第一图书网, tushu007.com

<<旅游景区经营与管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游景区经营与管理>>

13位ISBN编号：9787811062847

10位ISBN编号：7811062844

出版时间：2008-9

出版时间：郑州大学出版社

作者：王淑华　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

内容概要

“ 高等教育旅游管理专业统编教材 ”自2002年出版以来，得到了旅游管理专业广大师生的热情支持，使用该系列教材的高校旅游专业院系已遍布全国各地。
这一方面说明了全国高校旅游管理专业的广大师生对编者工作的一种认可，同时，也反映了各地高校旅游管理专业的广大师生对高质量教材的一种期盼。
我们在心存感激的同时，也深深地感到了自己的责任。
　随着我国旅游业的迅速发展，旅游高等教育又面临着一些新的情况和变化，为了满足旅游教育事业的发展需要，在郑州大学出版社的大力支持下，“ 高等教育旅游管理专业‘ 十一五 ’规划教材 ”编写委员会组织全国近30所高校的旅游院系及部分实业界人士，对原出版教材进行了审订和重新编写。

<<旅游景区经营与管理>>

书籍目录

1　绪论　1.1　旅游景区概念阐释　1.1.1 旅游景区的基本概念　1.1.2 旅游景区的类型　1.1.3　旅游景区的构成要素　1.1.4　旅游景区系统　1.2　旅游景区经营管理概述　1.2.1 旅游景区经营管理的概念和内容　1.2.2 旅游景区管理问题与目标模式2　旅游景区组织管理　2.1　旅游景区组织管理原理　2.1.1 旅游景区组织的概念　2.1.2　旅游景区组织管理的基本涵义　2.1.3 旅游景区的组织要素　2.1.4　旅游景区组织管理职能　2.2　旅游景区组织结构　2.2.1 旅游景，区组织结构的概念　2.2.2 旅游景区组织机构设置原则　2.2.3 旅游景区组织结构设计　2.2.4　旅游景区组织结构设置模式　2.3　旅游景区组织管理　2.3.1 旅游景区员工手册的制定　2.3.2　景区岗位职责的制定　2.3.3　景区岗位作业程序的制定3　景区旅游产品设计与管理　3.1　景区产品的概念体系　3.1.1 景区产品的概念　3.1.2　旅游产品的类型　3.1.3 景区产品的结构　3.1.4 景区产品的组合　3.1.5 景区产品的生命周期　3.2　景区产品开发的可行性研究　3.2.1 可行性研究的意义　3.2.2　可行性研究的目标　3.2.3　可行性分析的内容　3.3　景区产品创新设计　3.3.1 景区产品创新设计的方向　3.3.2　景区产品创新设计的原则　3.3.3 景区产品创新设计的方法　3.3.4 景区产品开发的途径4　旅游景区的环境解说系统　4.1　环境解说体系的含义　4.1.1 环境解说的概念　4.1.2 旅游景区环境解说的目的　4.1.3　环境解说体系的类型　4.2　旅游景区环境解说系统策划　4.2.1　环境解说系统策划的程序　4.2.2　环境解说系统服务的方法和技巧5　旅游景区营销管理　5.1 旅游景区市场营销管理概述　5.1.1 旅游景区市场营销概念　5.1.2　旅游市场营销观念的发展　5.1.3 旅游景区市场营销的内容　5.2　旅游景区市场营销开发……6　旅游景区游客管理7　旅游景区环境管理8　旅游景区质量管理9　旅游景区人力资源管理10　旅游景区安全管理11　旅游景区管理信息系统12　旅游景区法制管理主要参考文献

章节摘录

1　绪论　　旅游景区是旅游活动的核心和空间载体，是旅游系统中最重要的部分。
旅游服务和旅游业发展都是依附于旅游景区而存在的。
因此，旅游景区管理的科学性、系统性、规范性都源于对旅游景区概念内涵、类型体系、构成要素、景区系统等的全方位、深层次的理性认识。
1.1　旅游景区概念阐释　　1.1.1　旅游景区的基本概念　　旅游景区有时也称旅游景点，两者的差异习惯上理解为空间区域尺度的不同，但在很多场合下，经常被互相混用不作区别。
因此，本书一般采用旅游景区这一概念，而在有些地方则较为笼统地使用旅游景区（点）一词。
在英语中，旅游景区通常是用visitor at.tractions、tourist attractions或attractions等词，有时也有用places ofinterests、site等词。
而度假胜地则通常用resort。
一般国内学者大多将tourist attractions译为旅游吸引物。

第一图书网, tushu007.com

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