第一图书网, tushu007.com

<<旅游景区管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游景区管理>>

13位ISBN编号：9787307074385

10位ISBN编号：7307074389

出版时间：2009-12

出版时间：武汉大学出版社

作者：钟永德,陈晓磬 主编

页数：264

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

<<旅游景区管理>>

前言

旅游景区已成为一个地区旅游业发展的标志；在旅游饭店、旅行社、旅游交通等逐步得到改变和完善之后，人们对旅游景区的开发和利用给予丁关拄，新景区的开发层出不穷。
我国旅游景区开发与管理的水平经过20余年的广泛实践与探索得到了较大的提高，但是在开发实施、管理体制、专业人才培养等方面还存在一定的问题。
从全国范围来看，随着旅游业的发展，地方旅游规划与开发的力度不断加强，景区对就业人才的需求量也不断增大。
不少院校已逐渐意识到旅游景区开发与管理对人才的巨大市场需求，在旅游管理专业下设置了旅游景区开发与管理教学方向，并设置了相应的课程。
（旅游景区管理}已成为高等院校旅游管理专业的主干课程之一，为培养旅游景区开发与管理的人才发挥着重要的作用。
本书探讨了景区管理中涉及的一些主要问题.全书共分十一章。
作者在编写过程中没有按照传统的功能管理部门进行景区管理范畴的划分，而是围绕旅游景区产品是一种体验这一核心为出发点。
在阐述景区的历史、内涵、分类、功能等知识的基础上，构建景区管理的核心范畴（第一章）。
主要涉及旅游景区项目管理（第二章）、旅游景区质量管理（第三章）、旅游景区人力资源管理（第四章）、旅游景区战略营销管理（第五章）、旅游景区财务管理（第六章）、旅游景区运营管理（第七章）、旅游景区可持续管理（第八章）以及旅游景区创新管理（第九章）。
教材运用了许多现代管理学的基本观点。
强调对于景区相关的人群的管理是景区管理工作的最主要的部分。
作者希望本书能够获得学生和业内人士的认可.旅游专业的学生可以通过本书了解到景区在旅游业中的作用；接待专业的学生可以通过本书学习到对特定类型旅游产品的管理技能；商学院的学生则可以从中获得将管理理论具体运用于某一服务领域的乐趣。
本书也会令其他专业（如旅游规划、休闲与娱乐、博物馆管理、环境管理和财务管理）的学生感兴趣。

第一图书网, tushu007.com

<<旅游景区管理>>

内容概要

随着视觉消费和体验消费的不断发展，中国的旅游景区呈现出飞速发展的态势，在旅游教育中也越来越显示出其重要性。
本教材共九章，基本涵盖了旅游景区的各个方面：其一，以旅游景区产品是一种体验这一核心出发点为主线之一，在阐述景区的历史、内涵、分类、功能等知识的基础上，构建景区管理的核心范畴。
其二，以旅游景区管理中的几个主要方面为第二条主线，主要论述旅游景区的项目管理、质量管理、人力资源管理、战略营销管理、财务管理和运营管理；最后两章则是对从未来发展的长远角度阐述旅游景区的可持续管理以及创新管理，从而使读者能够有一个总体轮廓。
本书理论联系实际，吸收了国内外许多成果的最新内容，不仅适合作为高校旅游管理专业核心教材，而且适合作为景区经营管理者的参考书。

