

<<旅游文化学>>

图书基本信息

书名：<<旅游文化学>>

13位ISBN编号：9787122075611

10位ISBN编号：7122075613

出版时间：2010-2

出版时间：化学工业出版社

作者：喻学才 编

页数：183

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>

<<旅游文化学>>

内容概要

本书共12章，包括绪论、世界旅游文化概览、中国旅游文化的演进历程、旅游主体与旅游文化、中国旅游主体的文化特征、西方旅游主体的文化特征、旅游客体与客体旅游文化的特点、中西方客体旅游文化的特点、旅游介体与旅游文化、中国旅游介体的文化特征、旅游产业与旅游文化、旅游文化建设展望。

本书涵盖了古、今、中、外四个方面的旅游文化，不仅包含传统旅游文化类教材所涉及旅游文化主体、客体、介体等方面，而且针对这些旅游文化主体、客体、介体的文化特征进行了系统的论证和介绍；不仅有对旅游文化理论的探讨，而且特别重视与具体的旅游文化实证相结合。

最后，本书还对21世纪中国旅游文化建设做出了适当展望。

本书的特点有四方面：信息量大，内容丰富；视野开阔，写作角度多样化；实证性强，特别重视理论与实践的结合；多维透视，从不同角度，对同一文化现象进行实证研究。

本书力求融入最新的旅游文化理论研究成果，结合近些年来的典型旅游文化实用案例，突破目前旅游文化类教材的传统编写框架与思维模式，在原有教材的基础上实现教材内容和形式的创新和完善，为旅游文化研究与实践提供借鉴和指导。

