

<<旅游目的地竞争力管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游目的地竞争力管理>>

13位ISBN编号：9787310023899

10位ISBN编号：7310023897

出版时间：2006-1

出版时间：南开大学出版社

作者：(加)里奇

页数：437

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>

## <<旅游目的地竞争力管理>>

### 前言

同很多其他出版作品一样，本书是作者出自爱好而辛劳的成果，是作者根据自己的理解，对决定旅游业成功发展的基本要素进行汇总和阐释的一次尝试。

正如本书书名所反映的那样，我们探讨的中心是旅游目的地。

虽然有些旅游著作往往都是基于其他角度进行探讨，但我们认为，从旅游管理工作的视角看，旅游目的地乃是众多层面的旅游问题赖以依托的基础单位。

其他一些作者多是围绕旅游的不同侧面进行探讨，例如有的专门探讨旅游体验和旅游行为，等等（Pizam and Mansfeld, 1996）。

这种类型的探讨当然也是非常恰当的。

目前正在增多的情况是，很多人都在基于环境保护或者从可持续旅游发展的视角去研究旅游（Swarbrooke, 1999）。

另外，相当一大批人则选择了较为“微观”的研究视角，集中探讨旅游企业的成功运营（Lefever, 1996），还有很多人重点研究旅游市场营销（Morrison, 1989）。

虽然所有这些基于不同视角的旅游研究都很有价值，但我们认为，聚焦于整个目的地乃是旅游目的地管理者所必须采纳的整合性视角。

如果要想理解、贯通和掌握所有决定一个旅游目的地成功发展的要素，人们就必须采纳这一整合性视角。

## <<旅游目的地竞争力管理>>

### 内容概要

《旅游目的地竞争力管理》研究了旅游学科的竞争力管理内容，它以较新的视角系统而全面地反映了国际最新管理理念和模式，并为业界的实际工作提供了有益而又及时的指导。该教材具有前瞻性、系统性、指导性强的特点，适合作旅游专业高年级本科生及硕士、博士研究生的教材，同时也可作旅游专业教师和业内人士的参考用书。

## <<旅游目的地竞争力管理>>

### 书籍目录

出版说明序鸣谢前言第1章 旅游目的地竞争及可持续性状况的演进第2章 基本概念和基础理论第3章 旅游目的地竞争力模型第4章 宏观环境：影响世界旅游业的全球性因素第5章 竞争(微观)环境：目的地和旅游系统第6章 核心资源和吸引力因素：目的地吸引力的实质第7章 辅助性设施和资源：提升目的地吸引力的因素第8章 目的地政策、规划和开发第9章 目的地管理：维持可持续竞争优势的关键第10章 限制性和放大性因素：目的地潜力的影响要素第11章 旅游目的地审计：模型在实践中的运用译后记

## <<旅游目的地竞争力管理>>

### 章节摘录

3 旅游目的地竞争力模型 在第二章中,我们介绍了一些基础理论,本章则主要讨论旅游目的地竞争力概念性模型 (conceptual model) 的构建。

在分析竞争力时,掌握比较优势和竞争优势的知识固然大有裨益,但是,如果要帮助管理人员找到旅游目的地今天所面对的纷繁复杂的战略问题的答案,我们的概念性模型则需要透过这些概念知识的表层意义,更加深入地揭示它们在旅游目的地管理中的真正意蕴。

也就是说,为了使这些概念在目的地管理中更加适用,我们需要进一步探讨资源禀赋和资源配置的范畴(在第二章中已经做了简要阐述),以便恰到好处地运用这些概念去测定目的地竞争力。

什么是概念性模型,概念性模型的作用是什么?

概念性模型是一种方法,这种方法可为人们面对复杂问题提供一种有效的思维方式。

大多数概念性模型都旨在描述各个不同概念和因素间的关系结构。

因为概念性模型中运用了诸如图表、数字、流程图或其他类型的二维或三维工具等图示方法,因而有助于解释高深的概念。

概念是理论的构件,由符号(通常是一个词或专业术语)和定义两部分组成。

纽曼(Neuman, 1994, 第三章)详细阐释了概念和概念性模型在理论构建中的重要性和用途。

同时,概念性模型也是概念的集合,这些概念共同形成了一个“意义网”(web of meaning)。

因此,概念性模型对我们更加清晰地了解(在本案例中)哪些因素影响旅游目的地竞争力很有帮助。

模型是对某种现象的简要描述,而现象本身往往比其模型所展现的情况要复杂得多。

作为一个好的模型,其特点是简约,所谓简约性模型则意味着能够以最小的复杂性实现最大程度的解释力。

.....

<<旅游目的地竞争力管理>>

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>