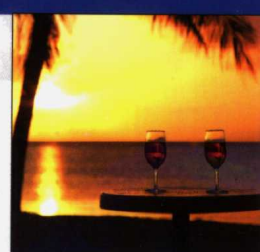
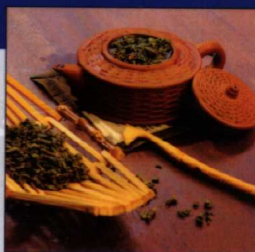




旅游服务管理精选精译

现代旅游 管理导论

Tourism : a Modern



Synthesis

(英) 史蒂芬·佩吉 保罗·布伦特 著
格雷厄姆·巴斯比 乔·康奈尔
刘劼莉 等译 石应平 审校

THOMSON
★



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

旅游服务管理精选精译

现代旅游管理导论

Tourism: A Modern Synthesis

(英) 史蒂芬·佩吉 保罗·布伦特 著
格雷厄姆·巴斯比 乔·康奈尔
刘劭莉 等译 石应平 审校



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Stephen Page, Paul Brunt, Graham Busby and Jo Connell: Tourism: A Modern Synthesis
EISBN: 1-86152-640-7

Copyright © 2001 by Thomson Learning

Original language published by Thomson Learning (a division of Thomson Learning Asia Pte Ltd).
All rights reserved.

Publishing House of Electronics Industry is authorized by Thomson Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书原版由汤姆森学习出版集团出版。本书中文简体字翻译版由汤姆森学习出版集团授权电子工业出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内（不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾）销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可，不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

版权贸易合同登记号：01-2002-6686

图书在版编目（CIP）数据

现代旅游管理导论/（英）佩吉（Page, S.）等著；刘劭莉等译. —北京：电子工业出版社，2004.2

（旅游服务管理精选精译）

书名原文：Tourism: A Modern Synthesis

ISBN 7-5053-9591-2

I. 现… II. ①佩… ②刘… III. 旅游业—经济管理 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2004）第 001733 号

责任编辑：苑海波

印 刷：北京大中印刷厂

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

经 销：各地新华书店

开 本：787×1092 1/16 印张：24.75 字数：453 千字

印 次：2004 年 2 月第 1 次印刷

定 价：42.00 元

凡购买电子工业出版社的图书，如有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系。联系电话：（010）68279077。质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

旅游服务管理精选精译

顾问委员会

吴必虎 (Tiger Wood)

北京大学旅游研究与规划中心主任

北京大学环境学院城市与区域规划系教授, 博士生导师

Alastair M. Morrison

美国普渡大学旅游服务管理学院教授, 博士, CDME

蔡利平 (Liping A. Cai)

美国普渡大学旅游与酒店管理研究中心主任, 博士

Brian King

澳大利亚维多利亚工商研究生院院长, 教授, 博士

Daniel R. Fesenmaier

美国伊利诺斯大学休闲研究系教授

旅游电子商务国家实验中心主任, 博士

Douglas Pearce

新西兰惠灵顿维多利亚工商与公共管理学院, 教授, 博士

Geoffrey Wall

加拿大滑铁卢大学环境学院副院长, 博士

Greg Richards

荷兰梯尔伯格大学旅游与休闲学教授

欧洲旅游与休闲教育学会创始人, 博士

Jafar Jafari

美国威斯康星大学酒店与旅游系教授

国际旅游研究学会缔造者, ANNALS 杂志主编

田桂成 (Kaye Chon)

香港理工大学旅游与酒店管理学院院长, 教授, 博士

Manuel Baud-Bovy

瑞士日内瓦国际知名旅游与游憩规划设计研究专家

执行委员会

傅豫波 苑海波 屠媛媛 党宁

丛书总序

电子工业出版社世纪波文化发展有限公司酝酿选译出版成系列的“旅游服务管理精选精译”丛书，主其事者曾亲自造访北京大学旅游研究与规划中心就此进行研讨，这与我们近年来对旅游高等教育、旅游学术研究与旅游产业之间的紧密关联的思考不谋而合，甚至可以说是“一拍即合”。我们希望通过大家共同努力，在框定专业畛域、预设读者群落、挑选原著精品、延聘专业译者等方面进行通力合作，以期能为中国旅游事业的健康、持续发展提供一套好书。

