

<<旅游产品设计与操作>>

图书基本信息

书名：<<旅游产品设计与操作>>

13位ISBN编号：9787122144119

10位ISBN编号：7122144119

出版时间：2012-9

出版时间：张素娟、宋雪莉 化学工业出版社 (2012-09出版)

作者：张素娟，宋雪莉 编

页数：166

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>

<<旅游产品设计与操作>>

内容概要

《旅游产品设计与操作》按照任务驱动法进行编写：第一模块是旅游新产品设计与操作需要的知识支撑；第二个模块是旅游新产品的设计准备；第三个模块是旅游新产品策划、设计过程；第四个模块是旅游产品设计案例。

循序渐进的过程安排符合人们的认知规律，符合新产品设计的工作实际，每项任务都提出了操作要求，以此培养学生及旅游从业人员熟悉新产品设计的程序、掌握新产品设计的方法，最后通过新产品设计案例的分析，学习各种类型新产品设计的经验，关注各类新产品设计应该注意的问题，从而锻炼和提高新产品设计与操作的能力。

《旅游产品设计与操作》适合作为高职旅游管理专业教材，也可作为从事旅游产品的策划与运行人员的培训用书。

<<旅游产品设计与操作>>

书籍目录

模块一旅游新产品设计与操作需要的知识支撑1 第一部分旅游心理学对旅游新产品设计与操作的支撑1
 一、研究旅游者消费心理是旅游新产品设计与操作的基础1 二、研究旅游心理可以促使旅游者形成旅游决策2 三、研究旅游心理的目的是满足旅游者的心理需要4 四、研究旅游心理有助于宣传销售旅游产品5 五、研究旅游心理有助于了解旅行社员工心理变化对旅游产品的影响5 第二部分公共关系对旅行社产品设计与操作的支撑5 一、直接面向潜在消费群体的公关6 二、面向媒体的公关6 三、面向合作对象的公关8 第三部分中国旅游地理对旅行社产品设计与操作的支撑8 一、旅游资源的特点9 二、旅游资源转化为旅游产品的条件与模式9 三、旅游资源与旅游产品特色的塑造9 四、旅游资源与旅游产品的深度开发9 五、旅游资源的类型10 第四部分旅游营销对旅行社产品设计与操作的支撑12 一、旅游市场营销环境分析13 二、旅游市场调研分析13 三、旅游目标市场分析14 四、旅游产品策划14 五、旅游促销策划15 第五部分旅游法律法规对旅行社产品设计与操作的支撑17 一、在旅游产品描述中应该注意的问题17 二、在旅游购物设计中应该注意的问题18 三、在业务委托中的应用应该注意的法律问题18 四、在旅游安全方面应该注意的法律问题19 第六部分旅行社财会管理对新产品设计与操作的支撑19 一、与旅行社有关的财会管理规定19 二、旅行社使用的财务报表20 三、旅行社要重视会计科目的变化23 四、旅行社流动资金的特殊性与控制24 五、旅行社的成本管理与分析控制24 六、财务分析26 七、旅行社实行单团核算和单团管理的必要性26 模块二旅游新产品设计的准备28 任务一掌握旅游产品的特点及分类28 一、旅游产品的概念28 二、旅游产品的特点29 三、旅游产品的分类30 任务二明确旅游产品设计和要求35 一、旅游产品设计的概念35 二、旅游产品设计的意义36 三、旅游产品设计的具体内容36 四、旅游产品设计的要求40 任务三明确旅游产品设计和原则41 一、旅游产品设计和原则42 二、旅游产品设计和原则45 任务四掌握旅游产品的定价方法47 一、旅游产品价格的基本概念47 二、影响旅游产品价格的因素48 三、旅游产品的定价原则48 四、确定旅游产品价格的依据49 五、旅行社的旅游产品定价方法49 六、定价策略50 模块三旅游新产品策划、设计过程52 任务一了解国家及地方有关政策，把握政策对旅游业的支持力度及热点导向52 一、近年国家有关旅游方面的重要政策52 二、省、市有关旅游政策（以河北省为例）54 任务二旅游市场调查54 一、设计问卷调查表55 二、旅游市场问卷调查表常用的“六个问题”55 三、巧妙组织与被调查者沟通的语言55 四、问卷示例56 任务三分析旅游市场调查表58 一、图表表示法58 二、调查报告61 三、记事法63 任务四新产品策划构思64 一、创意思维在旅游产品开发中的应用64 二、策划产品构思的资料准备66 三、策划产品构思68 任务五可行性分析及实地考察70 一、对所有的产品构思进行评价71 二、定量分析73 三、可行性论证74 四、实地考察74 任务六确定产品组合75 任务七设计产品、确定产品价格76 一、旅游目的地76 二、选择地接社76 三、确定产品价格77 任务八设计全程导游词78 一、注重选题78 二、力求导游词文本的创新80 三、切合市场需要、具有时代色彩80 四、不可忽略的沿途导游词80 任务九产品试销、确定销售渠道82 一、旅游产品试销82 二、销售渠道82 三、旅游产品的促销84 任务十销售产品、制定行程87 一、报价与协商87 二、修改与确认87 一、制作旅行日程表(旅行社)和旅游团日程活动安排(游客)88 任务十一旅行社售后服务91 一、向顾客表示感谢92 二、寻求客户的反馈意见92 三、处理并解决投诉问题92 四、向旅游者提供奖励92 任务十二旅游产品的财务预算及风险控制93 一、可以已给出的各种价格为计算依据设置风险控制标准93 二、实例94 三、预防事故的具体措施95 模块四旅游产品设计案例99 任务一青少年教育旅游产品设计99 一、明确教育旅游的形式和内容99 二、调查了解市场需求99 三、设计青少年教育旅游产品应注意的问题100 四、教育旅游产品的发展趋势101 五、教育旅游产品的设计原则101 六、产品示例101 任务二老年旅游产品设计104 一、当前老年旅游产品的现状105 二、老年旅游产品的发展趋势105 三、老年旅游产品设计的关键环节105 四、旅游产品——疗养型旅游产品108 任务三奖励旅游产品设计109 一、奖励旅游的概念110 二、奖励旅游的特点110 三、我国奖励旅游产品市场分析111 四、我国奖励旅游产品设计原则111 五、奖励旅游产品设计方法111 任务四女性旅游产品设计与操作114 一、现代女性旅游特征115 二、女性旅游市场细分117 三、女性旅游产品设计118 四、女性旅游产品的推广120 任务五国内观光旅游产品设计124 一、观光旅游产品行程设计的基本原则124 二、观光旅游产品设计的关键环节125 三、观光旅游新产品设计应该注意的问题127 四、观光旅游产品行程介绍示例127 任务六西北、西南旅游线路设计129 一、西北、西南地区旅游资源特点129 二、旅游景点（区）的空间格局130

