

<<旅游学导论>>

图书基本信息

书名：<<旅游学导论>>

13位ISBN编号：9787301213254

10位ISBN编号：7301213255

出版时间：2012-10

出版时间：北京大学出版社

作者：张金霞 主编

页数：292

字数：451000

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>

## <<旅游学导论>>

### 内容概要

《旅游学导论》既满足21世纪“十二五”中国旅游业发展的新需求，也满足教育部学科专业调整方案和高校教材建设目标的要求，是21世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材之一。

本书广泛吸收了近年来国内外旅游的研究成果和旅游业最新的发展成就，以求反映旅游业发展实际，同时适应旅游管理专业教学的需要。

本书共8章，包括旅游学的基本框架、旅游发展历程、旅游和旅游活动、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游目的地和旅游市场。

本书全面地阐述了旅游学的基本原理，注重理论与实践的结合，具有较高的理论性和较强的应用性。

《旅游学导论》不仅可以作为高等院校旅游管理专业和酒店管理专业的必修课教材，也对从事旅游管理工作的人员具有重要的参考价值。全书由张金霞教授主编。

## &lt;&lt;旅游学导论&gt;&gt;

## 书籍目录

## 第1章 旅游学的基本框架

## 1.1 旅游学的概念界定

## 1.2 旅游学的学科性质

## 1.2.1 旅游学属于综合性学科

## 1.2.2 旅游学属于社会科学

## 1.2.3 旅游学属于应用基础科学

## 1.2.4 旅游学属于边缘性学科

## 1.3 旅游学的学科体系

## 1.3.1 国外旅游学学科体系的研究

## 1.3.2 国内旅游学学科体系的研究

## 1.4 旅游学的研究方法

## 1.4.1 基于核心功能的研究方法

## 1.4.2 基于信息要求的研究方法

## 1.4.3 基于一定方法论的研究方法

## 1.5 旅游学研究的发展历程

## 1.5.1 国外旅游学研究的发展历程

## 1.5.2 国内旅游学研究的发展历程

## 第2章 旅游发展历程

## 2.1 古代旅行的产生与发展

## 2.1.1 原始社会人类的迁徙和旅行的产生

## 2.1.2 奴隶社会人类旅行活动的初步发展

## 2.1.3 封建社会人类旅行活动的发展

## 2.1.4 古代旅行活动的特点

## 2.2 近代旅游及旅游业的诞生

## 2.2.1 近代旅游及旅游业诞生的时代背景

## 2.2.2 近代旅游业的诞生

## 2.2.3 近代旅游活动的特点

## 2.3 现代旅游及旅游产业的大发展

## 2.3.1 现代旅游及旅游业发展概况

## 2.3.2 现代旅游迅速发展的原因

## 2.3.3 现代旅游活动的特点

## 2.3.4 我国现代旅游发展的成就

## 第3章 旅游和旅游活动

## 3.1 旅游和旅游活动的概念界定

## 3.1.1 相关概念辨析

## 3.1.2 旅游与旅游活动的定义

## 3.2 旅游活动的本质属性与特征

## 3.2.1 旅游活动的本质属性

## 3.2.2 旅游活动的基本特征

## 3.3 旅游的基本类型

## 3.3.1 旅游类型划分的方法

## 3.3.2 按地理范围划分的旅游类型

## 3.3.3 按活动内容划分的旅游类型

## 3.4 旅游活动的要素

## 3.4.1 旅游活动的主体

## <<旅游学导论>>

3.4.2 旅游活动的客体

3.4.3 旅游活动的媒体

3.5 衡量旅游发展状况的指标

3.5.1 以人或人次为单位

3.5.2 以货币为单位

3.5.3 以过夜次数或停留天数为单位

第4章 旅游者

4.1 旅游者的概念和类型

4.1.1 旅游者的概念

4.1.2 旅游者的类型

4.2 旅游者形成的主观条件

4.2.1 旅游需要

4.2.2 旅游动机

4.3 旅游者形成的客观条件

4.3.1 收入水平

4.3.2 闲暇时间

4.3.3 其他客观条件

4.4 旅游者消费行为

4.4.1 旅游者消费行为的概念

4.4.2 旅游者的购买决策行为

4.4.3 旅游者的旅游活动行为

4.4.4 旅游者消费行为与旅游业的发展

第5章 旅游资源

5.1 旅游资源的概念与分类

5.1.1 旅游资源的定义

5.1.2 旅游资源的特征

5.1.3 旅游资源的分类

5.2 旅游资源的调查与评价

5.2.1 旅游资源的调查

5.2.2 旅游资源的评价

5.3 旅游资源的开发与保护

5.3.1 旅游资源开发

5.3.2 旅游资源保护

第6章 旅游业

6.1 正确认识旅游业

6.1.1 旅游业的地位

6.1.2 旅游业的认识误区

6.2 旅游业概述

6.2.1 旅游业的概念界定

6.2.2 旅游业的构成

6.2.3 旅游业的性质

6.2.4 旅游业的特征

6.3 旅行社

6.3.1 旅行社的兴起与发展

6.3.2 旅行社的概念、分类及特点

6.3.3 旅行社的职能

