

<<旅游公共关系学>>

图书基本信息

书名：<<旅游公共关系学>>

13位ISBN编号：9787560950150

10位ISBN编号：7560950159

出版时间：2008-12

出版时间：李祝舜 华中科技大学出版社 (2008-12出版)

作者：李祝舜 编

页数：267

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>

<<旅游公共关系学>>

前言

2008年是“改革开放”30周年，回顾30年来我国旅游高等教育从无到有、从弱到强的发展，其过程是艰辛的，其成就也是巨大的。

改革开放以来，我国旅游高等教育基本可以划分为三个阶段：第一阶段是1978年至1988年的10年探索性发展期，这是我国旅游管理专业高等教育发展的起步阶段。

国家旅游局是该时期我国旅游高等教育的主要推动力量，在当时联合国内八所高等院校开办了最早的旅游系或者旅游专业。

第二阶段是1989年至1995年的7年成长性发展期，这是我国旅游管理专业高等教育发展的培育阶段。

该时期旅游高等教育的发展动力主要来自旅游业对人才的需要和高等院校自身发展的要求，不断加速的旅游产业化进程引起了各地政府和高等院校的普遍重视，而旅游管理专业毕业生的“抢手”则进一步增强了高校开办旅游管理专业教育的信心。

第三阶段是从1996年至今的规范性发展时期，这是我国旅游管理专业高等教育发展的成熟阶段。

该时期我国旅游业国内地位的提高和国际影响的扩大，为我国旅游高等教育体系的构建和规范化发展提供了新的机遇和动力，一方面开办旅游专业的高等院校有了较大幅度的增长，另一方面很多院校在课程设置、师资、教材等方面进行了规范化建设。

然而，需要我们清醒认识到的是，我国旅游高等教育在快速的发展过程中也存在一定的问题，比如在人才培养目标上定位不清晰、在教学培养模式上理论教育与实践教学脱节等。

鉴于此，我们编写了这套实用型的系列教材，并期望在下列几个方面做出一些成绩，为推进我国旅游高等教育的持续健康发展贡献绵薄之力。

<<旅游公共关系学>>

内容概要

旅游业是新世纪新兴的动力产业，旅游公共关系学是旅游知识创新体系不可或缺的组成部分。

《旅游公共关系学》以三大基本要素和三大基本活动架构了旅游公共关系学的内容体系，《旅游公共关系学》共分八章，包括绪论，旅游公共关系主体、客体和传播媒介，旅游公关礼仪、旅游公关专题活动及旅游公关危机应对处理，旅游公共关系语言等。

《旅游公共关系学》注重理论与实践的统一、系统性和实用性的结合，强调实用性和可操作性。

《旅游公共关系学》适合作高等院校本科旅游类专业学生的教材，也可用作高等职业教育、自学考试的专业教材，还可用作旅游行业中高级管理人员、公共关系人员的培训教材。

<<旅游公共关系学>>

作者简介

李祝舜 1950年7月生，福建泉州人，大学毕业，福建省华侨大学旅游副教授。
分别担任福建省惠安县、永春县、南靖县和南平市延平湖“旅游发展规划”的项目负责人或参加者。
主要学术成果：论著《旅游公共关系学》（高教出版社，1990主编）、《旅游美学》（海潮摄影艺术出版社，1996年编委）、《青年心理教育与咨询》（厦大出版社，1993编委）；论文《略论中国饭店名牌策略》、《中外合资酒店人力管理之中国特色》、《激励理论在中国饭店管理中的应用》、《商品住宅市场应强化品牌意识》、《静态人文景观的观赏美感》、《茶文化与旅游》、《李侗哲学思想初探》等20多篇论文，刊于《华大学学报》、《发展研究》、《旅游科学》、《农业考古》等。

