细致，反复商讨以明确旅游电子商务建设的真实需求，以免后期建设完成后与需求不符，导致重新返工。在需求分析完成后，整理形成最终的需求分析报告，指导旅游电子商务网站的设计和开发工作。
--	--

	二、旅游电子商务网站的定位分析 1. 确定目标受众群体 旅游电子商务网站不可能满足所有在线旅游者的需求，需要结合旅游企业自身的特点和产品业务，精准锁定目标客源群体，深入了解目标受众群体的需求，规划并设计符合目标群体的旅游电子商务网站，为其提供所需的旅游产品或服务。 2. 调查分析竞争对手 在进行企业定位时还需掌握竞争对手的相关情况，这是进行旅游电子商务规划不可或缺的部分。包括：找到网上的直接及潜在的竞争对手、了解竞争对手旅游电商网站的战略、了解竞争对手网站设计的整体架构。 3. 网站的可行性分析 在实现网站的设计之前，还需要对规划的网站进行可行性分析。可行性分析是指在当前组织的内外部条件下，信息系统的开发工作是否已经具备必备的资源 and 条件。网站实施的可行性分析包括技术可行性分析、经济可行性分析和管理可行性分析三大部分。 任务三：旅游电子商务网站设计 一、旅游电商网站设计的基本内容 （一）旅游网站设计原则 1. 网站内容动静结合原则 建设详细的旅游产品信息数据库是旅游网站的必要任务，应涵盖旅游业食、住、行、游、购、娱六大要素。依据旅游目的地一年四季旅游产品的季节性变化及淡旺季的交替，有针对性地对网站发布的旅游产品信息进行调整，以保证提供最新、最实用的产品。 2. 旅游服务信息综合原则 既要有旅游景点、交通、食宿、娱乐等信息，还应包括旅游常识、旅游安全、天气、民俗民风等信息服务。同时，还应当与其他旅游目的地、当地文旅局、旅游服务提供商的网站搭建友情链接，方便游客查阅到更多、更全面的旅游信息。 3. 网站的互动性设计原则 以旅游者为中心设计旅游网站，例如：当旅游者遇到问题时，可以通过搜索的方式查询是否有想要的答案；或者通过微信、QQ、微博等在线咨询的方式与旅游网站的管理者取得联系。通过这种交互式的沟通方式可
--	---

	以加强网站同旅游者之间的互动。 （二）旅游网站设计元素 网站的第一个页面称为主页（Home page），它是所有页面的索引页，通过单击主页上的链接可以打开其他页面。网站主页的基本元素包括站标（logo）、导航栏、文字、图片、动画、音视频、音频、超链接、表格、表单等。 1. 站标（logo）：站标（logo）是企业网站的标志，作用是增强企业网站的辨识度，网站的 logo 一般都是采用企业的 logo。logo 通常是带有企业特色的图案或相关字符改变而来，也有是采用图文结合方式。 2. 导航栏：导航栏是在规划网站结构、开始设计网站主页时必须考虑的一项内容。一般情况下，导航栏放置在网页中较为醒目的位置，通常在网页的顶部或一侧。导航栏既可以是文本链接，也可以是图片链接。 3. 文字：文字是网页中最重要的信息载体和交流工具。通过设置文字的字体、字号、颜色、底纹和边框等，可以将重要的内容凸显出来。此外，还可以通过在网页中设计各种各样的文字列表，来清晰表达一系列项目。 4. 图片：图片在网页中具有提供信息、展示作品、装饰页面、呈现网站风格和调性的作用。目前，在网页设计中使用较为广泛的图片格式有 GIF、JPEG 和 PNG 等。 5. 动画：在网页中使用动画可以有效地吸引用户注意力，许多网站的广告都做成动画的形式。常用的动画格式有动态 GIF 图片和 Flash 动画，前者是用数张 GIF 图片合成的简单动画效果，而后者采用矢量绘图技术，生成可带有声音效果及交互功能的复杂动画。 6. 音视频：网页中插入音视频能使网页更精彩生动。如宋城网站的大型歌舞《宋城千古情》，除文字和图片描述之外，还有实景演出的宣传片，以增强对游客的吸引力。 7. 超链接：超链接是一种同其他页面或站点进行链接的元素。“超”是指这个目标可以是另一个页面，也可以是相同页面中不同位置，链接的形式可以是文字或图片等。 8. 表格：使用表格可以控制网页中信息的结构布局，精确定位网页元素，使网页元素更整齐美观。控制网页中信息布局的方式有：第一，使用行和列的形式来布局文本、图片及其他列表化的数据；第二，使用表格来精确控制各种网页元素在网页中的位置。
--	--

