

<<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：9787211053353

10位ISBN编号：7211053356

出版时间：2006-9

出版时间：福建人民出版社

作者：张帆

页数：419

字数：477000

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>

<<旅游景区管理>>

内容概要

本教材共分四个部分，重点是第三部分。

第一部分是指教材的第一章，对旅游景区管理的基本概念、理论和方法进行界定，明确旅游景区管理的任务和特点，规定旅游景区管理的对象和范围。

第二部分包括教材的第二章和第三章，主要讲述旅游景区的形成和进一步开拓，包括旅游景区本身以及景区新项目开发建设潜力评价，景区规划和投资建设等方面的基本理论和方法，使景区管理人员了解旅游景区产生与成长的全过程。

第三部分是本教材的重点，包括第四章至第十五章，主要从管理角度讨论旅游景区进入运行状态后的基本管理职能和流程，探索景区管理与一般企业管理的共性与特性。

这部分内容主要包括景区的组织、制度、使命和景区持续发展的战略等，这是任何组织的管理都要涉及的问题。

景区的经营，包括营销策划、价格制定和品牌管理，它是景区市场竞争能力及生存发展持续力的体现。

游客管理，包括游客接待质量、游客行为管理等。

游客是景区的生命线，没有游客，景区就是一般的地域或组织，而不能称为旅游景区。

成功的景区管理必须针对游客的心理需求，从景区的总体布局，到每一座建筑、雕塑、小径，以至路牌、休息椅、垃圾箱等，无不精心设计、精雕细琢，以体现以人为本的理念，潜心营造一种愉悦游客身心的氛围，这种氛围正是高品位的旅游景区所不可或缺的。

在合理疏导游客并为其提供高质量服务和环境氛围的同时，还要对可能对游客产生负面影响的因素进行控制。

人员与社会关系管理主要是对景区在运行过程中发生的人际矛盾进行控制，包括景区内部人际关系、员工与游客之间的关系以及景区内部居民和周边地区居民的关系等，正确处理这些关系对于景区取得良好的社会效益极为重要。

此外，由于旅游景区的开发采取国家、集体和个人等各种开发模式，导致旅游景区发展的价值取向方面的冲突。

要解决好旅游景区发展中的各种矛盾和问题，必须建立良好的景区治理模式。

第十五章对不同类型的景区治理模式进行了概括性分析和总结。

第四部分为附录。

选择若干具有典型意义的景区管理案例进行分析和点评，供学员学习、研讨，旨在架起理论与实践之间的桥梁。

作者简介

张帆，1964年出生。

1986年毕业于西北大学经济系旅游经济专业，获经济学学士学位；1998年毕业于华东师范大学国际商学院旅游系，获经济学硕士学位。

1986年至今在上海师范大学旅游学院（上海旅游高等专科学校）饭店管理系执教，承担旅游经济学、旅游学原理和旅游开发与规划等方面的教学任务，近年来参与上海和江苏的十余项旅游开发规划课题。

<<旅游景区管理>>

书籍目录

前言第一章 旅游景区管理概述 第一节 旅游景区的概念、特征和性质 一、旅游景区的概念
 二、旅游景区的特征 三、旅游景区的性质 第二节 旅游景区发展简史 一、国外旅游景区
 的发展 二、中国旅游景区的发展 第三节 旅游景区的类型 一、旅游景区类型的划分标准
 二、旅游景区的等级划分及管理 三、旅游景区的主要类型及其特征 第四节 旅游景区管理
 一、旅游景区管理的概念和内容 二、旅游景区管理的特点 三、旅游景区管理的方法第二章
 旅游景区开发与规划管理 第一节 旅游景区开发的可行性研究 一、旅游景区开发的含义和类
 别 二、旅游景区开发的可行性研究 三、旅游景区开发可行性分析的内容和步骤 第二节 旅
 游景区开发潜力分析 一、旅游资源开发潜力分析 二、旅游景区开发的市场可行性分析 三
 、旅游景区开发的经济可行性分析 第三节 旅游景区规划的编制 一、旅游景区规划的类型及特
 点 二、旅游景区规划与可持续旅游发展 三、旅游景区规划的编制程序与组织工作 四、旅
 游景区规划单位的选择与委托第三章 旅游景区投资融资管理 第一节 旅游景区投资决策与评估
 一、旅游景区投资决策的影响因素 二、旅游景区投资机会的选择 三、旅游景区投资风险和
 风险管理 四、旅游景区投资项目的经济评价 第二节 旅游景区投资估算 一、旅游景区投资
 估算的概念和内容 二、旅游景区投资估算的特点和应注意的问题 第三节 融资方案与资金使用
 计划 一、旅游景区投资项目融资方案 二、融资方案的分析和评估 三、资金使用计划的编
 制第四章 旅游景区战略管理 第一节 旅游景区战略管理的含义、内容、程序 一、旅游景区战
 略管理的含义 二、旅游景区战略管理的特点 三、战略管理在旅游景区管理中的作用 第二
 节 旅游景区战略分析 一、旅游景区外部战略要素分析 二、旅游景区内部战略要素分析
 三、旅游景区内外部因素综合分析 第三节 旅游景区组织结构.....第五章 旅游景区营销管理
 第六章 旅游景区价格管理第七章 旅游景区品牌管理第八章 旅游景区活动策划第九章 旅游景区服
 务质量管理第十章 旅游景区游客管理第十一章 旅游景区的环境解说体系第十二章 旅游景区人力资源管
 理第十三章 旅游景区社区关系管理第十四章 旅游景区的管理法规第十五章 旅游景区治理模式附录
 案例评析参考书目后记

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>