<<旅游公共关系学>>

书籍目录

第一章 旅游公共关系概述 课前导读 第一节 旅游业与公共关系 第二节 公共关系界定 第三节 旅游公共关系学概述 第四节 旅游公共关系的基本职能 关键概念复习与思考 第二章 旅游公共关系主体 课前导读 第一节 旅游公共关系主体概述 第二节 旅游公共关系主体的工作目标 第三节 旅游组织公共关系机构和人员 关键概念复习与思考 案例分析 第三章 旅游公共关系客体 课前导读 第一节 旅游公共关系客体概述 第二节 旅游公共关系的内部公众 第三节 旅游公共关系的外部公众 关键概念复习与思考 案例分析 第四章 旅游公共关系传播 课前导读 第一节 传播概述 第二节 公共关系传播媒介 第三节 旅游公共关系与新闻媒介 第四节 旅游公共关系广告 第五节 旅游公共关系与自控媒介 关键概念复习与思考 案例分析 第五章 旅游公共关系礼仪 课前导读 第一节 旅游公共关系礼仪概述 第二节 旅游公关的个人礼仪 第三节 旅游公关的公务礼仪 第四节 旅游公关的社交礼仪 关键概念复习与思考 案例分析 第六章 旅游公共关系专题活动 课前导读 第一节 公共关系谈判 第二节 新闻发布会 第三节 展览会 第四节 社会赞助 第五节 庆典活动 第六节 旅游公共关系专题活动的策划和现场推出 关键概念复习与思考 案例分析 第七章 旅游公共关系危机处理 课前导读 第一节 旅游投诉的受理和处理 第二节 旅游公共关系的危机意识 第三节 旅游公共关系的危机防范 第四节 旅游公共关系的危机处理程序和策略-I 关键概念复习与思考 案例分析 第八章 旅游公共关系语言 课前导读 第一节 旅游公共关系语言技巧 第二节 旅游应用文写作 第三节 电子读物 关键概念复习与思考 案例分析 参考文献 后记

章节摘录

第一节 旅游公共关系主体概述在分析旅游公共关系行为主体时，首先要分析旅游组织自身的性质、类型、特点及与客体共处的社会环境。

一、旅游组织的构成（一）旅游组织的类型各种类型的旅游组织为旅游活动提供了基本的保证，是旅游业赖以存在和发展的支柱，也是旅游公共关系的行为主体。

旅行社、饭店、旅游交通是旅游业的三大支柱，同时还有一些直接或间接的旅游组织。

1.旅行社自从1841年世界第一家旅行社——托马斯·库克旅行社诞生，旅游成为世界性的社会活动以来，在旅游行业结构中，旅行社一直是旅游业的龙头行业，它对旅游行业中的其他行业组织起着强烈的带动或制约作用。

旅行社的主要功能就是组合和销售旅游产品，即设计和出售旅游线路。

旅游者在旅游过程中的食、住、行、游、购、娱等活动，多由旅行社进行组织和安排，从而使其他有关行业的旅游组织所提供的产品和服务为旅游者所消费。

2.饭店饭店也称酒店、宾馆，饭店和旅社是旅游行业中的重要组成部分，其主要功能是为餐饮、住宿、娱乐和社会交往等提供条件，既能满足旅游者物质上的需求，也能满足广泛的社会公众的精神和物质综合需求。

旅游者旅游活动中的大部分时间都是在饭店度过的，饭店还成为社会名界经营活动和社交活动的主要场所之一。

后记

改革开放后，随着经济和社会各项事业的迅速发展，国家也采取了一系列重大措施鼓励旅游业发展，旅游及旅行业的三大主要领域——入境旅游、国内旅游和出境旅游均得到了快速发展，旅游业规模不断扩大，我国在20世纪后期的22年内，已经实现从旅游资源大国到亚洲旅游大国的历史性跨越。21世纪初，中国旅游制定了2020年远景目标纲要，准备用20年左右的时间跻身世界旅游强国，而在2007年，世界旅游组织（WTO）预测，到2015年中国将成为全球旅游第一目的地国和第四客源国。旅游业已经不是一个简单的经济产业，而是在经济和社会发展过程中产生多功能全方位作用的动力产业；旅游经济是特色经济，没有特色就不可能吸引客人，没有特色也无法在市场上形成影响；旅游作为新兴产业，需要新的知识体系，需要新型的人才，只有构筑国家旅游知识创新体系，才能全面推动旅游业增长。旅游公共关系学作为这一创新体系的组成部分，将发挥着越来越大的积极作用。

<<旅游公共关系学>>

编辑推荐

《旅游公共关系学》适合作高等院校本科旅游类专业学生的教材，也可用作高等职业教育、自学考试的专业教材，还可用作旅游行业中高级管理人员、公共关系人员的培训教材。

<<旅游公共关系学>>

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>