<<旅游产品设计与操作>>

三、客源市场与客流特征131 四、旅游线路设计应遵循的原则132 五、中国西北、西南地区旅游产品的基本框架133 六、观光旅游产品行程介绍示例135 任务七南京2014年青奥会旅游产品设计136 一、市场调查137 二、调查结果分析137 三、设计南京青奥会旅游产品138 四、产品的推广140 任务八海南省体验型旅游产品设计140 一、海南省旅游产品开发现状141 二、海南省旅游产品体验化设计的条件142 三、独特的旅游资源优势是海南省旅游产品体验化设计的载体142 四、目标市场的体验化消费需求是海南省旅游产品体验化设计的指向143 五、海南省旅游产品的体验化设计143 任务九秦皇岛市对俄罗斯旅游产品设计146 一、秦皇岛市对俄罗斯旅游产品开发现状147 二、秦皇岛市对俄游客旅游产品设计148 任务十古村落体验旅游产品设计的策略初探150 一、古村落与古村落体验旅游产品的内涵界定150 二、体验经济时代古村落旅游产品的特征151 三、古村落体验旅游产品设计的原则152 四、古村落体验旅游产品设计的策略153 附录河北省旅游合同范本156 使用说明157 河北省国内旅游合同158 河北省国内旅游合同163 参考文献166

<<旅游产品设计与操作>>

章节摘录

版权页：插图：二、旅游产品设计的意义 产品是某种物质或有偿服务项目的载体，销售产品这个载体才能创造价值。

旅游产品就是旅游业获得经济效益和社会效益的载体。

旅游产品能不能吸引旅游者大量购买，关键就在于旅游产品的设计能不能得到旅游者的认同并引起旅游者购买的欲望。

因此，旅游产品设计得好坏，直接影响到旅游产品的销售和生产。

旅游产品设计得好，不仅能够引导旅游者的旅游需求，同时，由于合理地配置了资源，盘活了供给，还可以带动当地其他行业需求的增长，甚至可以提升当地的政治、经济、社会形象。

所以，旅游产品设计对于旅游业发展、区域旅游开发、旅游企业经营与发展、旅游者提高旅游体验等方面都有重要意义。

同时，旅游产品设计可以提高旅行社形象与经营效益，帮助旅游者选择旅游目的地、节省旅游费用和提高旅游体验。

因此，对于旅游产品设计的研究与实践，是旅行社经营管理的关键内容。

三、旅游产品设计的具体内容 随着人类社会需求的不断提高，旅游需求不断发生变化。

旅游者对旅游产品的种类、质量要求越来越高。

所以旅行社只有根据市场需求的变化，不断进行旅游新产品的开发设计，才能不断适应旅游消费者不断变化的旅游需求。

旅游产品设计的主要内容就是根据市场需求，对旅游资源、旅游设施、旅游活动等进行规划、设计、开发和组合。

具体包括：餐饮设计、住宿设计、旅游交通设计、游览内容设计、旅游购物设计、旅游娱乐设计，以及导游词的设计等。

根据旅游者的消费需求，旅游产品设计一般分为经济型、标准型、豪华型三个档次。

（一）餐饮设计 根据旅游者的消费需求，旅游产品中的餐饮设计也分为三个档次。

1.经济型 根据经济型客人的需求，餐饮设计多以“八菜一汤”的标准为主，以让客人吃饱为目的。

2.标准型 此类餐饮设计多以标准菜单为主，以地方风味餐为辅。

在满足旅游者吃饱需求的同时，还能让客人品尝一下旅游目的地的特色美食，还可在餐饮中设计美食鉴赏等内容，以提升产品的品位，使餐饮从产品的基本组成部分变成产品的主要卖点之一。

<<旅游产品设计与操作>>

编辑推荐

《旅游产品设计与操作》适合作为高职旅游管理专业教材，也可作为从事旅游产品的策划与运行人员的培训用书。

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>