作为旅游学术研究机构，我们实现上述目的最好的途径之一就是，组织一个国际性的专家委员会，邀请世界各地的著名学者从不同的专业视角出发，来为丛书推荐在他们眼里的佳作。令人感到振奋的是，我们的邀请函发出不久，就收到了世界各地学者不约而同的、热情洋溢的回音。大家一致表示愿意为此无偿地提供建议和意见，为这样一件促进旅游研究国际交流的项目添砖加瓦。国际著名旅游服务营销专家、全美旅游研究排名第一的普渡大学旅游与酒店管理系的教授 Alastair Morrison 博士，普渡大学旅游与酒店管理研究中心主任、国际知名的中国旅游研究专家蔡利平博士，澳大利亚维多利亚工商研究生院院长、酒店·旅游与营销学专家 Brian King 博士，美国伊利诺斯大学（UIUC）休闲研究系教授、国际著名旅游电子商务与旅游地理信息系统专家 Daniel Fesenmaier 博士，新西兰惠灵顿维多利亚大学工商与公共管理学院教授、游憩·运动与休闲研究专家 Douglas Pearce 博士，加拿大滑铁卢大学环境学院副院长、国际知名可持续旅游专家 Geoffrey Wall 博士，荷兰第尔伯格大学旅游与休闲学教授、国际知名学术组织欧洲旅游与休闲教育学会（ATLAS）创始人 Greg Richards 博士，美国威斯康星大学酒店与旅游系教授、国际旅游研究学会缔造者（Founding President of International Academy for the Study of Tourism）、全球最好的旅游学术杂志 ANNALS 的主编 Jafar Jafari 博士，亚洲最好的旅游院校香港理工大学旅游与酒店管理学院院长 Kaye Chon（田桂成）博士，国际知名的旅游与游憩规划设计研究专家、瑞士日内瓦的 Manuel Baud-Bovy 博士……这些全球闻名的旅游专家的加盟，使得我们在译丛的选择和评价方面、在著作的学术及社会应用价值的推荐和评价方面，更加具有权威性。

细思忖之，不难想见正是中国旅游业在近年以及可以预见的将来一段时间内的迅猛增长势头，引起了国际专家的高度重视。世界旅游组织预测，中国将在 2020 年之前成为全球第一大旅游目的地国家。其实世界旅游组织如果同时注意到中国近 13 亿人口产生的国内旅游和省

年中国达到美国 20 世纪 70 年代的经济水平（即假设我们与美国之间的差距为 50 年），我们的游憩及旅游活动规模将是全人类历史上最为壮观的景象。面对如此庞大得几乎不可想像的市场需求和资源压力，难怪世界各地的研究者会对中国旅游业的发展如此垂青。

然而，观察目前我们现有的人才教育与培训体系，中国高等教育还远远不能满足国家发展和社会需求对人才的需要。人才的供给将会成为阻碍我国旅游业持续发展的最主要限制性因素之一。在目前公布的国家规定的学科体系中，旅游仅仅被局限在一级学科“工商管理”之下的“旅游管理”。实际上全国本科以上的旅游人才培养和办学体系，几乎覆盖了理、工、农、史、经、管各个门类。即使是对仅存的一个二级学科旅游管理，仍然有一些“严谨的”学者和抱有“计划经济思维的”教育行政管理者视之不爽，总想将其从“学术的”殿堂中“裁减”下去。我们组织并鼓吹这套译丛的目的之一，就是希望推动中国本土的旅游学科体系的逐步建立和获得学术界、教育界更多的尊重。

中国与西方国情不同。译丛中的各部著作虽然是经过国际专家顾问委员会推荐的精品，本身的质量和价值毋庸置疑。但是必须提请读者注意的是，这套译丛中大多数作者都是西方人，或者研究的案例及视角均取自西方，而对中国的国情知之甚少。我们对外来作品的阅读应该带着分析和比较的眼光，举一反三，触类旁通。我们认为，中国与西方存在的不同之处在旅游服务管理方面，至少体现在如下几点：

一是人口-资源之间的人均占有水平不同。这导致若干在西方被视为普遍规律的东西，在中国却不一定行得通。例如国家公园、自然保护区的旅游利用问题，类似美国这样的国家，可以做到国家公国内基本上不作农业及工业之用。而在中国，几乎所有国家公园都有人口居住，并且多数是贫困人口居住。因此对这些地区的旅游开发、规划与管理方式就会不同。

二是旅游者偏好的旅游产品的不同。这实际上体现的是社会经济发展水平的不同。我们与西方在度假产品、会展产品、自然旅游产品等方面，都有一定的时间差。我们对公共产品（国家公园、自然保护区、历史文化古迹等）的福利性供给还远没有形成主流，而更多地考虑的是地方经济的发展。这也会对产品的开发和供给带来影响。

