

<<景区开发与管理>>

图书基本信息

书名：<<景区开发与管理>>

13位ISBN编号：9787504725899

10位ISBN编号：7504725897

出版时间：2007-3

出版时间：中国物资

作者：牟红

页数：404

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>

<<景区开发与管理>>

内容概要

《景区开发与管理》是高职高专旅游管理专业的一门基础应用课。

本书是《景区开发与管理》课程的教材，本书主要包括开发篇和管理篇。

对旅游景区在开发和管理问题作了全面论述，系统地阐述了旅游景区在开发和管理过程中所涉及到的每一个重要方面。

从景区开发的角度，论述了景区的形象设计、产品创新与市场营销；从景区管理的角戲对景区基础管理制度和具体管理模式、方法进行了论述。

本书内容丰富，取材广泛，论述有力，分析透彻。

本书主要面向高职高专旅游管理专业学生，同时也可作为旅游管理专业本科教材和旅游从业人员、研究人员了解及研究景区开发管理的参考用书。

<<景区开发与管理>>

书籍目录

第一章 景区开发：高扬体验和可持续发展大旗 第一节 景区概述 第二节 景区开发概述 第三节 景区开发理念——回归旅游的本质 第二章 景区资源：资源与市场一个都不能少 第一节 景区资源概述 第二节 景区资源系统分析 第三节 景区资源的评价 案例 重庆云阳龙缸景区旅游资源研究 第三章 景区形象：景区原生吸引力的改变 第一节 景区形象系统构筑 第二节 景区形象定位与形象设计 第三节 景区的形象链设计 第四节 景区形象传播策略 第四章 景区布局：景区的功能单元和主题延伸 第一节 景区空间布局原则及影响因素 第二节 景区微观层次空间布局模式 第三节 景区功能分区创新与实例 案例 景区布局模式的选择 第五章 景区产品：开发项目的创意设计 第一节 景区产品设计与程序 第二节 景区产品项目的创意设计 第三节 景区生命周期的产品再生力创造 第六章 景区营销：狙击最佳目标市场 第一节 景区营销基本理论 第二节 景区市场调查与预测 第三节 景区市场细分和目标市场选择 第四节 景区的市场定位 第五节 景区的品牌经营 第六节 景区的整合营销 实例研究 我国主题公园发展的营销策略 第七章 景区组织：管理系统的基础 第一节 景区管理制度及创新 第二节 旅游景区组织结构 第三节 景区主要部门的管理 第四节 景区人力资源管理 第八章 景区运营：景区运作体系的优质、低耗 第一节 景区导读系统设计 第二节 景区质量管理 第三节 景区项目经营管理 第九章 景区财务：景区资金筹集、使用、回收和分配 第一节 旅游景区资金管理 第二节 景区资产管理 第三节 景区收入、成本、利润管理 第四节 旅游景区财务分析 第十章 景区设施：全生命周期管理 第一节 景区设施管理概述 第二节 景区设施选择的管理 第三节 景区设施的基础管理 第四节 景区设施的维护保养 第五节 景区设施的使用管理 第六节 景区设施更新和改造 第十一章 景区环境：游客从生理到心理的选择 第一节 景区环境概述 第二节 景区旅游环境容量 第三节 景区环境的保护与管理 第四节 景区环境卫生管理 案例一 泸州桂圆林旅游环境容量与旅游规模研究 案例二 泸州桂圆林风景区生态环境保护规划 第十二章 景区法规：景区发展的保障 第一节 景区管理法规概述 第二节 自然保护区的法律保护制度 第三节 文物管理法律制度及对世界遗产的保护 第四节 风景名胜区管理法规参考文献

<<景区开发与管埋>>

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>