本书可用作高等院校旅游类专业的本科教材，也可供高职高专院校旅游类专业教学使用，以及从事旅游管理的从业人员参考。

<<旅游文化学>>

书籍目录

- 1 绪论 1.1 旅游的定义 1.1.1 中国古代学者的定义 1.1.2 西方现代学者的定义 1.2 旅游文化的定义和性质 1.2.1 旅游文化的定义 1.2.2 旅游文化的性质 1.3 旅游文化学的研究对象 1.4 旅游文化学的研究内容 1.5 旅游文化学的学科体系构建 1.6 旅游文化学的研究方法及其意义 1.6.1 旅游文化学的研究方法 1.6.2 旅游文化学的研究意义 思考题2 世界旅游文化概览 2.1 亚洲 2.1.1 亚洲在世界旅游文化史上的贡献 2.1.2 亚洲其他国家旅游文化景观 2.1.3 亚洲的饮食文化 2.2 欧洲 2.2.1 欧洲旅游文化的纵向回顾 2.2.2 欧洲旅游文化景观 2.2.3 欧洲的饮食文化 2.3 美洲 2.3.1 美洲旅游文化的特点 2.3.2 美洲旅游文化景观 2.3.3 美洲的饮食文化 2.4 非洲 2.4.1 丰富的自然遗产 2.4.2 众多的史前及远古文化遗址 2.4.3 鲜明的殖民文化遗迹 2.4.4 多彩的民俗景观 2.4.5 独特的饮食文化 思考题3 中国旅游文化的演进历程 3.1 神话传说时期的中国旅游文化 3.1.1 有关黄帝的旅游传说 3.1.2 有关大禹的旅游传说 3.1.3 与旅游有关的神的传说 3.2 夏、商、周时期的中国旅游文化 3.3 秦、汉时期的中国旅游文化 3.3.1 秦代的旅游文化 3.3.2 汉代的旅游文化 3.4 魏晋、南北朝时期的中国旅游文化 3.4.1 魏晋时期的旅游文化 3.4.2 南北朝时期的旅游文化 3.5 隋、唐、宋时期的中国旅游文化 3.5.1 隋代的旅游文化 3.5.2 唐代的旅游文化 3.5.3 宋代的旅游文化 3.6 元、明、清时期的中国旅游文化 3.6.1 元代的旅游文化 3.6.2 明代的旅游文化 3.6.3 清代的旅游文化 3.7 现代旅游文化的新发展 思考题4 旅游主体与旅游文化 4.1 旅游主体释义 4.2 旅游主体相关知识 4.2.1 旅游需求 4.2.2 旅游动机 4.3 旅游审美行为 4.3.1 旅游审美的概念 4.3.2 旅游者的审美个性 4.4 旅游者的消费行为 4.4.1 旅游消费行为的概念 4.4.2 旅游消费行为的一般特征 4.4.3 影响旅游消费行为的因素 思考题5 中国旅游主体的文化特征 5.1 中国旅游主体的价值观特征 5.1.1 重人 5.1.2 重文 5.1.3 重自然 5.1.4 重民 5.1.5 重古 5.1.6 重附会 5.1.7 重调和 5.1.8 崇尚真实 5.2 中国旅游者消费的文化特征 5.2.1 重人 5.2.2 旅游目的地选择 5.2.3 出游方式 5.2.4 爱面子 5.2.5 与目的地居民的交往 思考题6 西方旅游主体的文化特征 6.1 西方旅游主体价值观特征 6.2 西方旅游主体消费文化特征 6.2.1 西方旅游主体的价值观和生活方式 6.2.2 发达国家和发展中国家国民旅游价值观错位现象 思考题7 旅游客体与客体旅游文化的特点 7.1 旅游客体概述 7.1.1 旅游客体的文化属性及定义 7.1.2 旅游客体的旅游文化特点 7.2 旅游景观 7.2.1 旅游景观概述 7.2.2 旅游景观的旅游文化特点 7.3 旅游饮食 7.3.1 旅游饮食文化概述 7.3.2 中西饮食文化比较 7.4 旅游纪念品 7.4.1 旅游纪念品的概念、种类 7.4.2 旅游纪念品作为旅游客体的旅游文化特点 7.5 城市风貌 7.5.1 城市风貌是现代人文景观的主要代表 7.5.2 城市风貌作为旅游客体的旅游文化特点 思考题8 中西客体旅游文化的特点 8.1 中西建筑的差异 8.1.1 中西建筑文化观之差异 8.1.2 中西宫殿及宗教建筑之差异 8.1.3 中西民居建筑之差异 8.2 园林艺术的差异 8.2.1 对立与和谐 8.2.2 形式美与意境美 8.2.3 几何规则与自然天性 8.2.4 建筑与山水 8.3 饮食文化的差异 8.3.1 饮食结构 8.3.2 烹饪艺术 8.3.3 饮食方式 8.4 绘画、雕塑的差异 8.4.1 中西绘画艺术差异 8.4.2 中西雕塑艺术的差异 思考题9 旅游介体与旅游文化 9.1 旅游介体 9.1.1 旅游介体的概念 9.1.2 旅游介体的形成 9.2 旅游介体硬件系统的文化特征——以我国为例 9.2.1 历时性 9.2.2 共时性 9.3 旅游介体软件系统的文化特征 9.3.1 旅游管理 9.3.2 旅游服务 9.4 旅游文化与品牌战略——以我国为例 9.4.1 旅游品牌战略 9.4.2 提升文化内涵,提高品牌档次,形成品牌特色 9.4.3 展示整体形象,促进合作发展,加强联系沟通,树立中国旅游业的大品牌 思考题10 中国旅游介体的文化特征 10.1 旅行社 10.1.1 概述 10.1.2 迎接加入世界贸易组织后的挑战 10.1.3 致力生产特色产品 10.1.4 努力塑造企业形象 10.1.5 提高导游人员素质 10.2 旅游饭店 10.2.1 概述 10.2.2 完备、独特的设施 10.2.3 先进、科学的管理 10.2.4 真诚、周到的服务 10.3 旅游交通 10.3.1 概述 10.3.2 各具特色的旅游交通工具 10.3.3 科学经营管理,完善旅游交通服务 10.4 旅游局 10.4.1 概述 10.4.2 整体推出国际旅游市场新产品 10.4.3 宏观调控和旅游文化开拓 10.4.4 直接参与策划大型专题旅游节 10.4.5 加强行业管理,提高旅游业的文明素质 思考题11 旅游产业与旅游文化 11.1 旅游业的发展需要重新认识旅游文化 11.2 旅游文化研究只有在为旅游产业化服务过程中才会生机无限 11.2.1 世界遗产名录申报工作 11.2.2 旅游规划编制热对旅游文化的推动作用 11.2.3 可持续发展观作为国策有利于旅游文化的开发利用 11.2.4 外国专家编制中国旅游规划对中国旅游文化的促进作用 思考题12 旅游文化建设展望 12.1 中国旅游业的历史回顾 12.2 中国旅游业的发展道路:既要现代化又要中国化 12.3 中国旅游文化之建设 12.3.1 传统旅游文化的特点