三是服务观念与质量保障观念的不同。旅游活动归根到底离不开旅游服务的生产、销售和消费，“服务”的思想需要强化。在国内，我们经常见到“硬件”开发很好的地方，旅游服务的“软件”却使人望而却步的情景。中国人重硬件建设、轻软件建设，不能不说是受中国传统文化对“服务”的歧视性观念的影响，这一点在中西方的文化冲突中便会凸现出来。

四是政府在旅游发展中的角色、地位的不同。中国旅游业市场化进程还未成熟，政府在旅游管理中的作用仍然举足轻重。旅游服务质量在政府旅游行政管理没有放手、放权给行业协会之前，很难有真正的提高。

当然还有更多的差异可以识别出来。我们指出这些不同的目的在于提示读者在吸收外来旅游研究成果的同时，还要注意分析自己所在领域的“中国特色”。我们殷切地希望旅游从业者、旅游管理者和旅游研究者能够从中吸收有益的结论，进而推进中国旅游管理的“中国化”进程，这也正是我们组织出版这套丛书的根本目的。

吴必虎

北京大学教授、博士生导师

于大地风景旅游景观规划设计研究院

译者序

在世界经济的“天平”上，旅游业总产出占 GDP 总量、居民旅游消费支出占总消费支出、投资旅游业资本占总投资的份额均超过了 10%。仅 2002 年，全球旅游人数就达 7.15 亿人次，同比增长 3.1%，全球直接或间接从事旅游观光业的人口达 2.5 亿。据世界旅游组织预测，到 2020 年，全球旅游人数将达到 15 亿人次，总收入将达 2 万亿美元，旅游业将取代石油、汽车成为世界头号产业。

20 世纪 90 年代也是中国旅游业取得瞩目成就的十年，旅游业已经一跃成为国民经济的支柱产业，并日益显示出其旺盛的生命力。2000 年，中国旅游业总收入超过 4 500 亿元，约占 GDP 的 5.05%；2001 年与 2002 年，中国旅游业总收入分别达到 4 995 亿元和 5 565 亿元，同比增长 11%和 11.4%。世界旅游组织预测，中国将于 2010 年成为世界第一大旅游接待国和第四大的客源输出国。

一项新型产业的发展需要有新型的理论指导，因此旅游业的迅速发展也促进了世界各国的旅游学术研究工作。早在 20 世纪 80、90 年代，北美及西欧已经出版了大量优秀的旅游教材，中国在九十年代也编著或翻译了大批旅游教材，但在这些教材中，或者见解精辟但未立足于中国实际，或者结构严谨但过于刻板与说教。在旅游业已经大步迈向全球化、资讯化、科技化、多元化的 21 世纪，我们迫切需要一本集专业性和实用性、全面性和深入性、现实性和前瞻性为一体的专业指导用书。令人欣喜的是，本书正是这样一本深入浅出、旨在激发读者思考的作品。

如何收集和善用旅游数据获取所需信息？

如何利用跨国旅游企业经营优势占领市场？

如何利用先进营销手段应对激烈的市场竞争？

如何处理旅游企业人力资源管理中面临的困难？

如何创新旅游产品、开辟新的旅游目标市场？

如何协调旅游公共部门与私营部门之间的分工与合作？

如何处理旅游开发与环境保护二者的关系？

本书可能无法对诸如此类的问题给予非常圆满的答复，但却为我们提供了一种思考的方式和解决问题的思路。激发读者专业学习的主观能动性，这正是本书的写作特点之一。

同时，本书也提到了很多颇具建设性的概念，例如：生态旅游未必是一种可持续发展型旅游、旅游的全球化进程和区域化进程、旅游者认知与游人管理、旅游健康、旅游体验，等等。

此外，本书的特色还在于：大幅增加全球最新、最实用的专业知识与作业程序、丰富的

案例和实证研究，并附加英文专业术语，从而使整本书内容充实、案例丰富、简明扼要。在有关旅游行业成功人士的人物介绍中，他们不同寻常的人生经历和奋斗历程也成为我们职业生涯中一盏指路的明灯。

本书可以作为高等院校旅游专业本科生、研究生课本以及高职高专学生专业入门教材，也可以作为参加旅游职业培训以及希望拓展业务知识的在职旅游从业人员的参考书，对于没有机会接受较为正式的旅游专业培训的从业人员而言，这更是一本必读书。

