第一图书网, tushu007.com

<<旅游景区管理学>>

图书基本信息

书名：<<旅游景区管理学>>

13位ISBN编号：9787560952338

10位ISBN编号：756095233X

出版时间：2009-5

出版时间：华中科技大学出版社

作者：黄其新 编

页数：298

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

第一图书网, tushu007.com

前言

2008年是“改革开放”30周年，回顾三十年来我国旅游管理高等教育从无到有、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，我国旅游管理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管理高等教育的主要推动力量，在当时联合国内8所高等院校开办了最早的旅游管理系或者旅游管理专业。
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。该时期旅游管理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，为我国旅游管理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，一方面开办旅游管理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，我国旅游管理高等教育在快速的发展过程中也存在一些的问题，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。
有鉴于此，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，为推进我国旅游管理高等教育的持续健康发展贡献绵薄之力。

第一，凸显专业应用特色。
旅游管理专业是典型地应用型专业，在教学过程中理所当然地要在各个环节有意识地体现出其应用性的特点，因而在教材建设上也相应地需要在理论阐述的同时丰富其实务内容。
为此，我们在为本丛书中的每一部教材精心遴选作者时都尽量吸纳学界和业界的专家共同参与，以使教材既有所需的理论深度，又能反映行业最新动态。
在体例和版式设计上，我们也尽可能安排案例解析、补充阅读等。

第二，推广优质教学资源。
旅游示范院校和各级旅游精品课程集中着较多的优质教学资源，如何将这些优质资源统合起来并广泛地传播开去，使更多学校和学生受益也是值得思索的重要问题。

第一图书网, tushu007.com

<<旅游景区管理学>>

内容概要

本书在吸收和借鉴国内外旅游景区管理研究最新成查的基础上，力求全面地阐述旅游景区管理的理论和方法，本书在体例编排上有所创新，强调通过课前导读、本章案例、本章小结、复习思考等形式帮助读者掌握内容。

第一图书网, tushu007.com

<<旅游景区管理学>>

书籍目录

第一章　旅游景区的概念、类型与发展状况　课前导读　第一节　旅游景区的概念和类型　第二节　旅游景区的发展历程　第三节　我国旅游景区的等级划分　本章案例　本章小结　关键概念　复习思考题第二章　旅游景区管理的理念、目标和内容　课前导读　第一节　旅游景区管理的核心理念　第二节　旅游景区管理的目标、职能和内容　本章案例　本章小结　关键概念　复习思考题第三章　旅游景区战略管理　课前导读　第一节　旅游景区战略管理概述　第二节　旅游景区战略环境分析　第三节　旅游景区总体战略的选择　本章案例　本章小结　关键概念　复习思考题第四章　旅游景区组织管理 课前导读 第一节　旅游景区组织管理的概念 第二节　旅游景区组织系统的建立 第三节　旅游景区组织的管理体制 本章案例 本章小结 关键概念 复习思考题第五章　旅游景区资源与产品管理　课前导读　第一节　旅游景区资源的分类与评价　第二节　旅游景区产品的开发与设计　第三节　旅游景区产品的生命周期　本章案例　本章小结　关键概念　复习思考题第六章　旅游景区财务管理　课前导读　第一节　旅游景区财务管理概述　第二节　旅游景区投资与赢利　第三节　旅游景区成本费用控制　本章案例　本章小结　关键概念　复习思考题第七章　旅游景区营销管理　课前导读　第一节　景区营销调研与目标市场选择 第二节　旅游景区产品策略　第三节　旅游景区销售渠道策略　第四节　旅游景区促销策略　本章案例　本章小结　关键概念　复习思考第八章　旅游景区人力资源管理第九章　旅游景区服务质量管理第十章　旅游景区环境质量管理第十一章　旅游景区信息化管理第十二章　旅游景区安全和危机管理参考文献后记

