

<<旅游商品开发实务>>

图书基本信息

书名：<<旅游商品开发实务>>

13位ISBN编号：9787309024180

10位ISBN编号：7309024184

出版时间：2000-01

出版时间：复旦大学出版社

作者：吴广孝

页数：255

字数：213000

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>

## <<旅游商品开发实务>>

### 内容概要

本书针对21世纪旅游业发展的新趋势，首先提出了“大旅游”等一系列新概念、新构想，并在大旅游的背景下，从介绍、分析旅游业的最小细胞——旅游商品入手，分析了其基本构成、各种组合及其与中外文化、环境、市场营销等等的关系。

作者在书中紧密联系中国旅游业的发展现状，精辟分析了国内外旅游机构在开发旅游商品方面的各种新方法、新思路，并提出了许多有价值的新观念。

旅游商品开发是广大旅游业从业人员的必修科目，实用性、操作性极强。

本书的推出既可满足国内各旅游院校、旅游机构培养人才的需要，又可供旅游业从业人员自学进修。

## &lt;&lt;旅游商品开发实务&gt;&gt;

## 书籍目录

1. “大旅游”与旅游意识 1.1 “大旅游” 1.2 旅游意识 1.3 从“大旅游”的高度来认识旅游商品开发 2 什么是旅游商品 2.1 旅游商品和旅游产品两个概念的混用 2.2 旅游商品概念诸说 2.3 旅游商品学的产生 2.4 旅游商品学的定义及其研究目的 2.5 旅游商品的物质因素和精神因素 2.6 旅游商品的特殊性 2.7 旅游商品的实在性 2.8 旅游商品的构成 3 旅游商品构成中的服务 3.1 旅游商品中的可视旅游服务 3.2 旅游商品中的不可视旅游服务 3.3 旅游服务是旅游资源 3.4 旅游服务应是全方位的服务 3.5 21 世纪旅游服务 4 旅游商品构成中的组合及其组合之一——交通组合 4.1 旅游交通组合的一般作用 4.2 旅游者对旅游交通组合的基本要求 4.3 交通组合的情趣 4.4 旅游交通组合的特殊作用 4.5 豪华列车之旅 4.6 旅游风景区内的旅游交通组合 4.7 21 世纪旅游者对旅游交通组合的要求 5. 旅游商品构成中的居住组合 5.1 旅游居住组合的作用及重要性 5.2 旅游者对旅游居住组合的基本要求 5.3 旅游居住组合的风格 5.4 火柴盒式宾馆的改造 5.5 面向 21 世纪的世界酒店业 6. 旅游商品构成中的饮食组合 6.1 饮食组合的基本内容 6.2 饮食组合的基本作用 6.3 饮食组合的特殊作用 6.4 旅游者对饮食组合的要求 6.5 旅游饮食组合的格调 6.6 怎样让旅游者吃饱、吃好 6.7 开发旅游饮食组合中的文化 6.8 旅游风景区内特定环境中的饮食组合 6.9 中国的烹调 6.10 “喝”应当成为构成旅游商品的独立组合 6.11 茶文化与茶道 6.12 酒文化与白兰地 6.13 烟文化及哈瓦那雪茄 7 旅游商品构成中的游览组合 7.1 旅游游览组合的核心 7.2 游览组合的改善首先是提高全民族的文化素质 7.3 游览点的作用 7.4 旅游者对游览点的要求 7.5 游览点开发的基本要求 7.6 我国人造景观和微缩景区建设应注意的几个问题 7.7 游览点建设的新趋势——游览和科技相结合 8 旅游商品构成中的购物组合 8.1 旅游纪念品的定义 8.2 旅游纪念品的品格 8.3 旅游纪念品的开发 8.4 中国旅游纪念品的现状 8.5 旅游者和旅游纪念品 8.6 旅游购物组合的作用 9. 旅游商品构成中的休憩娱乐组合 9.1 旅游休憩娱乐组合的地位和作用 9.2 旅游休憩娱乐组合的类型 9.3 面向 21 世纪的休憩娱乐 10. 旅游商品构成中的环境卫生组合 10.1 中外厕所小史 10.2 厕所的象征意义 10.3 当代旅游发达国家的旅游厕所 10.4 “厕所革命”成功的原因 10.5 “厕所革命”的效益 10.6 中国 80 年代的旅游厕所 10.7 中国旅游界的“厕所革命” 10.8 中国旅游界“厕所革命”的误区 10.9 旅游垃圾 11. 旅游商品构成中的路线和日程、声誉及特色组合 11.1 旅游路线和旅游日程的差异 11.2 旅游路线和旅游日程的作用 11.3 旅游声誉组合的产生 11.4 旅游声誉组合的种类 11.5 旅游商品构成中的特色组合 12. 旅游商品与生态环境 12.1 生态环境的构成 12.2 旅游商品的开发对生态环境的影响 12.3 正确处理旅游商品开发与生态环境的关系 12.4 我国人造景观投资应适当调整和转移 13 旅游商品与文化 13.1 旅游商品与中华传统文化 13.2 旅游商品与域外文化 13.3 正确对待自己, 正确对待别人 14 旅游商品的开发 14.1 旅游商品开发的战略 14.2 旅游商品开发的策略 14.3 旅游商品开发的过程 14.4 开发决策 14.5 旅游商品开发和科技 14.6 旅游商品开发和设计 14.7 旅游商品开发总体设计文本 14.8 旅游商品开发三十六计 15. 旅游商品和旅游市场 15.1 旅游市场的种类 15.2 旅游市场信息的收集 16. 旅游商品和市场营销 16.1 营销理论简介 16.2 营销方式 16.3 营销的具体办法 16.4 推销员 16.5 大众推广 16.6 营销活动 17 旅游市场营销文化 17.1 旅游市场营销文化的内涵和主要内容 17.2 旅游影视 17.3 旅游摄影 17.4 旅游出版物 17.5 旅游市场营销纪念品 17.6 旅游文艺后记

<<旅游商品开发实务>>

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>