

<<旅游市场研究与探索>>

图书基本信息

书名：<<旅游市场研究与探索>>

13位ISBN编号：9787115172679

10位ISBN编号：7115172676

出版时间：2008-2

出版时间：人民邮电出版社

作者：刘菲

页数：307

字数：242000

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>

## <<旅游市场研究与探索>>

### 内容概要

旅游业是一个丰富多彩、涵盖非常宽泛的研究领域，涉及到食、宿、行、游、购、娱等行业，在理论研究中涉及到经济理论、管理理论、市场理论及其他相关理论。

本书根据旅游业的特点，将近年来北京工商大学商学院旅游管理专业老师们的研究成果分类梳理，整理成章，形成对旅游市场研究与探索，包括对旅游基本理论的研究，对旅游市场、餐饮市场、农村市场、休闲市场开发与创新的研究和对旅游企业管理的研究，并对生态旅游、会展旅游、饮食文化及“3S”技术的应用做了专题探讨。

本书适合各类旅游企业管理者、研究旅游市场营销的专家学者、相关专业的学生、咨询人员以及对旅游业感兴趣的读者阅读。

<<旅游市场研究与探索>>

书籍目录

第一章 旅游经济与理论探索 旅游理论的屏障及思考 论旅游供给的需求导向 中日韩三国联结旅游目的地的前景与对策 改进旅游业中信息不对称现象的模式探析 区域旅游业横向实力分析 城市建设与旅游业发展的互动关系研究——以济南市为例 旅游需要理论的创新与发展第二章 旅游市场开发与创新 首都休闲商业实证分析 旅游规划整合——对“大旅游”内涵的再认识 论旅游主题活动的策划与营销——从“五岳盟主”到“华山论剑” 重视对奥运餐饮市场组织与开发的研究 体验经济时代的旅游产品创新 关于我国开放出境旅游市场的思考 餐饮公司如何运作多个餐饮品牌 关于我国农村旅游商品开发的思考第三章 企业管理与竞争研究 服务企业服务力的评价与提升策略 再议我国旅行社批发零售体系的建立 酒店商务客人营销初探 我国饭店业未来的“地空”争夺战 六西格玛在饭店业中的应用 餐饮企业规模化发展中员工素质提升的再思考 剖析希尔“赢得定单标准”理论的思想基础中西式快餐产品竞争优势比较第四章 产业专题探讨与展望 对发展休闲商业的基本认识 论生态旅游的内涵及规律 构建符合时代要求的“饮食文化学” “3S”技术在生态旅游开发中的应用及展望特许经营与其他商业形式的区别 会展旅游的理论辨析 论中华饮食文化植根的基础

## <<旅游市场研究与探索>>

### 章节摘录

旅游理论的屏障及思考王敬武对旅游理论的认识，目前理论界主要持有两种观点：一种观点认为旅游理论是一个独立的理论，旅游理论现阶段出现的问题仅仅是该理论尚未成熟的表现；另一种观点认为旅游理论不是一个独立的理论，它是一个跨学科领域。

这两种截然相反的结论和理论界对旅游理论自身矛盾的种种疑惑，均表明旅游理论的体系存在问题，并且这种问题已经制约了旅游理论的健康发展，旅游理论已经发展到了必须正视自身矛盾和解决独立性问题的时候了。

在对旅游理论的研究过程中，虽然我们坚持旅游理论是一个不成熟理论的观点，但是却拿不出能够证明其独立性的有力证据。

从目前大量的有关研究旅游理论(或旅游科学)的论文中，基本上都是先假设旅游理论是一个独立的理论，这种做法是否恰当还值得商榷。

如果旅游理论是一个不成熟的理论，其前提条件是旅游理论是一个独立的理论。

因为只有将旅游理论作为一个独立的理论(或旅游科学)的时候，才会出现不成熟旅游理论的提法，这才符合逻辑关系。

然而，从假设旅游理论是一个独立的理论到确立现在的旅游理论是一个不成熟的理论之间，我们却忽略了几个必须回答的关键问题：第一，为什么我们可以将旅游理论假设为一个独立的理论？第二，为什么我们可以如此肯定地确信目前的旅游理论是一个不成熟的理论？理由是什么？至于第二种观点，“旅游理论不是一个独立的理论，旅游学科是一个跨学科领域”，这是以国际著名的旅游专家冈恩为代表的一类学术观点，盛行于欧美旅游发达国家。

这种观点的产生主要是基于旅游理论发展的现实状况。

如果第二种观点正确，对应的旅游理论就是一个多学科有关于旅游现象研究成果的集合。

该集合由于不强调整体性、系统性和逻辑性，旅游理论的不成熟性以及旅游理论的种种困惑就自然而然地消失了。

<<旅游市场研究与探索>>

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>