本书的绪论、第1篇、第5篇由陈倩翻译；第2篇、第6篇由刘劭莉翻译；第3篇、第4篇、第7篇由徐敏翻译；刘劭莉负责全书的修改和统稿工作。

本书出版之际，特别承蒙北京大学旅游开发与规划研究中心主任吴必虎教授的亲切关怀，以及四川大学旅游学院石应平教授百忙之中给予的悉心指导，我们不胜感激。此外，还要感谢电子工业出版社世纪波文化发展有限公司编辑苑海波小姐，为了能够保证本书的高质量出版，她不仅为我们出谋划策，而且一丝不苟、精益求精、付出了大量的心血。

本书虽已竭尽心力以求尽善尽美，但是由于时间所限，匆忙付梓，恐有疏漏遗珠之憾，尚祈各位专家学者不吝赐教。

刘劭莉 谨识

2003年11月

前 言

随着旅游业逐渐在服务业中占据主导地位，旅游业已经成为当今许多国家经济增长最为迅速的部门之一。人们对旅游教材的要求也日益提高，本书不仅可以作为一本入门书，满足那些正在努力获取较高学历（如英国的国家高等技术学校毕业证书）及研究生学历的学生的要求，而且还可以作为旅游专业课程的基础必修课教材。本书正是应这样的要求而出版的。写作这本书背后的原动力来自于现有教材无法在通俗易懂和专业性研讨之间保持微妙平衡这一现实。在许多综合性教育机构中，旅游已经成为一门越来越重要的学科，能够颁发与此有关的毕业文凭、学历证书、开设研究生课程，因此目前市场上充斥着大量的旅游学教材。但令人不解的是，很多教材在第1版印刷出版之后就几乎停滞不前了，这正是对教材实用性的考验，也是对能够使学生和教师从同一本书中汲取各自所需的读者亲和力的考验。

在着手写这本书以前，本书的作者们已经在过去的10年中从事了大量的旅游教学、研究和学科建设工作，积累了丰富的经验。同时，这支作者团队还在本书材料中提出了很多颇有见地的学术课题。这是迄今为止第一本内容最为全面和广泛的教材，因此每一个人都会被它所吸引。本书的讨论材料全部建立在对世界各地旅游学科建设的清晰认识之上，它的编写旨在综合整个专业课程学习阶段的知识，从而吸引学生群体。学生们在他们的第一学年里将会发现这是一本非常实用的书，同时它也可以作为一本参考资料成为他们学术研究中的明智之选。在这方面，本书不同于市场上的许多其他教材。它试图为学生们不断提高其专业水平打下坚实的专业基础，同时也尽力提供大量的网络材料、案例分析以及其他目前市面现有教材所缺少的相关材料。现有的很多旅游教材正在变得不合时宜，它们无法认识到网络的重大作用；另一方面，将传统学习方式（如核心教材）与网络资源结合起来的学习方式能够使学生们在课程中接触到很多有趣而实用的网络资源，而这种学习方式对学生的价值也是现有教材所无法认识到的。

任何一本教材都必须根据内容的需要对材料进行取舍。在编写本书的过程中编者确感不易。因为为了使它具有高度的紧凑感和连贯性，不使任何个别的章节过分突出，编者几乎给本书的每一位作者都设定了严格的字数限制。每一章节中对材料的选取都遵照了这样的原则：如果开设一种以新型研讨方式讲授的入门课程，本书应该包含这门课程所可能涉及的最新领域及基本原则的资料。本书并非是对各种事实和数据的简单集合。相反，它在与旅游分析所涉及的各种重要概念之间保持了良好的平衡。