<<旅游文化学>>

12.3.2 当代旅游文化的发展趋势 思考题参考文献附录1 中国古代旅游文化名著概观 附1.1 先秦旅游文化名著 附1.2 两汉旅游文化名著——《史记》 附1.3 魏晋南北朝旅游文化名著 附1.4 隋唐宋旅游文化名著 附1.5 元代旅游文化名著 附1.6 明代旅游文化名著 附1.7 清代旅游文化名著附录2 旅游文化研究二十年

<<旅游文化学>>

章节摘录

世界各民族因其各自不同的自然环境和不同的历史发展过程形成了不同的文化类型，彼此之间存在着明显的差别。

三面高原一面海的相对闭塞的地域特点，使得古代中国文化基本上与外隔绝，但这同时也为农业文明的发育提供了得天独厚的条件，并以此为基础形成了以小农经济为特征的经济形态。

同时，大河、大陆性环境及其所造成的自给自足的自然经济使得中国人赞成尽物之性、顺物之情，把人们牢牢地束缚在土地上；而农业社会的稳定，家人亲友的长期聚居，使得中国人自古将别离看得非常重，这让中华民族在思想情感上表现为喜一不喜多、喜同不喜异、喜静不喜动、喜稳不喜变。

而西方文化的活水源头是古希腊文化。

古希腊文明发源于地中海，其所处的海洋环境培养了西方民族原始的冒险外倾的民族性格。

在他们看来，人类的力量与海洋比较起来显得很渺小和脆弱，但是人类依靠自身所具有的勇气、刚毅、伟大斗争精神征服了大海，因而人类的气魄比海洋更伟大，这一切也都塑造了西方民族开放、勇敢的性格。

西方文化与中国文化有很大区别，表现在旅游上就呈现出了不同的价值观和不同的消费文化特征。

西方世界的旅游者的价值观主要体现在认识自然和征服世界的强烈渴望上。

从古至今，基本没有大的变化。

在人类旅游活动史上，有三个重要的时期，人们是不应该忘记的。

第一个时期，货币的发明。

它表明物质生产的发展已有可能进行一定规模的贸易往来而摆脱了简单的以物易物的古老的交易方式。

第二时期，是产业革命的成功。

它意味着商品经济的发生发展，地区间和国家间经贸活动有了发展扩大的可能。

第三个时期，新技术革命时期。

这一时期随着信息技术的突飞猛进，地球似乎越来越小，国与国之间的往来变得越来越容易了。

与第一个时期大致相当，西方的旅游史主要以商贸旅游者的追逐财富和军事征服的副产品——探险旅游为代表。

与第二个时期大致相当，随着蒸汽机的发明和使用，旅游发生了划时代的变化，这就是旅游中介业——旅行社的出现。

它使旅游以前所未有的产业化的形式出现。

与第三个时期大致一致，信息技术的飞速发展，使旅游业得到空前的发展，也正在酝酿着前所未有的变革。

<<旅游文化学>>

编辑推荐

《旅游文化学》：普通高等教育旅游管理“十一五”规划教材

<<旅游文化学>>

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>