	9. 表单：表单是提供交互功能的基本元素，例如用户注册、网上预订、问卷调查、信息搜索查询等。网站网页中的表单通常用来接收用户输入的信息，然后将这些信息发送到目标端进行处理。 二、旅游网站页面布局与功能设计 （一）旅游网站设计布局类型 1.“同”字型网页设计布局：从整体布局上看，该网页的样式像一个大的“同”字，如图所示。“同”字型网页设计布局的特点是：页面的顶部为主导航栏，页面的左右两侧分别列出促销酒店信息和酒店广告推广图片等链接。 2.“匡”字型网页设计布局：“匡”字型网页设计布局与“同”字型网页设计布局有些类似，其实就是将“同”字型网页设计布局逆时针旋转90度，或者将“同”字型网页设计布局中右侧的内容删除后得到的一种页面布局形式。 3.“回”字型网页设计布局：“回”字型网页设计布局就是以“同”或“匡”字型网页设计布局为基础，在其页面的底部或右侧添加一个内容版块，使之形成封闭的区域，这样设计的目的是为了充分利用有限的空间、，最大限度地增加页面中的信息量。 4.“川”字型网页设计布局：“川”字型网页设计布局将整个页面分成三列，主页的内容分布在这三列中，如图3所示。它的特点是整个页面显得比较简洁、清新、有条理。 5. 左右对称型网页设计布局：左右对称型网页设计布局采用等分屏幕的办法，是一种较为简单的网页结构布局。这种结构布局较灵活、简洁，多用于动态链接，一般用框架来构建。其不足之处是网页中可展示的信息量不多，不适合于大型旅游网站。 6. 自由格式型网页设计布局：自由格式型网页设计布局风格较为随意，完成后网页如同一张精美的图片或极具创意的广告，多用于时尚类的旅游网站。它的特点是风格鲜明、独具特色，但存在信息量不多、图片加载速度慢的缺点。 （二）旅游网站首页界面设计 1. 首页的功能设计 网站首页的功能设计是指规划在首页上要体现的内容和功能，如网站logo、主导航栏、二级菜单栏、搜索栏、广告条、新闻、友情链接等。究
--	---

		竟选择哪些功能模块，提供哪些信息内容，需要根据旅游企业具体的业务来综合考虑。 2. 首页的版面设计 在首页功能模块确定后，开始设计首页的版面内容。版面设计的主要方法是：先将网站首页的构思图通过纸质草图的样式画出来，再绘制效果图；然后选择 Frontpage、Weebly 或 Dreamweaver 等网页制作工具，按照草图和效果图来逐步完成网站首页的设计。 3. 技术细节的处理 在技术细节的处理上，需要注意以下几方面的内容。第一，绘制草案新建的页面就像一张白纸，没有任何表格、框架及约定俗成的规范；第二，粗略布局。在草案形成的基础上，开始斟酌各项功能及内容的呈现位置，使其在页面上布局更合理；第三，最终定案。将粗略布局精细化、具体化，并经美工绘制成效果图。	
	反 馈 练 习	见教材各任务的任务拓展练习及综合实训任务。	
	归 纳 总 结		
课外作业 与参考资 料	作业（包 含书面和 口头作 业）	1. 旅游电子商务网站的概念是什么？ 2. 旅游电子商务网站具有哪些功能？ 3. 选择网站域名和空间时应注意什么问题？ 4. 旅游电子商务网站建设时的可行性分析包括哪几个部分？ 5. 旅游电子商务网站的设计原则是什么？ 6. 旅游电子商务网站包括哪些设计元素？并举例说明不同设计元素的作用。 7. 旅游电子商务网站的设计布局类型有哪些？	

	参考书目 与资料	[1] 周春林,王新宇,周其楼,等.旅游电子商务教程[M].北京:旅游教育出版社,2013. [2] 汪美.“互联网+”背景下旅游规划网站的设计与开发[J].电脑知识与技术:学术版,2019(4). [3] 黄远水,吴佩谕.基于用户体验的四大典型旅游网站营销模式比较研究[J].黄冈师范学院学报,2019(4). [4] 王永芳,张秀英.旅游电商网站评价体系构建及实例分析[J].商业经济,2019(6). [5] 王静,谢朝武.宣传型旅游网站的信息功能对游客满意度的影响——以接受度为中介、界面风格为调节[J].河南科技大学学报(社会科学版),2019(4). [6] 王芝银,王红刚.精准扶贫背景下陕北红色旅游宣传网站建设[J].电脑知识与技术,2021,17(24). [7] 王小娟,魏雅芬,张靖琳,江海燕.粤港澳大湾区旅游网站现状与问题研究[J].湖北开放职业学院学报,2021,34(13). [8] 黄丽满.旅游网站服务质量对目的地形象建构影响机制——以长隆度假区官网为例[J].中国集体经济,2021(14). [9] 邹建玲.旅游网站中英双语建设中的三维转换——以上海佘山国家旅游度假区官网为例[J].江苏外语教学研究,2021(02). [10] 吴凡.在线旅游网站互动体验对消费者价值共创意愿的影响研究[D].南京财经大学,2020.
--	-------------	--