尽管存在空间限制，作者们仍关注并参与到旅游学术研究领域关于基准表述和专业水平的新一轮讨论中。因此，我们希望本书将有助于学生深入理解：

- 旅游作为一项学术及应用研究领域的概念和特征;
- 旅游业的内部结构及相互关系;
- 社区中的旅游景点及其所影响的环境;
- 旅游者的本质及特点。

其中将涉及大量最新的资源及材料,学生们在进入本书网址的时候将会深入接触到一些有价值的信息。

批评家们可能会指出本书的一大缺憾是没有词汇表。因为很多旅游入门书籍在最后都附有词汇列表以供学生参考。本书则基于以下原因省去了词汇表部分:首先,Routledge 出版社在 2000 年出版了《旅游百科全书》(*Encyclopedia of Tourism*) (Jafari 2000),它将成为所有图书馆的基础参考资料并为学生提供参考。《旅游百科全书》以不同的详略程度提供了旅游术语及相关问题的解释,而本书有限的词汇列表是无法做到的。其次,汤姆森学习出版集团(Thomson Learning)(本书的出版社)将发行大受好评的《国际商务管理百科全书》(IEBM)(Warner 2001)第 2 版,该书还将发行网上电子版本。因此这两本优秀参考书的出版就使得简略词汇表没有保留的必要了。另外还有许多其他的参考资料,如旅游专业辞典等,它们比起仅仅在词汇表后罗列简单的几个句子能够更深入细致地对词汇加以解释。本书中所提到的很多商务词汇都根据《国际商务管理百科全书》及其袖珍版本的表述作了最恰当的解释。

本书的谋篇布局以及阅读方法

如图 0-1 所示,本书非常简洁明了地对旅游研究方法进行了介绍。第 1 章介绍了旅游研究的方法,紧接着是对旅游中两个独立领域——旅游服务及产品的需求与供给的讨论。这一部分先分别就旅游者的预期(需求)与供给(旅游行业预期)展开论述,然后再综合这两个方面阐述了旅游商业部门如何管理和运作旅游活动,以及旅游供给和需求是如何相互作用的。然后,本书依据旅游企业的组织构成及运作方式对旅游商务管理中所面临的一些关键问题进行了研究。在很多章节中本书都对旅游作为一项以个人、社会、文化和环境为基础的活动所产生的影响进行了重新审视。然后,这些问题被放置到包括城市、乡村、海滨度假胜地及不发达国家在内的旅游者所消费的典型(而非独有的)旅游资源背景当中。其中除了文字的论述以外,还不乏旅游开发和影响方面的真实生活案例。这些影响及存在的问题又引发了对于如何管理游人经历以及以什么为标准来衡量管理水平的问题(例如规划管理、游人管理以及在市场饱和地区采取替代型旅游营销措施)的考虑。这些问题在“旅游体验管理”这一部分进行了论述。最后,本书还对最难以预知未来的领域进行了探讨——什么将会影响旅游的未来发展?什么问题将会给旅游者和旅游企业带来新的困难?在新世纪到来的时候,这些困难将会跟我们以前所面临的困难有所不同吗?书中列出了种种疑问,并对可能形成的结果分别进行了分析。

本书每一章都由一系列学习目标开始,向读者简要概括本章的结构和关键知识点。每一章节都穿插有插图、实例、案例研究,以便使全文尽可能易于理解而且生动有趣。疑难概念则尽可能辅之以图表和照片解释。对于那些正致力于形成自己独立专业见解的学生来说,每章后所提到的网站上提供了大型的资料库,他们可以依靠这些资料做到循序渐进。

