

# 《旅游学教程》

## 图书基本信息

书名：《旅游学教程》

13位ISBN编号：9787562333500

10位ISBN编号：7562333505

出版时间：2010-9

出版社：华南理工大学出版社

作者：张补宏 编

页数：280

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《旅游学教程》

## 内容概要

《旅游学教程》是新编旅游与酒店管理系列教材之一，是旅游管理专业、酒店管理专业、会展经济与管理专业本科基础课程教材。《旅游学教程》主要内容包括：旅游学研究概述、旅游的发展历史、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游产品与旅游市场、旅游目的地、旅游发展的效应等。《旅游学教程》体系结构清晰，内容结合国内外旅游业发展的实际，融入大量案例资料，便于学生理解领会旅游学理论、研究方法，能为学习旅游管理领域知识奠定坚实的理论基础。《旅游学教程》配有教师用教学课件，具体索取方式请参见最后一页“教学支持说明”。

## 书籍目录

1 旅游学研究概述 1.1 旅游与旅游活动 1.1.1 旅游与旅游活动的概念 1.1.2 旅游的主要类型 1.1.3 旅游的属性 1.2 旅游学研究的对象与任务 1.2.1 旅游学研究对象确立的学术历程 1.2.2 关于旅游系统的各种学术主张 1.2.3 旅游学的研究对象及任务 1.3 旅游学研究的基本方法 1.3.1 定性的研究方法 1.3.2 定量的研究方法 2 旅游的发展历史 2.1 国外早期的旅游活动 2.1.1 古希腊文明中的旅游 2.1.2 古罗马文明中的旅游 2.1.3 文艺复兴时期的旅游 2.1.4 大航海时代的旅游 2.1.5 大旅游 2.2 工业文明中的旅游 2.2.1 轮船时代 2.2.2 陆上交通的改进和铁路时代 2.2.3 现代旅游业的标志——托马斯·库克旅行社 2.3 中国古代的旅行活动 2.3.1 先秦时期的旅行和旅游 2.3.2 秦汉时期的旅游 2.3.3 魏晋至元朝时期的旅游 2.3.4 明清时期的旅游 2.4 现代旅游 2.4.1 航空时代 2.4.2 大众旅游 2.4.3 选择性旅游 2.4.4 后现代旅游 3 旅游者 3.1 旅游的基本单位 3.1.1 旅游者 3.1.2 国际旅游者的定义 3.1.3 国内旅游者的定义 3.2 旅游者的类型 3.2.1 按旅游目的划分 3.2.2 其他划分旅游者的方法 3.3 旅游者产生的条件 3.3.1 有“闲钱” 3.3.2 有“闲时” 3.3.3 有动机 3.3.4 其他因素 3.4 影响旅游体验质量的因素及旅游者的需求心理 3.4.1 影响旅游体验质量的因素 3.4.2 旅游者的需求心理及消费行为 3.5 旅游消费者行为分析 3.5.1 韦哈布、克拉姆珀和罗森菲尔德的模型 3.5.2 斯莫尔的模型 3.5.3 马西森和沃尔的模型 4 旅游资源 4.1 旅游资源的概念及其内涵 4.1.1 旅游资源的概念 4.1.2 旅游资源概念的内涵 4.1.3 旅游资源的特点 4.2 旅游资源的分类 4.2.1 旅游资源的基本分类 4.2.2 其他分类 4.2.3 我国现行的技术性分类 4.3 旅游资源评价 4.3.1 旅游资源评价的概念及其意义 4.3.2 旅游资源的评价标准 4.3.3 旅游资源的评价方法 4.4 旅游资源的开发与保护 4.4.1 旅游资源开发的含义 4.4.2 旅游资源开发的基本原则 4.4.3 旅游资源开发的内容 4.4.4 旅游资源的保护 5 旅游业 5.1 旅游业概述 5.1.1 旅游业定义 5.1.2 旅游业的构成 5.1.3 旅游业的性质 5.1.4 旅游业的特点 5.2 旅游业的构成 5.2.1 旅行社 5.2.2 旅游饭店 5.2.3 旅游交通 5.2.4 旅游景区(点) 5.2.5 旅游购物 5.2.6 旅游娱乐 5.3 旅游业的发展模式 5.3.1 常规旅游发展模式 5.3.2 其他旅游发展模式 5.3.3 我国旅游发展模式 5.4 旅游业的未来 5.4.1 世界旅游的发展趋势及特点 5.4.2 中国旅游发展的趋势及特点 5.4.3 未来影响旅游业发展的因素 6 旅游产品与旅游市场 6.1 旅游产品 6.1.1 旅游产品概述 6.1.2 旅游产品的构成与分类 6.1.3 旅游产品的开发与组合 6.2 旅游流 6.2.1 旅游流的概念及其特征 6.2.2 旅游流的形成 6.3 旅游市场 6.3.1 旅游市场概述 6.3.2 旅游市场细分 6.3.3 国际旅游市场 6.3.4 中国旅游市场 7 旅游目的地 7.1 旅游目的地概述 7.1.1 旅游目的地的概念 7.1.2 旅游目的地的类型 7.1.3 旅游目的地生命周期理论 7.2 旅游目的地管理 7.2.1 旅游规划 7.2.2 旅游目的地形象管理 7.2.3 旅游目的地营销系统 7.3 旅游目的地可持续发展 7.3.1 可持续发展概述 7.3.2 旅游业可持续发展 7.3.3 旅游目的地可持续发展的主要方式——生态旅游 7.3.4 旅游目的地环境容量的测评 7.3.5 我国旅游目的地可持续发展的对策探讨 8 旅游发展的效应 8.1 旅游发展对经济的效应 8.1.1 旅游发展的积极经济效应 8.1.2 旅游发展的经济代价 8.2 旅游发展对环境的效应 8.2.1 旅游环境的特征 8.2.2 旅游发展对环境的正面效应 8.2.3 旅游发展对环境的负面效应 8.2.4 旅游环境保护措施 8.3 旅游发展对社会文化的效应 8.3.1 文化的含义与旅游对社会文化效应的含义 8.3.2 旅游发展对社会文化的积极效应 8.3.3 旅游发展对社会文化产生的负面效应 8.3.4 旅游接待地的文化调适参考文献

## 精彩短评

1、是我想要的一本书，快递挺快

## 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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)