

《旅游管理》

图书基本信息

书名：《旅游管理》

13位ISBN编号：9787561145593

10位ISBN编号：7561145594

出版时间：2008-7

出版社：大连理工大学出版社

作者：孙丽坤 编

页数：220

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

前言

随着经济全球化的发展，中国旅游业正在努力实现从“亚洲旅游大国”到“世界旅游强国”的历史性跨越。旅游业发展前景广阔，社会对旅游管理专业复合型人才的需求增加，越来越多的高校把在本科生中实施双语教学作为教改的一项重要内容。而具有涉外性强特点的旅游产业，为了获得更突出的竞争优势，已将产业链拉长，延伸到了旅游教育领域，我国高校旅游教育在行业发展的带动下也面临前所未有的市场化压力。而培养出具有扎实的专业知识，又有较好的语言基础和跨文化交际能力的新型双语人才是旅游业在新的竞争环境中取得竞争优势的必由之路，同时也是高校提高教育质量，教师和学生适应社会，提高自身竞争力的现实需要。针对旅游管理专业学生培养目标的要求，我们组织编写了“旅游管理”一书，该书旨在培养学生在掌握必要的专业基础理论和专业知识的双语基础上，重点掌握从事本专业领域实际工作的双语基本知识，成为全面发展的复合型专门人才。本书汇编了我国旅游管理专业双语教学的理论与实践词汇，在科学地吸收了国内外旅游理论常用英语词汇的基础上，注重总结旅游行业近年来双语应用的特点和经验，研究适用于旅游专业特色的双语内容。

具体来讲，本书有以下几个主要特点：

（1）定位准确 本书的定位有助于读者理论联系实际，学以致用。本书既可以作为大专院校旅游管理等相关专业的工具书，也可以作为旅游企业岗位培训、导游员培训、政府旅游部门工作人员及旅游行业管理者学习和研究参考用书。

（2）突出针对性，应用性 在本书设计上，内容注重实用性，突出旅游管理专业“最普通、最基本和最适用”的双语知识。各章有针对性地选用旅游管理理论和旅游行业实践的最新词汇和常用语，注重培养学生的实际应用能力。

（3）体系、结构的创新 本书在体系、结构和内容方面有所创新，在内容选择、难度、深度以及字数方面比较适当。本书是基于国际流行的旅游管理专业原版教材编写的双语词汇和经典命题，准确规范。同时收集大量的旅游学科最新词汇作为附录部分内容，按照学科基础理论和专业理论进行章节分类，每章编排了中英对照词汇、学科常用短语等内容，并按照中文的拼音顺序建立索引，便于学习学者在学习过程中掌握各章的主要内容。

《旅游管理》

内容概要

《旅游管理》主要内容：随着经济全球化的发展，中国旅游业正在努力实现从“亚洲旅游大国”到“世界旅游强国”的历史性跨越。旅游业发展前景广阔，社会对旅游管理专业复合型人才的需求增加，越来越多的高校把在本科生中实施双语教学作为教改的一项重要内容。而具有涉外性强特点的旅游产业，为了获得更突出的竞争优势，已将产业链拉长，延伸到了旅游教育领域，我国高校旅游教育在行业发展的带动下也面临前所未有的市场化压力。而培养出具有扎实的专业知识，又有较好的语言基础和跨文化交际能力的新型双语人才是旅游业在新的竞争环境中取得竞争优势的必由之路，同时也是高校提高教育质量，教师和学生适应社会，提高自身竞争力的现实需要。