6.3.4 旅行社在旅游业中的作用

## <<旅游学导论>>

### 6.3.5 旅行社的主要业务

## 6.4 旅游饭店

### 6.4.1 旅游饭店的发展历程

### 6.4.2 旅游饭店的概念

### 6.4.3 旅游饭店的基本特征

### 6.4.4 旅游饭店的类型

### 6.4.5 旅游饭店在旅游业中的作用

### 6.4.6 旅游饭店集团

### 6.4.7 旅游饭店的发展趋势

## 6.5 旅游交通

### 6.5.1 旅游交通的类型

### 6.5.2 影响旅游者选择旅游交通方式的因素

### 6.5.3 旅游交通在旅游业中的作用

### 6.5.4 旅游交通的选择与布局

## 6.6 旅游景区(点)

### 6.6.1 旅游景区(点)的概念

### 6.6.2 旅游资源与旅游景区(点)的关系

### 6.6.3 旅游景区(点)质量等级的评定

### 6.6.4 我国几类主要旅游景区

### 6.6.5 旅游景区(点)在旅游业中的地位和作用

## 6.7 旅游购物业

### 6.7.1 旅游购物品和旅游购物的概念

### 6.7.2 旅游购物品的分类与特点

### 6.7.3 旅游购物业的特点

### 6.7.4 旅游购物业在旅游业中的地位和作用

### 6.7.5 旅游购物的开发

## 6.8 旅游娱乐业

### 6.8.1 旅游娱乐业的发展历程

### 6.8.2 旅游娱乐业的构成

### 6.8.3 旅游娱乐场所需要具备的条件

### 6.8.4 旅游娱乐业在旅游业中的地位和作用

### 6.8.5 旅游娱乐业的发展趋势

## 6.9 旅游组织

### 6.9.1 政府对旅游发展的干预

### 6.9.2 旅游组织的类型

### 6.9.3 国际性旅游组织

### 6.9.4 国家旅游组织

### 6.9.5 旅游日

## 第7章 旅游目的地

### 7.1 旅游目的地的概念与构成

#### 7.1.1 旅游目的地的概念

#### 7.1.2 旅游目的地的构成

### 7.2 旅游目的地的开发规划

#### 7.2.1 旅游开发规划的层次

#### 7.2.2 旅游开发规划的程序

### 7.3 旅游对目的地的影响

#### 7.3.1 旅游对目的地经济的影响

## <<旅游学导论>>

7.3.2 旅游对目的地社会文化的影响

7.3.3 旅游对目的地环境的影响

7.4 旅游目的地可持续发展

7.4.1 可持续性概念的产生

7.4.2 可持续旅游的概念

7.4.3 旅游目的地的承载力

7.4.4 可持续发展战略

第8章 旅游市场

8.1 旅游市场概述

8.1.1 旅游市场的概念与构成

8.1.2 旅游市场细分

8.1.3 旅游市场的特点

8.2 全球旅游市场

8.2.1 全球旅游市场概况

8.2.2 全球旅游市场发展特点

8.2.3 全球旅游市场发展趋势

8.3 旅游市场营销

8.3.1 旅游目标市场的选择

8.3.2 旅游目标市场选择战略

参考文献

## 章节摘录

4.旅游市场的供求内容发生了实质性变化 与传统观光旅游的基本内容相比较,整个旅游市场的供求内容发生了实质性变化。

从20世纪70年代末80年代初开始,旅游者已不满足传统的大众化的观光旅游产品,开始选择具有鲜明地域特色、时代特色和个性特色的度假旅游产品。

因此,供给者便着力培育世界一流的旅游度假胜地这一主流产品,除了得天独厚的自然资源和历史文化资源以外,核心就是度假地特有的、不可复制的社会资源、民俗文化资源和交通、通讯、网络等基础设施及度假地的游憩设施,形成规模性的复合型度假产品体系,满足各个层面的游客需求。

度假者在度假期间除了在度假地活动以外,往往还会以该地为中心,做短途游览,进行观光、考古、探险、运动等,认识、感悟和体验不同旅游度假地的特色文化,扩大视野,放松身心,提升内涵。

8.2.3 全球旅游市场发展趋势 从世界旅游业未来的发展方向看,在未来一二十年内,以下趋势将占主流。

1.市场细分化趋势 随着旅游者收入水平和需求层次的提高,也随着旅游者出国旅游次数的增加,人们已不再满足于城市观光游览这种传统的旅游方式,而趋于追求能够满足其特殊需求且富于刺激性的旅游方式。

现代旅游市场出现了市场细分化趋势。

每一种细分市场都具有其独特之处,能够满足某一类型旅游者的特殊需求。

旅游组织者将注重从更深层次来开发人们的旅游需求,根据人们的年龄、职业、爱好等不同情况组织各具特色的旅游产品来面向不同的细分市场。

特殊旅游、专题旅游也越加盛行。

除了传统的观光旅游、度假旅游和商务旅游外,目前比较盛行的旅游方式有宗教旅游、探险旅游、考古旅游、修学旅游、蜜月旅游、购物旅游、奖励旅游、民族风俗旅游等。

每一种旅游方式又可以进一步细分。

.....

<<旅游学导论>>

编辑推荐

《21世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材：旅游学导论》特点：采用  
前沿数据资料，注重新颖 编写模式实用独特，图文并茂 加强案例实践教学，学以致用



<<旅游学导论>>

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>