第一图书网, tushu007.com

<<旅游公共管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游公共管理>>

13位ISBN编号：9787310029877

10位ISBN编号：7310029879

出版时间：2008-8

出版时间：南开大学

作者：杨军

页数：227

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

前言

近年来，即使对旅游史毫不了解的人，也能切身感受到旅游活动的迅猛发展和日新月异。
入境游、国内游、出境游这三驾马车的纵横驰骋，让旅游现象异彩纷呈、繁花似锦，以其宏大的规模、深远的影响、广泛的渗透而改变着我们的社会、经济、自然、文化等方方面面，成为人类社会历史进程中一种极为重要的社会现象、经济现象和文化现象。
这种综合现象不仅表现为一种强大的经济力量，而且成为一种时尚的生活方式和多彩的文化形态。
如何去正确地理解、把握、驾驭它，通过有效的管理，最大化其给人类带来的福利，克服其自身带来的不利影响，使其沿着健康、科学和可持续的方向发展，是理论与实践方面必须深入思考的一个重要课题。
改革开放30年来的旅游实践，使我国各界对旅游现象的认识不断深化，旅游价值取向也随之先后经历了服务外交、赚取外汇、拉动内需、扩大就业、增加福利等阶段，旅游活动的社会功能、文化功能、福利功能、政治功能等非经济功能日益受到人们的重视，人们越来越习惯于以一种综合性的视角来审视旅游现象。

随着旅游实践的发展、价值取向的转化和地理学、文化学、社会学、人类学、福利学、伦理学等诸多学科对旅游现象研究的积极介入，人们发现仅凭传统的经济学、管理学已经无法全面解释纷繁复杂的旅游现象，建立在经济学、管理学理论基础之上的单一旅游管理模式(行业管理)也已经无法适应旅游活动综合管理的要求(现象管理)，并在一定程度上制约着旅游管理水平的提高和旅游活动的发展。
因此，顺应旅游活动综合性的要求，用多维的视角来审视旅游现象，不断创新旅游管理的理念、内涵、模式、方法，不仅必要，而且迫切。

内容概要

本书共分为八章，其中在第一章简要阐明了旅游公共管理的基本内涵、第二章全面剖析了旅游公共管理的四大要素的基础上，重点在第三章论述了旅游管理从行业管理向经济管理提升的协同理论；第四章论述了旅游管理从条带管理向板块管理拓展的目的地理论；第五章论述了旅游管理从产品营销向目的地营销跨越的整合营销理论；第六章论述了旅游管理从市场失灵矫正向政府失灵矫正推进的旅游干预理论；第七章论述了旅游管理从经济管理向福利管理渐进的旅游福利理论。
为了进一步增加本书对旅游管理实践的针对性，还在第八章分析论述了旅游管理实践中面临的一些主要热点难点问题。
本书可以作为广大旅游管理人员的学习培训用书和大专院校旅游公共管理方面的教学研究用书，也可以作为广大旅游企业管理人员的参考用书。

