第一图书网, tushu007.com

<<客源国概况>>

图书基本信息

书名：<<客源国概况>>

13位ISBN编号：9787562328995

10位ISBN编号：7562328994

出版时间：2008-9

出版时间：华南理工大学出版社

作者：杨载田 主编

页数：221

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

内容概要

本书以实现中国“旅游强国”和2020年成为“世界最大旅游目的地国家”为目标，以让读者掌握尽量多的国际旅游市场基本理论知识、认识更多的旅游客源国家及更好地服务于中国21世纪国际旅游客源市场开拓为宗旨，对世界的六大国际区域旅游市场及其40个旅游客源国家旅游业与旅游市场形成的地理环境背景、旅游资源与旅游地的基本特征、现代国际旅游业与旅游市场的发展，以及与中国的旅游关系进行分析概括和总结，并有世界的国际旅游客源市场与中国专章总领全书，使理论性得到加强。本书内容丰富，资料翔实，语言文字清晰流畅，科学性与趣味性兼具，在风格上既融合了各家之长，又创新特色突出。
既可作为大专院校的实用教材，又可供旅游爱好者及旅游从业人员自学参考。

第一图书网, tushu007.com

<<客源国概况>>

书籍目录

第一章 世界的国际旅游市场与中国 第一节 世界的国际旅游客源市场 第二节 世界国际区域旅游市场的划分与发展 第三节 中国在世界国际旅游市场中的地位第二章 东亚及太平洋地区主要旅游国家 第一节 日本 第二节 韩国 第三节 朝鲜 第四节 蒙古 第五节 新加坡 第六节 马来西亚 第七节 泰国 第八节 菲律宾 第九节 印度尼西亚 第十节 澳大利亚 第十一节 新西兰第三章 欧洲地区主要旅游国家 第一节 英国 第二节 法国 第三节 荷兰 第四节 德国 第五节 俄罗斯 第六节 意大利 第七节 西班牙 第八节 瑞典第四章 美洲地区主要旅游国家 第一节 美国 第二节 加拿大 第三节 墨西哥 第四节 巴西 第五节 阿根廷 第六节 委内瑞拉第五章 非洲地区主要旅游国家 第一节 埃及 第二节 摩洛哥 第三节 突尼斯 第四节 肯尼亚 第五节 南非第六章 南亚地区主要旅游国家 第一节 印度 第二节 巴基斯坦 第三节 尼泊尔 第四节 斯里兰卡第七章 西亚与中亚地区主要旅游国家 第一节 土耳其 第二节 沙特阿拉伯 第三节 以色列 第四节 伊朗 第五节 哈萨克斯坦

<<客源国概况>>

章节摘录

第一章世界的国际旅游市场与中国　　学习要点　　本章是《客源国概况》的学习前导和基础。
对旅游市场及其现实旅游市场、潜在旅游市场、旅游客源市场、出境旅游市场、旅游目的地市场及接待旅游市场等基本概念必须掌握。
世界国际旅游市场的发展及特点趋势，世界国际旅游区域市场的层次及发展变化，世界的主要客源国和目的国的分布格局，中国在世界国际旅游市场的地位，尤其作为国际旅游接待强国的主要客源国及其分布，这些关系中国国际旅游业和旅游市场发展的全局问题，是学习的重点，必须掌握。
为进一步巩固和发展中国的国际旅游市场尤其是客源旅游市场，发展机遇与挑战及其对策也必须有所了解。
第一节世界的国际旅游客源市场　　一、国际旅游客源市场与国际旅游目的地市场　　1．旅游市场与旅游客源市场的一般含义　　产品、市场和营销，是任何一项经济产业发展的三大要素。
对于一般的物质产品，“ 市场 ”主要指商品交换关系的总和。
旅游业作为独立的经济产业兴起后，随之出现了旅游产品、旅游市场和旅游营销的概念。
从经济学的角度讲，旅游市场是指在旅游产品交换过程中各种经济活动现象与经济关系的总和；从管理学的角度讲，旅游市场是指供需双方在共同认可的一定条件下所进行的旅游产品或服务的交换活动。
旅游市场包括旅游市场主体、旅游市场客体和旅游市场媒介三个基本要素。
旅游客源市场包括现实旅游客源市场和潜在旅游客源市场。
广义的旅游客源市场包括国际旅游客源市场、国内旅游客源市场。
无论是国际旅游客源市场还是国内旅游客源市场，在地理划分上又可分为城市旅游客源市场和乡村旅游客源市场。
依据消费者某种或者某些特征又可将一个整体市场分解成若干消费者群体市场。
如妇女旅游市场、老年旅游市场、学生旅游市场、商务旅游市场等。

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