

<<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：9787040170450

10位ISBN编号：7040170450

出版时间：2005-7

出版时间：高等教育出版社

作者：周宗庆

页数：219

字数：230000

译者：李山

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>

<<旅游电子商务>>

内容概要

本书是从美国汤姆森学习出版集团（Thomson Learning）引进的旅游服务与管理专业教材之一，是教育部职业教育与成人教育司推荐教材。

本书共分十章。

内容包括：概述，Internet基础，连接到Internet，电子商务基础，一种新的通信媒介，电子营销与信息发布，Internet对旅游业的影响，案例研究：旅行社的过去、现在和未来，Internet调查的新范式，旅游电子商务的未来等内容。

本书内容翔实，图文并茂，案例丰富，实践性强。

本书可作为职业院校旅游服务与管理专业的教学用书，也可作为旅游行业的岗位培训用书。

<<旅游电子商务>>

作者简介

作者:(美)周宗庆 译者:李山

书籍目录

前言鸣谢第一章 概述 1.1 Internet的发展 1.2 Internet与旅游业 1.3 Internet的特征 1.4 Internet与电子商务 1.5 Internet与沟通 1.6 Internet市场营销和信息发布 1.7 Internet对旅游业的影响 1.8 Internet与旅游调查 1.9 21世纪展望第二章 Internet基础 2.1 Internet的定义 2.2 Internet的历史 2.3 Internet的相关概念 2.4 结论第三章 连接到Internet 3.1 建立一个标准连接 3.2 其他接入方式 3.3 构建网络：局域网和广域网 3.4 结论第四章 电子商务基础 4.1 Internet与电子商务 4.2 电子商务的概念 4.3 电子商务的构成 4.4 电子商务的分类 4.5 建立Web站点 4.6 结论第五章 一种新的通信媒介 5.1 引言 5.2 Internet：一种新的通信媒介 5.3 不同的Internet通信平台 5.4 内联网：公司内部的网络 5.5 外联网：B2B和B2C通信 5.6 Internet通信工具 5.7 结论第六章 电子营销与信息发布 6.1 引言 6.2 电子营销计划 6.3 网络营销工具 6.4 市场营销推送 6.5 市场营销拉进 6.6 结论第七章 Internet对旅游业的影响 7.1 引言 7.2 对供应商的影响 7.3 对旅行社的影响 7.4 对传统印刷手册信息发布的影响 7.5 旅游电子商务市场 7.6 结论第八章 案例研究：旅行社的过去、现在和未来 8.1 引言 8.2 历史审视 8.3 技术与旅行社 8.4 旅行社与Internet 8.5 网络时代旅行社的对策 8.6 未来展望 8.7 结论第九章 Internet调查的新范式第十章 旅游电子商务的未来词汇表

章节摘录

版权页：插图：顾客基数的扩展，利用合作伙伴的独特产品和服务提升自己产品和服务对顾客的价值，以及提升顾客对于便捷和价值的概念。

在电子商务领域，伙伴关系继续承担着它旧有的角色同时又发挥着新的作用，它的地位比以往任何时候更加重要。

旅游业的动荡源于技术革新和由于“9·11”恐怖袭击后优先考虑削减成本及增加收入所引起的更加激烈的竞争。

在旅游业的各个部门开始发生合并，尤其在旅游信息发布部门。

对于小企业来说，要在市场竞争中立足，建立伙伴关系是被大型公司合并的一个替代选择。

Internet技术使得另一种新的伙伴关系维度成为可能，即会员忠诚计划或称为会员营销（我们在第六章中讨论过）。

这种电子商务战略的建立是基于这样的事实：Internet本质上是一个信息网络，任一事物都与其他事物相联系。

针对你的产品和服务确认吸引消费者的网站和网页，你就可以与这些网站或网页建立交互链接，或通过付费在其他网站上刊登广告或建立链接。

<<旅游电子商务>>

编辑推荐

《旅游电子商务(引进版)》为教育部职业教育与成人教育司推荐教材,五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书之一。

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:<http://www.tushu007.com>