

<<旅游线路开发与设计>>

图书基本信息

书名：<<旅游线路开发与设计>>

13位ISBN编号：9787810937368

10位ISBN编号：7810937367

出版时间：2008-4

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：龚维嘉

页数：302

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>

<<旅游线路开发与设计>>

内容概要

旅游线路设计是对旅行社经营实践的科学总结。

它不仅是一门科学，而且是一门艺术。

它告诉人们如何在科学的经营理念指导下，对各旅游景点、设施进行人性化的组合，让旅游者高兴而来，满意而归。

本教材拟为安徽省高等学校(高职高专教育)“十一五”省级规划教材。

本书坚持以“就业为导向，能力培养为目标”的教学理念，根据高职高专旅游专业人才的培养目标和要求，以启发学生学习积极性为宗旨，体现“立足专业实际、以学生为本”的价值观来选编内容和结构，以培养旅游行业需要的高级应用型人才为目的。

教材分概述、线路设计理论基础、线路设计背景、线路设计方法四大部分，总计十章内容。

同时每章均结合案例介绍了旅游线路市场调研和旅游线路设计的方法，课后附加了一些思考练习，帮助学生消化、掌握所学知识。

<<旅游线路开发与设计与>>

书籍目录

第一章 旅游线路设计概述 第一节 旅游线路设计概念 第二节 旅游线路产品特点 第三节 旅游线路设计研究内容 第四节 旅游线路设计意义第二章 旅游线路类型 第一节 空间尺度 第二节 运动轨迹 第三节 组织形式 第四节 旅游目的第三章 旅游线路设计理论基础 第一节 旅游线路设计指导思想 第二节 旅游线路设计原则 第三节 我国旅游线路及设计研究述评第四章 旅游线路设计背景 第一节 旅游市场 第二节 旅游市场一体化供给程度 第三节 旅游者意愿第五章 旅游线路设计组织 第一节 旅游线路设计人员 第二节 旅游线路设计经费 第三节 旅游线路设计创意 第四节 旅游线路设计资料 第五节 旅游线路广告第六章 旅游线路设计程序 第一节 旅游市场调研 第二节 旅游线路策划 第三节 旅游线路组合 第四节 旅游线路选择第七章 旅游线路设计方法 第一节 旅游线路设计前期方法 第二节 旅游线路设计中后期方法 第三节 旅游线路设计后期方法第八章 旅游线路设计与旅游相关产业之间的关系 第一节 旅游餐饮与旅游线路 第二节 旅游线路设计中的旅游住宿 第三节 旅游线路设计中的旅游交通 第四节 旅游景区与旅游线路 第五节 旅游购物与旅游线路 第六节 旅游娱乐与旅游线路第九章 旅游线路设计案例与分析 第一节 旅游线路设计案例的含义与要素 第二节 旅游线路设计的创意与类型 第三节 案例精选第十章 附录 附录一 国家重点风景名胜区名单 附录二 国家历史文化名城名录 附录三 国家级自然保护区名录 附录四 中国世界遗产名录 附录五 国家森林公园名录 附录六 中国纳入联合国“人与生物圈”保护区名录 附录七 国家地质公园名录 附录八 中国重要湿地名录 附录九 首批国家水利风景区 附录十 中国大型旅游活动年主题参考文献

<<旅游线路开发与设计>>

章节摘录

第一章 旅游线路设计概述【学习目标】旅游线路是旅游企业产品的重要组成部分，是联系旅游者和旅游对象、客源地和目的地的重要环节。

旅游线路包含了旅游目的地、旅游基础设施、旅游专业设施、旅游服务等。

所以，旅游线路设计，无论是对区域旅游开发、旅游目的地、旅游企业还是旅游者来说，都具有十分重要的意义。

通过本章的学习：了解和掌握关于旅游线路的基本概念理解旅游线路的基本特征、旅游线路产品特点理解旅游线路设计研究的主要内容及意义等知识点能对旅游线路及设计有一个全方位和框架性的认识

第一节 旅游线路设计概念一、旅游线路的定义

研究的角度不同，对旅游线路（Routing of Travel）会有不同的理解。

关于什么是旅游线路，目前，我国学术界还没有统一的规范性定义。

学者们分别从旅游景区规划与管理的角度、从旅游产品的角度，给出了一些不同的解释。

（一）从旅行社产品设计的角度出发此种概念广泛为旅行社经营管理人员所采用，有些学者对旅游线路的分析也是建立在此种概念基础之上的。

它是将旅游线路限定为具有某种组合弹性的商品形式，并认为旅游线路属于旅游产品的核心组成部分。

目前旅游界学者对旅游线路的定义比较多。

例如，徐明、谢彦君（1995）认为，旅游线路是旅行社或其他旅游经营部门以旅游点或旅游城市为节点，以交通线路为线索，为旅游者设计、串联或组合而成的旅游过程的具体走向。

朱国兴（2001）的看法是，区域旅游线路是旅行社或其他旅游经营部门，在特定区域内利用交通为外来旅游者设计的联络若干旅游点或旅游城市并提供一定服务的相对合理的线性空间走向，它将区域内各种单项旅游产品有机地组合在一起，并涵盖旅游者在旅游目的地的各个旅游活动环节，从而表现出综合性的特点。

陈志学（1994）在《导游员业务知识与技能》中提到，旅游线路是指旅行社生产的包价旅游产品，是根据旅游资源和接待能力以及旅游者的需要而规划出来的旅游途径。

<<旅游线路开发与设计>>

编辑推荐

<<旅游线路开发与设计>>

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>