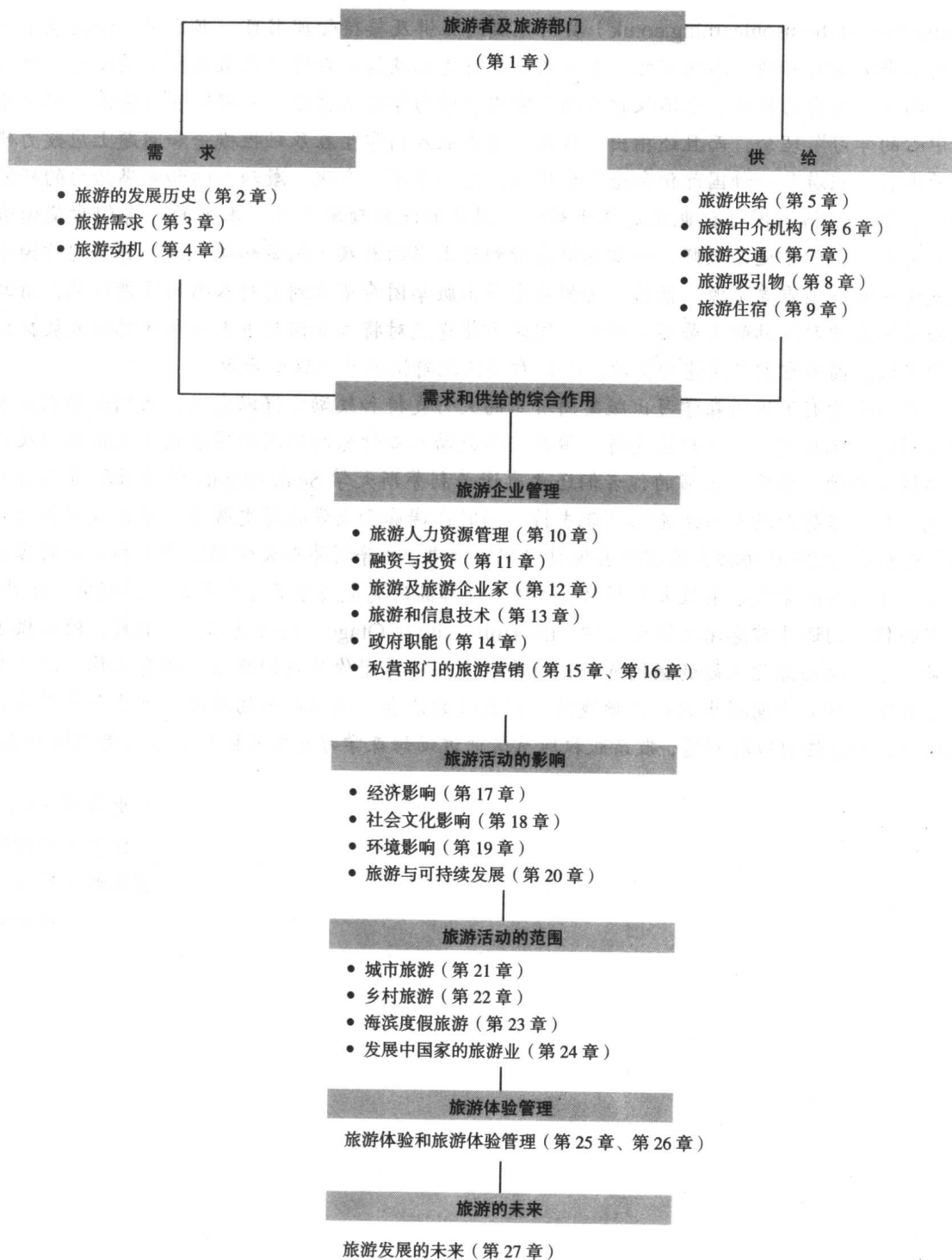


图 0-1 本书的谋篇布局

本书与其他同类书相比最大的创新之处在于对网络旅游资源的支持。本书还同时为学生和教师提供了便捷丰富的书面材料。通过浏览网页,学生和教师都可以从汤姆森学习出版集团的旅游资料库中获得大量的泛读材料。因为该出版集团拥有由斯特林大学的史蒂芬·佩吉教授、斯特拉斯克莱德大学苏格兰饭店学院的罗伊·伍德教授以及汤姆森学习网站

(<http://www.thomsonlearning.co.uk>) 共同完成的旅游及接待管理书目, 书目中详细收录了一些高水平文章的标题。总而言之, 本书的各位作者以及汤姆森学习出版集团共同编写了这本新颖而通俗易懂的教材, 它不仅旨在满足室内教学与学习的需要、以网络资源强调“以学生为中心的学习”理念, 而且还指出了作为一名专业入门学生在基础性概念和问题上应致力研究的内容。旅游是一种国际化和全球化现象, 是一个不断变化、激动人心和充满活力的研究领域, 本书风格的国际化也正是基于对这一现状的深刻理解之上。本书的作者们希望读者们——不论是学生还是教师——都能够感受到这本书的新颖、刺激和挑战性, 并将它作为学习及研究的一项重要资源。最后, 汤姆森学习出版集团希望收到您对本书的反馈意见, 请写信给汤姆森学习网站的史蒂芬·佩吉。同时希望您能对将来如何改进本书和网站的发展提出宝贵建议, 因为它们都是您的资源, 我们希望您能愉快地共享这些资源。

本书由于有了汤姆森学习出版集团员工的大力支持和鼓励才得以完成: 他们包括出版编辑朱利安·托马斯、一直热情支持和帮助这项激动人心计划的新闻编辑珍妮·克拉彭以及制作编辑菲奥纳·弗瑞。本书的作者们还要感谢普利茅斯大学 Seale-Hayne 学院教职员工特别是克莱尔·布鲁和马泰·沃伦的慷慨支持, 同时感谢麻西大学推荐史蒂芬·佩吉教授利用休假年的机会于 2000 年初在英国与其他作者完成此书。由普利茅斯大学提供资金和机会的客座讲学对于本书的完成带来极大的帮助, 这样一部作品的完成离不开专家们的协作研究。此外, 本书的作者们还非常感谢奥塔戈大学 (the University of Otago) 的迈克尔·赫教授, 他提供了大量用于说明国际化主题的插图资料; 还有迈克——感谢你为我们所做的所有工作, 以及在旅游教育和研究方面提出的极具挑战性和刺激性的论点。编辑此书的过程中可能会出现疏漏和错误, 如有任何版权问题, 敬请版权所有通过汤姆森学习出版集团与本书作者取得联系。