第一图书网, tushu007.com

<<旅游景区管理>>

书籍目录

第一章 概述 第一节 旅游景区的概念 一、旅游地 二、风景名胜区 三、旅游区 四、旅游景区 第二节 旅游景区的构成要素与特征 一、旅游景区的构成要素 二、旅游景区的特征 第三节 旅游景区的发展历程 一、国外旅游景区的发展历程 二、我国景区的发展历程 三、我国景区管理的发展回顾 第四节 旅游景区的类型与分类 一、旅游景区的类型 二、旅游景区的分类 第五节 影响旅游景区成功的因素 一、组织与资源 二、产品 三、市场 四、景区的管理第二章 旅游景区项目管理 第一节 旅游景区项目概述 一、项目及项目管理 二、旅游景区项目 三、旅游景区项目管理 第二节 旅游景区项目策划管理 一、旅游景区项目策划定义及类型 二、旅游景区项目策划的内擎 三、旅游景区项目策划的程序 第三节 旅游景区项目建设管理 一、旅游景区项目建设管理的内容 二、旅游景区建设项目管理的方法 三、施工管理 四、项目经理的技能 第四节 旅游景区项目评价 一、旅游景区项目可行性分析 二、旅游景区项目开发的环境审计 三、旅游景区项目的评估 四、旅游景区项目的SWOT分析第三章 旅游景区的质量管理 第一节 旅游景区产品 一、旅游景区产品的概念 二、旅游景区产品组成要素 三、旅游景区产品的三个层面 四、旅游景区产品的特性 五、旅游景区产品的生命周期 六、旅游景区产品的发展 第二节 旅游景区产品质量管理 一、质量管理 二、旅游景区全面质量管理 三、旅游景区PDCA循环管理方法 四、旅游景区标准化管理方法 第三节 旅游景区质量管理测评 一、影响景区产品质量的因素 二、旅游景区质量管理系统 三、测量质量与满意度 四、我国旅游景区国际质量体系认证概况第四章 旅游景区人力资源管理 第一节 旅游景区人力资源管理存在的问题 一、私有旅游景区人力资源管理问题 二、国有旅游景区人力资源管理问题 第二节 旅游景区战略资源层面的人力资源管理 一、管理风格 二、管理结构与层级 三、人力资源规划 第三节 旅游景区人力资源管理流程 一、招聘流程 二、留住优秀员工 三、监控和提高工作绩效 四、处理人力资源问题 五、终止雇用 六、培养团队和小组 七、质量研究小组 第四节 旅游景区人力资源管理的限制 一、机会均等 二、其他借鉴经验 第五节 旅游景区人力资源管理的未来 一、国际角度 二、人力资源管理的未来第五章 旅游景区的战略营销管理 第一节 旅游景区战略性营销思想 一、旅游景区战略性营销的概念 二、旅游景区战略营销的特殊性 三、旅游景区战略营销的关键问题 四、中国旅游景区战略营销的现状 第二节 旅游景区战略性营销层次 一、旅游景区市场机会分析 二、市场细分与定位 三、关系战略 第三节 旅游景区战略性营销的理论 一、波士顿咨询集团法 二、SWOT分析法 三、产品定位 第四节 旅游景区营销战略的制订 一、营销调研与管理信息系统的重要性 二、旅游景区营销战略的制订 第五节 旅游景区营销战略的实施， 一、旅游景区营销战略实施的障碍 二、旅游景区战略营销计划 三、旅游景区战略营销实施过程的改进 第六节 旅游景区营销战略的控制与评估 一、旅游景区营销战略的控制一 二、旅游景区营销战略控制的内容 三、旅游景区营销战略控制的过程 四、旅游景区营销战略的评估第六章 景区管理中的财务管理 第一节 旅游景区财务管理目标 一、旅游景区财务管理的内涵 二、景区财务管理的目标 第二节 旅游景区财务管理的内容 一、景区财务活动 二、景区财务关系“ 三、景区财务管理的方法 第三节 旅游景区的成本控制与削减 一、旅游景区的成本构成 二、旅游景区成本费用控制的原则 三、旅游景区成本费用控制的方法 四、旅游景区成本费用控制的意义 第四节 旅游景区的财务创收 一、旅游景区收入的构成 二、旅游景区财务创收的策略第七章 旅游景区中的运营管理 第一节 旅游景区运营管理的目标和功能 一、旅游景区运营管理的含义 二、旅游景区运营管理的任务和目标 第二节 旅游景区运营管理的范围与方法 一、运营管理的范围 二、运营管理的方法 第三节 旅游景区运营管理系统 一、旅游景区运营管理战略决策 二、旅游景区服务管理 三、旅游景区设施管理 四、旅游景区信息化管理第八章 旅游景区的可持续管理 第一节 景区的效应 一、经济效应 二、环境效应 三、社会文化效应 第二节 更具可持续性的景区 一、限制景区可持续管理发展的因素 二、景区的开发 三、景区的管理 四、景区的游客管理第九章 变革管理与未来规划创新 第一节 旅游景区的内外部变化 一、旅游景区的外部强制性变化 二、旅游景区的内部自主性变化 第二节 旅游景区管理制度变革 一、旅游景区管理制度的概念 二、旅游景区管理变革涉及的范围 三、旅游景区管理制度变革的障碍 四、旅游景区管理制度变革 第三节 旅游景区管理与未来规划创新 一、旅游景区的未来规划 二、旅游景区的创新管理参考文献

第一图书网, tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

旅游景区的非资源构成要素主要是指那些存在于旅游景区当中，却不一定是旅游景区存在所必需的客体要素，但这些要素却对旅游景区的旅游活动起着重要的作用，或产生积极影响，或产生消极影响。

这些要素包括：“ 旅游者、当地居民、当地政府。

（1）旅游者　　旅游者是旅游活动的主体，也是旅游景区的消费者。

旅游景区经营效益能否实现，特别是其经济效益能否实现，根本上取决于旅游消费者的满意度和消费规模结构与水平。

因此，向旅游消费者提供满意的旅游景区产品和服务，是景区经营的主要目标。

可以说对于旅游景区而言，旅游者的满意意味着旅游景区经营的成功。

（2）当地居民　　当地居民包括生活在旅游景区内和附近的一些居民。

在旅游景区中，他们起到了三个作用：一是这些当地居民所负载的传统文化、民俗、民风本身就可能是景区旅游资源的一部分，吸引着游客。

二是他们又是旅游景区的依附者，他们生活水平的提高，常常依附于旅游景区的经营和发展，希望通过旅游景区的发展带动当地居民致富。

三是当地居民对旅游的认识和对游客的态度直接影响着旅游景区的经营，同时，他们有时也是旅游经营者，为旅游者提供服务。

（3）主管部门与当地政府　　旅游景区所在地政府通常被视为旅游景区所有者的实质性代表，在国家政策框架内，行使对公共资源的管辖权与处置权，依法享有景区的利益要求，必须与国家和社会公众对旅游景区经营具有收益权。

地方政府对旅游景区的利益要求，必须与国家和社会公众对旅游景区的总体利益目标相一致，希望通过旅游景区的开发和利用，带动当地国民经济与社会发展，实现当地经济、社会、环境的协调发展。为此。

当地政府要制定旅游景区开发经营的各项政策，及时有效地协调各方面的利益关系，并且采取一系列的措施推动和促进旅游景区的经营发展。

第一图书网, tushu007.com

<<旅游景区管理>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com