

<<旅游目的地开发手册>>

图书基本信息

<<旅游目的地开发手册>>

内容概要

旅游行业具有高度的竞争性。

当人们计划长期度假或短暂休息、商务拜访或会议旅游时，可供选择的潜在旅游目的地的数量已大大增加。

随着旅游标准和旅游者期望的不断提高，传统的度假型目的地已经不能完全依赖于游客的忠诚度而求得生存。

成功的旅游目的地——正如本书明确指出的那样，是那些具有与竞争对手相抗衡的比较优势，并能尽力克服劣势的目的地。

因此旅游目的地层次上的旅游发展规划是一个对资源和市场进行合理评价、制定行动计划和检验效果的循序渐进的过程。

在这个过程中应该： 开发目的地所独有的特性，并确定该特性所依存社区的需求定位； 确定目的地目标市场，并调整目的地的旅游产品和促销策略，从而满足目标市场的需求； 考虑并关怀目的地自身环境和遗产的重要性，同时努力使自己广受欢迎。

本书通过大量图表详细解释了旅游目的地开发战略准备中的诸多要素和具体实践步骤，对开发活动过程进行了解释性的指导。

<<旅游目的地开发手册>>

作者简介

克里·戈弗雷，牛津布鲁克斯大学旅游发展专业的主讲师和环境建设学院研究生部的主任。他负责旅游规划和开发及旅游与环境管理方面的课程设置。目前是英国皇家地理学会的会员。

杰基·克拉克，牛津布鲁克斯大学商学院营销与旅游专业的高级讲师。她曾经为航空公司和旅

<<旅游目的地开发手册>>

书籍目录

第1章 大惊小怪是为何 关于旅游发展 引言 什么是旅游规划 旅游与社区 对旅游影响的理解 开发领导和协调机制 对资源的理解 对旅游市场的理解 制定旅游战略 营销规划 发展客户服务 成功的衡量 寻求额外帮助 小结第2章 利益、恶果、丑陋面 理解旅游影响 引言 旅游影响的本质 经济变化 社会文化变化 环境变化 影响变化的因素 收益最大化与成本最小化 何去何从第3章 从哪里开始 旅游组织的基本原则 引言 旅游组织 小结第4章 我们有什么 理解旅游资源 引言 旅游资源的类型 旅游资源调查 接下来做什么第5章 我们需要谁 选择旅游者 引言 识别和描述旅游者群体 选择旅游者群体 何去何从第6章 如何实现目标 制定发展规划 引言 旅游战略过程 阶段1——识别机遇和约束条件 阶段2——设定发展目标 阶段3——设计行动方案 下一步是什么第7章 如何实现目标第8章 维持旅游者第9章 成功的衡量第10章 获取额外帮助

<<旅游目的地开发手册>>

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>