史蒂芬·佩吉

保罗·布伦特

格雷厄姆·巴斯比

乔·康奈尔

作者简介

史蒂芬·佩吉 (Stephen Page)

苏格兰斯特林大学市场营销系教授。他出任汤姆森学习出版集团以及培生教育出版集团“旅游和酒店管理专业系列”丛书的主编。他独立写作和与人合著并编辑了10余本旅游管理方面的书籍，有着丰富的写作经验。作为一名资深的旅游顾问，他向政府机构、公众和私人部门提供咨询服务，并与旅游业代理机构有密切的合作。

保罗·布伦特 (Paul Brunt)

伯恩茅斯大学旅游学博士。他的研究方向为旅游决策制定、旅游的社会文化影响、旅游和犯罪问题等，著有《旅行和旅游市场研究》一书。

格雷厄姆·巴斯比 (Graham Busby)

普利茅斯大学纽伯瑞学院教师，有旅行和旅游行业多年的从业经验；他的研究方向是旅游教育和文艺旅游，目前他正致力于宗教文化与旅游方面的研究。

乔·康奈尔 (Jo Connell)

普利茅斯大学乡村资源管理学士，旅游社会学方向的硕士。她的研究方向为校园旅游和旅游的社会职责等。乔目前主要研究旅游和消遣娱乐中的重要资源——主题公园。

同步推出



定价：26.00元



定价：28.00元



定价：46.00元

旅游服务管理精选精译

权威教材

《旅游服务营销》(第3版)

《现代旅游管理导论》

《旅游法律与法规》

《旅游消费者行为》

会展系列

《公司活动项目管理》

《会展与节事营销》

《会展与节事的风险和安全管理》

热点学科细分

《国家和区域旅游规划》(世界旅游组织)

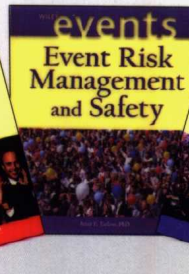
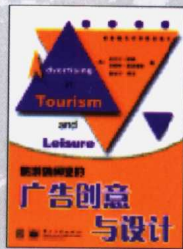
《旅游产品的营销和推销》(第2版)

《旅游人力资源管理》

《旅游休闲业的广告创意与设计》

《体育与娱乐营销》

《旅游业市场营销》



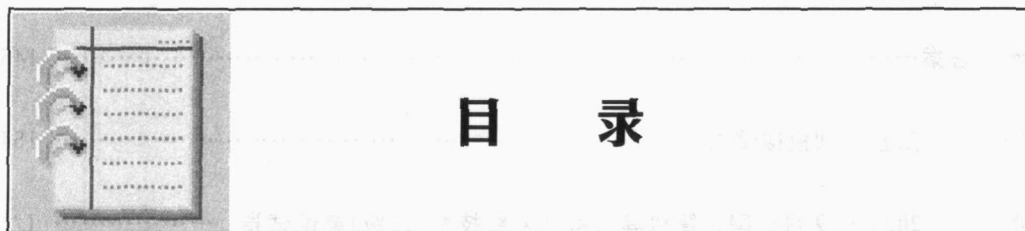
封面设计

杨龄

64972488

左右工作室

杨龄



第 1 章 计算机基础知识	1
一、选择题	1
二、填空题	26
第 2 章 操作系统基础	28
一、选择题	28
二、填空题	51
第 3 章 计算机网络基本概念	53
一、选择题	53
二、填空题	74
第 4 章 局域网基本工作原理	76
一、选择题	76
二、填空题	92
第 5 章 Internet 基础知识	94
一、选择题	94
二、填空题	107
第 6 章 网络应用及电子商务	109
一、选择题	109
二、填空题	122
第 7 章 信息安全与网络管理	124
一、选择题	124
二、填空题	134

