第一图书网, tushu007.com

<<会展旅游>>

图书基本信息

书名：<<会展旅游>>

13位ISBN编号：9787562440512

10位ISBN编号：7562440514

出版时间：2007-7

出版时间：重庆大学出版社

作者：张显春 编

页数：227

字数：261000

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

内容概要

本书根据高职高专会展专业教学和会展行业岗位的要求而编写，突出理论与实训高度融合的特点，内容涉及会展旅游基本理论知识、会展旅游开发与管理、各项会展旅游活动实务和职业能力专题实训等。

本书作为高职高专会展策划与管理专业的学生教材，也可作为会展行业的培训用书，对从事会展旅游工作的有关人员也具有参考价值。

书籍目录

第1章　导论　1.1　什么是会展旅游　1.2　会展旅游的特征　1.3　会展旅游的分类　1.4　会展旅游的结构　1.5　会展旅游与休闲旅游的关系　1.6　会展旅游业发展现状与趋势　本章小结　案例分析第2章　会展旅游开发与管理基础　2.1　会展旅游的需求与供给　2.2　会展旅游目的地管理　2.3　会展旅游活动筹办　2.4　会展旅游产品营销　2.5　会展旅游过程管理　本章小结　实训　案例分析第3章　会议旅游　3.1　会议旅游的特点与类型　3.2　会议旅游的设计与策划　3.3　会议旅游的宣传与营销　3.4　会议旅游的运作与管理　本章小结　实训　案例分析第4章　展览旅游　4.1　展览旅游的概念与特点　4.2　展览旅游的发展条件　4.3　展览旅游的运作与管理　本章小结　实训　案例分析第5章　节事旅游　5.1　节事和节事旅游　5.2　节事旅游运作与管理　本章小结　实训　案例分析第6章　奖励旅游　6.1　奖励旅游的概念及本质分析　6.2　奖励旅游的现状与发展趋势　6.3　奖励旅游的市场特征与运作管理　本章小结　实训　案例分析第7章　综合实践参考文献

章节摘录

版权页：插图：1.3.3 奖励旅游奖励旅游是企业的一种重要激励手段，它通过特殊的旅游经历来激励员工更加努力地工作或借以承认员工的突出工作表现，以便实现企业的各类目标。
据统计资料显示，目前美国约有50%的公司采用旅游方式来奖励员工；在法国和德国，一半以上的奖金也是通过旅游方式发给员工；在中国香港和中国台湾，奖励旅游也已成为企业的主要奖励形式之一。
由于文化差异和经济的原因，中国内地奖励旅游还处于起步阶段，目前主要在北京、上海、广州等地推广。
1.3.4 节事旅游节事旅游是指以各种旅游节日、庆典、盛事、国际体育比赛活动的庆祝和举办为内容的专项旅游活动，国外也称“ 事件旅游 ”。
我们可从4个方面来理解这一旅游活动：从目的来看，节事旅游活动的主要目的是吸引旅游者，树立一地旅游形象，提高一地的知名度，促进一地旅游业的发展并以此带动地方经济的发展。
从内容来看，节事旅游活动的内容从旅游者的角度出发，根据游客需求设计制作，因此节事旅游活动内容的文化性和地方性表现特别突出。
从形式来看，由于多数旅游者的目的是通过参加节事旅游活动获得特殊的娱乐经历，因此活动的表现形式活泼、亲和力强，但作为一个整体旅游产品，旅游节事产品的组合形式严谨、环环相扣、围绕主题开展。
从功能来看，节事旅游活动兼具文化价值和经济价值，是地区文化现象与经济内容的载体。

编辑推荐

《会展旅游》是教育部高等学校工商管理教学指导委员会旅游会展专业组推荐教材。

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