

<<旅游策划论>>

图书基本信息

书名：<<旅游策划论>>

13位ISBN编号：9787310031795

10位ISBN编号：7310031792

出版时间：2009-6

出版时间：南开大学出版社

作者：李庆雷

页数：360

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>

<<旅游策划论>>

内容概要

旅游策划是一门正在迅速发展新兴交叉学科，其理论与方法还在不断的完善之中。因此，本书只能起到抛砖引玉的作用，希望更多的学者加入到旅游策划研究的行列中来，共同推动旅游策划学的完善和发展。

由于作者能力有限，加之时间紧张，本书尚存在许多不尽如人意的地方，甚至疏漏、错误之处。恳请广大读者不吝批评指正，以促进我国旅游策划的理论研究、学科建设、人才培养与策划实践。

<<旅游策划论>>

书籍目录

前言第一章 旅游策划导论 第一节 旅游策划的概念与特点 第二节 旅游策划的类型与功能 第三节 旅游策划的发展历程 第四节 旅游策划学科体系的构建第二章 旅游策划主体论 第一节 旅游策划主体的含义和性质 第二节 旅游策划主体的生理基础与社会结构 第三节 旅游策划主体的生成与发展第三章 旅游策划客体论 第一节 旅游策划客体的涵义与特点 第二节 旅游策划客体的类型 第三节 旅游策划客体的多种属性第四章 旅游策划过程论 第一节 旅游策划的逻辑过程 第二节 旅游策划的操作程序 第三节 旅游策划文案的写作第五章 旅游策划原理论 第一节 旅游策划的理论基础 第二节 旅游策划的基本原理第六章 旅游策划思维论 第一节 旅游策划思维的本质 第二节 旅游策划思维的方式 第三节 旅游策划思维的常用工具 第四节 旅游策划思维水平的提升第七章 旅游策划创意论 第一节 旅游策划创意的来源与过程 第二节 旅游策划创意的生成机制 第三节 旅游策划创意的的基本方法第八章 旅游策划方法论 第一节 对旅游策划方法的基本认识 第二节 旅游策划的一般方法 第三节 旅游策划的通用方法 第四节 旅游策划的专用方法第九章 旅游策划技术论 第一节 可拓旅游策划的基本思想 第二节 可拓旅游策划的基本理论 第三节 可拓旅游策划的基本方法第十章 旅游策划类型论 第一节 旅游吸引物策划 第二节 旅游服务策划 第三节 旅游活动策划 第四节 旅游产品策划 第五节 旅游形象与营销策划 第六节 旅游资本运作与盈利方式策划参考文献

<<旅游策划论>>

章节摘录

第一章 旅游策划引论 界定旅游策划的概念是对旅游策划进行系统研究的前提。在此基础上,本章对旅游策划的特点、类型、功能进行了论述,并分析了我国现代旅游策划产生与发展的历程,对旅游策划人才培养、学科体系构建这两个重要问题进行了研究。

第一节 旅游策划的概念与特点 一、旅游策划的概念表达 (一)对策划内涵的基本认识
旅游策划是策划的分支学科。

为了科学界定旅游策划的内涵与外延,正确把握策划的含义是十分必要的。

由于各个领域的学者研究策划的视角不同,因此对策划一词的认识也不尽相同,例如:沈骏、徐云望、赵承宗认为,策划就是自觉运用脑力的一种理性行为,它是人们对自己所要进行的活动事先在观念中作出打算。

也就是说,对要达到什么目的、如何达到目的、依靠什么来进行、什么时候进行、具体步骤怎样等等一系列的问题预先作出设计、计划、筹划。

<<旅游策划论>>

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>