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

第一章　旅游景区的概念、类型与发展状况　　第一节　旅游景区的概念和类型　　旅游景区是一个国家和地区人文资源、自然景观的精华，是展示民族文化和民族历史的重要窗口。
从旅游行业发展的角度来看，旅游景区是旅游活动的核心和空间载体，是旅游系统中最重要的组成部分。
观赏旅游景区是人们旅行的主要动机。
在一定意义上可以说，整个旅游业都是依附于旅游景区而存在的。
因此，旅游景区管理在整个旅游业管理中占据着非常重要的地位，其成败得失从宏观方面而言，可能会直接影响到一个国家和地区整体旅游业的健康发展，从微观方面看则会直接影响到相关旅游景区的经济效益和社会美誉度。
　　一、旅游景区的定义　　旅游景区（tourist attraction）是旅游业的重要组成部分，它由一系列相对独立景点构成，是供人们从事经营活动，能满足旅游者观光、休闲、娱乐、科考、探险等多层次精神需求，具有明显的地域边界、相对独立的小尺度空间的旅游地。
根据这个定义，一个经营性的旅游景区至少应包含以下五个要素条，件①：①经营主体，即有统一的经营管理机构对景区进行管理；②独立职能，即景区应是一个独立的职能单位，要有专门的人、财、物和场所；③空间范?围，即景区的空间地域范围应是明确固定的；④旅游功能，即应满足游客的旅?
　　游消费需求；⑤服务设施，旅游景区要有必要的服务设施，如交通设施、住宿设施、餐饮设施等，这样才能为旅游者提供相应的服务产品。
　　二、旅游景区的地位　　旅游景区是旅游业的核心要素，是旅游产品的主体成分，是旅游产业链中的中心环节，是旅游消费面的吸引中心，是旅游产业面的辐射中心。
旅游景区的地位和作用具体体现在以下三个方面。
　　（一）旅游产业的核心要素　　旅游景区是旅游业发展的基础，在旅游产业的食、住、行、游、购、娱六大要素中居于核心地位。
旅游景区是旅游吸引力的根本来源，是旅游活动的直接动因和旅游消费的吸引中心。
人们选择旅游目的地，安排旅游行程，首先考虑的是旅游景区的吸引力程度，其次才考虑交通及其他配套设施的完善程度。
从这个意义上说，旅游景区是旅游业六大要素中的核心要素，其他各要素只是配套条件和辅助要素。
国家旅游局发布的《2005年中国旅游景区发展报告》显示，我国旅游景区已经达到2万处，形成我国旅游业的半壁江山。
　　（二）社会文明的窗口与地方形象的载体　　旅游景区通常是社会文明的窗口、地方形象的载体，在地方经济社会发展中发挥着重要作用。
在市场经济条件下，一个好的景点就是一张名片，对区域经济会产生很强的市场影响力。
例如，黄山是国内外知名的旅游景区，品牌知名度远远高于其所在地屯溪；知道张家界的人很少知道湖南省有个大庸；云南中甸，在“香格里拉”热以前也是默默无闻。
为了利用名山、名景促进地方经济发展，近年来不少地方纷纷更名，黄山市、张家界市、香格里拉县应运而生。
除此之外，旅游景区还是地方文化和历史文化的重要载体。
在我国少数民族地区，民族文化是旅游景区的重要内涵，景区中的歌舞节目和节庆活动都浓缩了民族文化的精华，所以旅游景区不仅是民族文化展示的载体，还是民族文化保存和发展的舞台。
一些旅游景区特别是文化遗产地，还是我国璀璨历史文化的杰出代表。
长城、故宫、秦始皇陵兵马俑、都江堰工程、敦煌壁画等世界自然和文化遗产，都是华夏文明史上先进文化和先进科技的缩影，凝聚着人类文明和杰出智慧。
　　（三）旅游产业发展的增长点　　在旅游产业发展过程中，作为旅游吸引力根本来源和旅游消费原动力的旅游景区，对其开发建设成为产业扩张的重点，其经营管理成为产业发展的着力点，其消费能力成为旅游经济新的增长点。
我国到2020年建设成为世界旅游强国目标的实现，有赖于培育和建设一大批具有世界影响力和竞争力