书籍目录

第1章 管理学第1节 管理者与管理第2节 管理理论的演进第3节 组织环境和组织文化第4节 计划第5节 决策制定的基础第6节 组织第7节 人力资源管理第8节 领导第9节 激励第10节 沟通第11节 控制第2章 市场营销学第1节 导论第2节 战略规划和营销管理过程第3节 市场营销环境第4节 消费者市场及其购买行为第5节 组织市场及其购买行为第6节 营销调研与信息系统第7节 市场需求的测量和预测第8节 目标市场营销第9节 产品策略第10节 定价策略第11节 营销渠道策略第12节 促销策略第13节 市场竞争战略第14节 市场营销计划、组织、实施和控制第15节 国际市场营销第16节 部分著名品牌第3章 会计学第1节 会计学基础第2节 流动资产第3节 长期资产第4节 权益第5节 收入、费用、利润第6节 会计报表第4章 微观经济学第1节 导言第2节 需求、供给和均衡价格第3节 消费者行为理论第4节 厂商和生产理论第5节 成本理论第6节 完全竞争市场中价格和产量的决定第7节 完全垄断市场的价格和产量决定第8节 垄断竞争市场和寡头垄断市场中价格和产量的决定第9节 要素价格与收入分配第10节 一般均衡与福利经济学第11节 微观经济政策第5章 宏观经济学第1节 前言第2节 宏观经济变量的衡量第3节 古典宏观经济学(I)：均衡产出与就业第4节 古典经济学理论(II)：货币、价格和利率第5节 凯恩斯理论(I)：总需求的作用第6节 凯恩斯理论(II)：货币、利息和收入第7节 凯恩斯理论(III)：IS-LM模型的政策效果第8节 凯恩斯理论(IV)：总供给和总需求第9节 货币主义者反论第10节 产出、通货膨胀和失业：货币主义者和凯恩斯主义者的观点第11节 新兴古典经济学第12节 新兴古典经济学和新凯恩斯经济学的发展第13节 宏观经济模型：总结第14节 财政政策第15节 货币政策第6章 人力资源管理第1节 基础第2节 工作分析第3节 人力资源计划第4节 招聘第5节 绩效管理第6节 薪酬管理第7节 培训第7章 旅游学概论第1节 旅游发展的历史沿革第2节 关于旅游活动的基本认识第3节 旅游活动的主体第4节 旅游活动的客体第5节 旅游业第6节 旅游组织第7节 旅游市场第8节 旅游的影响第8章 旅游地理第1节 导论第2节 中国自然旅游资源第3节 中国人文旅游资源第4节 北京、天津和河北旅游区第5节 辽宁、吉林和黑龙江旅游区第6节 黄河中下游旅游区第7节 巴蜀旅游区第8节 长江中下游旅游区第9节 岭南旅游区第10节 民族风情旅游区第9章 旅游经济学第1节 旅游经济学概述第2节 旅游经济活动第3节 旅游产品及开发第4节 旅游需求与供给第5节 旅游市场及开拓第6节 旅游价格及策略第7节 旅游消费及效果第8节 旅游收入与分配第9节 旅游经济效益与评价第10节 旅游经济发展战略第10章 导游概论第1节 导游工作概论第2节 导游员的工作第3节 心理学知识在导游服务中的运用第4节 导游活动中美学知识的运用第5节 旅行常识第6节 导游技能第7节 事故、问题及旅游者个别要求的处理第11章 饭店经营与管理第1节 饭店经营管理概述第2节 饭店质量管理第3节 里茨·卡尔顿饭店公司……第12章 旅游资源与开发第13章 旅游心理学第14章 旅行社管理第15章 会展管理第16章 餐饮经营与管理第17章 前厅与客房管理第18章 旅游景区管理第19章 服务技巧第20章 旅游美学第21章 旅游文化第22章 酒店设计与布局第23章 生态旅游第24章 旅游规划与开发

《旅游管理》

编辑推荐

《旅游管理》是针对旅游管理专业学生培养目标的要求所组织编写的，该书旨在培养学生在掌握必要的专业基础理论和专业知识的双语基础上，重点掌握从事本专业领域实际工作的双语基本知识，成为全面发展的复合型专门人才。《旅游管理》中汇编了我国旅游管理专业双语教学的理论与实践词汇，在科学地吸收了国内外旅游理论常用英语词汇的基础上，注重总结旅游行业近年来双语应用的特点和经验，研究适用于旅游专业特色的双语内容。既可以作为大专院校旅游管理等相关专业的工具书，也可以作为旅游企业岗位培训、导游员培训、政府旅游部门工作人员及旅游行业管理者学习和研究参考用书。

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