

《旅游电子商务》

图书基本信息

书名：《旅游电子商务》

13位ISBN编号：9787302268482

10位ISBN编号：7302268487

出版时间：2011-9

出版社：清华大学出版社

页数：373

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《旅游电子商务》

内容概要

《旅游电子商务》按照旅游产业链环节对各类实体企业的电子商务概念和内容进行了系统地介绍，全书在内容安排上共分三个层次，第一个层次是旅游电子商务的概念以及发展概况，主要介绍了信息技术概念以及电子旅游概念，并阐述了信息技术与旅游业的关系；第二个层次是旅游实体企业的电子商务概念及原理，主要介绍了旅游饭店、旅行社、旅游景区、旅游目的地、旅游交通等电子商务概念和内容，系统地介绍了旅游产业链上各服务环节的电子商务内容和系统架构原理；第三个层次是旅游企业的电子商务战略及概念，介绍了电子商务战略的内容和框架，以指导企业怎样提升自身电子商务的竞争力。

全书内容深入浅出，通俗易懂，适合旅游专业学生、旅游企业高管以及相关技术人员使用。

书籍目录

第一章 旅游电子商务概述

开篇案例：盛大进军旅游的“云游天地”

第一节 什么是旅游电子商务

第二节 旅游电子商务的功能和应用领域

第三节 国际旅游电子商务

第四节 我国旅游电子商务的发展

第五节 旅游电子商务的价值链

课后案例分析

本章小结

第二章 信息通信技术与旅游业

开篇案例：杭州黄龙饭店的“智慧酒店”

第一节 信息通信技术的发展与变化

第二节 旅游业中的信息通信与网络

第三节 信息通信技术对旅游业的影响

第四节 信息通信技术与旅游电子商务

课后案例分析

本章小结

第三章 电子旅游

开篇案例：美国运通旅行社的电子旅游

第一节 电子旅游的概念

第二节 需求驱动的电子旅游

第三节 供给驱动的电子旅游

第四节 电子旅游的核心内容

课后案例分析

本章小结

思考题

参考文献

.....

第九章 旅游企业电子商务战略

章节摘录

版权页：插图：3.交互模式的影响信息技术的应用减少了与客户交流时电话或面对面交流，而是帮助人们通过网络实现即时交流。网络目前已经成为了人与人之间进行沟通交流的最重要手段，近年来网民的数量始终呈现爆炸式的增长，而旅游消费者也越来越多地开始尝试使用网络进行信息查询和预订服务。通过网络，游客可以快速、便捷地与旅游企业工作人员进行交流，了解自己感兴趣的产品和服务；可以与有过类似经历的其他旅游者进行沟通，分享他们的旅游经历，形成对目标旅游地的初步印象；旅游企业则可以通过网络及时地了解消费者的需求与偏好以及他们对服务的反馈意见，以便改善其产品与服务的质量，提高工作效率，创造竞争优势。通过信息通信技术旅游企业可以实现在从市场调研到最终服务的一系列过程中始终与消费者保持密切的联系，这有利于加强旅游消费者与企业之间的联系，能帮助企业实现一对一的个性化对客户服务，同时能增强旅游消费者对企业的认识，提高其服务满意度。

《旅游电子商务》

编辑推荐

《旅游电子商务》为普通高等学校旅游管理系列之一。

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:www.tushu000.com