<<旅游公共管理>>

书籍目录

第一章旅游公共管理简论第一节公共管理的基本内涵一、公共管理的概念与内涵二、公共管理与行政管理的区别第二节旅游公共管理简论一、我国旅游管理理念面临转型二、旅游管理应向公共管理迈进三、旅游公共管理的两大属性四、旅游公共管理的基本原则五、旅游公共管理的主要特点六、旅游公共管理的主要职能七、目前我国旅游公共管理制约因素分析第二章旅游公共管理四要素第一节旅游公共管理的主体一、国家层面上的旅游公共管理机构二、建国前我国旅游管理主体的简单考察三、建国后我国旅游管理主体的演变第二节旅游公共管理的客体一、旅游活动的发展现状二、旅游活动起源辨析三、旅游活动的主要特性第三节旅游公共管理的方法与目的一、旅游公共管理的主要方法二、旅游公共管理的目的第三章从产业管理到经济管理：协同理论第一节旅游产业与旅游产业管理一、围绕旅游产业的争论二、对旅游产业的再认识：弹性产业三、弹性产业理论对旅游公共管理的启示第二节旅游经济与旅游经济管理一、旅游产业与旅游经济的关系二、旅游经济在国民经济中的作用三、我国旅游经济在国民经济中的地位四、我国旅游经济管理方面存在的问题第三节旅游协同理论一、旅游协同的理论基础二、旅游协同的基本原则三、旅游协同的现实约束四、旅游协同的实现路径第四章从条带管理到板块管理：目的地理论第一节旅游系统概述一、系统论与旅游公共管理二、旅游系统第二节旅游目的地理论一、旅游目的地概述’二、旅游目的地的引力构成三、影响旅游者目的地选择行为的因素四、旅游目的地的生命周期五、旅游目的地环境承载力第三节旅游目的地管理模式一、传统旅游管理模式亟待创新二、板块式管理的理论基础三、目的地管理新思维四、目的地管理的着力点第五章从产品营销到目的地营销：整合营销理论第一节政府视野中的旅游营销一、营销是旅游公共管理的内核二、目前政府旅游营销存在的主要问题第二节旅游目的地营销新理念一、目的地营销的概念二、目的地营销的层级结构三、目的地营销的着力点四、目的地营销的主要策略五、目的地形象与游客决策第三节目的地整合营销理论一、旅游整合营销理论及其初步实践二、旅游整合营销的动力机制三、旅游整合营销的主要路径第六章从市场失灵到政府失灵：旅游干预理论第一节旅游市场失灵的表现与原因一、旅游市场是不完全市场二、旅游市场存在信息不对称三、旅游活动存在明显外部性第二节旅游道德失灵的表现与原因一、旅游道德失灵的表现二、旅游道德失灵的原因第三节政府干预与政府失灵一、旅游公共管理中的政府干预二、旅游公共管理中的政府失灵三、旅游公共管理中政府失灵的矫正第七章从经济管理到福利管理：旅游福利理论第一节旅游影响及其管理一、旅游活动的两重性二、旅游活动的主要负影响三、旅游负影响的防控第二节旅游福利管理一、旅游与福利二、从经济管理向福利管理渐进第八章旅游公共管理热点难点问题透析第一节旅游诚信问题一、旅游诚信危机二、旅游与诚信三、旅游诚信缺失的原因四、旅游诚信体系的构建第二节旅游资源管理及景区治理一、目前旅游资源管理与景区治理中的难题二、目前旅游资源管理体制与景区治理模式改革问题三、改进旅游资源管理体制与景区治理模式的基本思路第三节旅游规划及其管理一、对当前旅游规划的认识二、旅游规划的优化后记

章节摘录

二、建国前我国旅游管理主体的简单考察由于真正意义上的旅游产业形成于改革开放之后，建国前的旅游业微乎其微，旅游公共管理的概念根本没有形成，就连最基本的旅游行政管理也是凤毛麟角、残缺不全，并未形成系统性的管理体系。
加之历史资料的欠缺，很难对其进行详细深入的考察。
但为了更全面地了解我国旅游管理的沿革，只能根据有限的资料，以当时旅游业较为发达的杭州为例，管中窥豹，做一个主观的感觉和粗略的考察。
由于杭州独特的地理位置和旅游资源，解放前，杭州的旅游产业已经有所发展。
据民国二十年(1931年)《杭州市经济调查》资料，当时有旅馆168家，从业人员1528人；有菜馆80家，从业人员1143人；有饭店258家，从业人员891人；有面点店283家，从业人员1044人。
著名的旅馆有大华饭店、蝶来饭店、西湖旅馆、清泰旅馆、环湖旅馆、沧州饭店等。
著名的菜馆有楼外楼、天外天、功德林、天香楼、王润兴等，面点有奎元馆、状元馆、知味观等，它们精心烹制的“西湖醋鱼”、“龙井虾仁”、“东坡肉”、“虾爆鳝”、“猫耳朵”、“吴山酥油饼”等地方特色的名菜、名点，为中外游人所赏识。
具有地方特色的旅游纪念商品，除传统的茶叶、剪刀、绸缎外，还有丝织风景、西湖绸伞、西湖藕粉和昌化小核桃等。
经营旅游业务的旅行社，在民国十二年(1923年)成立了中国旅行社杭州分社，又称杭州中国旅行社，是杭州建立最早的旅行社。
民国三十六年(1947年)又成立了太平洋旅行社。
另外还有一些非专业性的旅行社。
民国时期杭州的旅游管理接待机构，开始设有外交部特派浙江交涉署，民国十八年(1929年)裁撤，自次年起，归并市政府办理。
杭州市政府于民国二十一年(1932年)成立了杭州市游客局，从事旅游宣传和接待工作，民国二十三年(1934年)裁撤，归并市政府秘书处兼办。
市政府还组建杭州市旅游事业研究委员会，对旅游业进行组织协调工作。
民国三十六年(1947年)成立杭州名胜导游处，指导游览事宜。
① 通过以上介绍，我们可以看出，解放前，杭州的旅游业已经有了一定规模，旅游管理机构虽变化频繁，主要侧重于接待和宣传，但也有了一定的基础，尤其是成立杭州市旅游事业研究委员会，对旅游业进行组织协调工作，说明对旅游管理的综合性已经有所认识，并在机构设置上有所考虑。

第一图书网, tushu007.com

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