第一图书网, tushu007.com

的旅游景区精品。
加快我国旅游业发展要实施精品战略，努力建设和推出一批在海内外市场上影响力大和竞争力强的旅游景区、景点和旅游线路，推进旅游产品多样化，要进一步丰富和优化旅游景区的产品和服务，增加旅游产品的文化科技内涵，提高参与性和吸引力，要突出地方特色和民族特色。
为了加快旅游资源开发，加强旅游景区建设，国家设立了“旅游资源开发与保护基金”，对开发旅游景区进行大力扶持，并积极利用国家长期国债资金，重点支持旅游景区特别是中西部地区的旅游基础设施建设。
旅游国债项目的实施有力地带动了地方各级政府增加旅游基础设施的投入，使得旅游景区（点）的旅游专用公路、游览步道，以及一大批供电供水、垃圾污水处理、环境整治、安全保障设施得到了很好的改造和完善，扩大了旅游景区环境容量，增加了旅游产品供给，对推动全国特别是中西部地区现实旅游生产力的形成和增长产生了积极作用。
可以预计，随着旅游基础设施的改善和旅游配套功能的完善，旅游景区在旅游产业发展中的核心地位和作用将凸显出来，成为新时期我国旅游经济的主要增长点。
三、旅游景区的基本类型　　对旅游景区进行分类，有助于了解旅游景区的性质，提高旅游景区的管理效率和服务水平。
分类角度的不同，旅游景区的分类结果也会有很大的不同。
一般地，旅游景区的类型可以从资源属性、经济属性等角度进行划分。
（一）自然景观类景区和人文景观类景区　　由于旅游景区与旅游资源的关系十分密切，对旅游景区的分类往往参照旅游资源的分类系统，旅游景区可以划分为自然景观类景区和人文景观类景区两大类。
以自然景观为主的景区称为自然景观类旅游景区，这类旅游景区往往是由多个自然类旅游景点组成，并辅以一定的人文景观的相对独立的景区，以名山大川和江河湖海为代表。
如黄山、西湖、九寨沟、张家界和尼亚加拉大瀑布等。
自然类旅游景区又可以分为山地型自然旅游景区、森林型自然旅游景区、水景型自然旅游景区、洞穴型自然旅游景区以及综合型自然旅游景区等五个亚类。
人文景观类旅游景区是由多个人文旅游景点组成，并以一定的自然景观为背景的相对独立的景区。
典型的代表如故宫、颐和园、八达岭、上海东方明珠、巴黎卢浮宫等。
人文景观类旅游景区又可分为历史文化名城、古代工程建筑、古代宗教、古代园林以及综合型人文旅游景区等五个亚类。
（二）经济开发型景区和资源保护型景区　　旅游景区也可划分为经济开发型景区和资源保护型景区两大类。
前者完全以赢利为目的，基本采用现代企业管理模式；后者以公共资源为依托，以资源保护为主要目的，且政府对其管理的干预程度较高。
①　　经济开发型景区的主要目的是追求经济利益，其开发经营主体来源多样化，既可以是国有企事业单位，也可以是民营企业或外资企业，而且其资金来源也十分广泛。
但是，各种经营主体都有一个共同的特点，即基本上都采用了现代企业管理模式，能够遵循市场经济规律，采取政企分开、产权清晰、责权明确的管理模式。
主题公园、各类旅游度假区都是典型的经济开发型景区。
资源保护型景区的管理目标具有多重性，其中保护生态环境、生物多样性、文物遗迹和地质遗存等关乎人类可持续发展的资源是这类旅游景区的首要管理目标。
因此，在很大程度上，资源保护型景区属于社会公共产品的范畴，如国家认定的风景名胜区、地质公园、森林公园、自然保护区、文物保护单位、博物馆等。
对于这类旅游景区来说，其旅游业的发展不能违背保护资源、遗迹和文物，并能促进社会可持续发展。
由于具有公共产品的属性特征，这类旅游景区在经营上具有明显的排他性和垄断性，政府对其干预程度较高。

第一图书网, tushu007.com

（三）其他的景区类型划分方法　　除了从资源属性、经济属性等几个角度对旅游景区的类型进行划分外，还有一些旅游学者提出了其他的旅游景区类型划分方法。
例如，美国旅游学家格尔德纳等人在《旅游业教程》一书中，把旅游景区划分为五大类型，如图1-1所示，即文化景区、自然景区、节庆活动、游憩景区和娱乐景区。
格尔德纳等的旅游景区概念范围较为宽泛，他们把吸引人们前去观光旅行韵各类吸引物都包含在内，其中，节庆活动、旅憩景区和娱乐景区每年都吸引数以百万计的游客前去消费，向游客提供了观光、购物、娱乐、康乐等多种旅游休闲途径，格尔德纳认为它们都应属于旅游景区的概念范畴。

第一图书网, tushu007.com

<<旅游景区管理学>>

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