教堂及清真寺	97
休闲公园与游人码头	98
野生动植物	99
花园	100
农庄	101
国家公园	102
游人中心	102
工厂	102
蒸汽火车	103
节事旅游	103
旅游吸引物未来的发展	104
第9章 旅游住宿	107
全球化和住宿业	110
国际饭店集团的运作	111
住宿接待业的行业特点	113
住宿接待业的分类	114
经济预算型住宿部门	116
非服务型住宿部门	118
非住宿型服务行业	119

第3篇 旅游经营管理

第10章 旅游人力资源管理	124
人力资源管理的内涵	125
旅游中介机构与人力资源管理	126
旅游与人力资源管理:企业的应对与运作	128
小型旅游企业的人力资源管理	129
新世纪的旅游人力资源管理	132
第11章 旅游业的融资	135
私营部门	135
融资渠道	140
投资	141
跨国投资	142
欧盟的资金援助	143
非营利部门	143
第12章 旅游与旅游企业家	148
企业家素质	148

政治/经济环境	149
社会文化环境	150
创新能力	150
公共部门领导者	150
中小型企业的特点	151
旅行与旅游企业家	151

第13章 旅游和信息技术	159
从计算机预订系统到全球分销系统	161
旅游和互联网	162
目的地管理系统	165
第14章 旅游公共部门的作用	168
公共部门参与旅游	169
旅游公共政策体系	171
国家旅游组织	172
旅游市场营销与国家旅游组织	175
参与旅游的其他公共部门	182

第4篇 旅游营销

第15章 旅游营销:观念与问题	188
营销组合	190
了解消费者	192
旅游市场细分	194
竞争	195
未来规划	195
制定营销计划的方法	197
第16章 旅游目的地管理	199
旅游目的地的利用模式及其对旅游客流的影响	202
目的地的选择	203
旅游目的地营销	204
旅游目的地开发政策	206

第5篇 旅游活动的影响

第17章 经济影响	210
什么是经济学	211
需求	212

供给.....	213	城市旅游者的旅游体验.....	276
旅游业的经济特征.....	214	城市旅游市场.....	276
经济效益.....	216	城市旅游体验：行为问题.....	278
经济成本.....	220	旅游者对城市环境的感知及认识.....	279
衡量旅游的经济影响.....	222	城市旅游的质量问题：新世纪面临的挑战.....	281
第 18 章 社会文化影响	226	第 22 章 乡村旅游	284
社会文化影响的本质.....	227	乡村的特点及内涵.....	285
制约社会文化影响的因素.....	228	乡村旅游的定义.....	287
示范效应.....	229	乡村旅游的发展.....	290
旅游的社会文化影响.....	231	乡村旅游发展带来的影响.....	291
评价旅游社会文化影响的框架.....	234	可持续发展的乡村旅游.....	292
涉及旅游的社会文化影响的更多问题.....	235	乡村旅游的规划及管理问题.....	293
旅游与当地社区——规划与管理问题.....	236	第 23 章 海滨度假旅游	300
第 19 章 环境影响	240	海滨旅游.....	301
旅游对环境影响的特点和范围.....	241	海滨吸引物.....	302
旅游对环境的积极影响.....	249	海滨旅游发展简史.....	302
第 20 章 可持续发展所面临的挑战	252	海滨度假区的开发.....	304
对环境问题的更多关注.....	253	海滨旅游发展的影响.....	308
可持续发展概念的演变.....	253	海滨环境保护.....	312
可持续性和可持续发展型旅游的定义.....	254	第 24 章 发展中国家的旅游业	314
旅游的可持续发展所面临的挑战.....	254	发展概念以及发展中国家旅游业的兴起.....	314
什么是可持续发展型旅游.....	255	发展中国家旅游发展带来的影响.....	321
可持续发展型旅游的定义.....	256	发展中国家旅游中的公平性问题.....	327
可持续发展型旅游的基本原则.....	256		
实践中的可持续发展型旅游.....	257		
实现可持续发展的手段.....	259		
实现可持续发展型旅游所面临的困难：未来的挑战.....	266		
		第 7 篇 旅游活动管理	
第 6 篇 旅游资源利用的主题及其发展趋势		第 25 章 旅游体验	334
第 21 章 城市旅游	272	旅游者：从备受谴责型到开创型（从旧式到新型）.....	336
旅游资源分析中涉及的概念.....	272	旅游认知行为.....	337
城市是旅游活动开展的重要外部环境.....	274	度假体验.....	339
城市旅游研究.....	274	第 26 章 旅游体验管理	342
城市旅游的本质及概念.....	275	旅游体验的管理与计划.....	343
		旅游规划.....	345
		旅游规划程序.....	346