

<<旅游学概论>>

图书基本信息

书名：<<旅游学概论>>

13位ISBN编号：9787040248418

10位ISBN编号：7040248417

出版时间：2008-10

出版时间：高等教育出版社

作者：李云霞等著

页数：291

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>

## &lt;&lt;旅游学概论&gt;&gt;

## 前言

进入21世纪以来,随着我国旅游业的蓬勃发展,国内旅游研究的范围不断延伸,旅游研究的方法不断拓展,大量的旅游研究成果不断涌现。

与之相适应,旅游管理专业的教材建设也取得了可喜的成绩。

旅游学是旅游管理专业的基础课程之一,为从事旅游学习和旅游研究的学生和学者提供一些基本的理论框架,从而为进一步的学习和研究奠定基础。

因此,旅游学概论教材建设在很大程度上会对旅游科学的发展进步起到推动作用。

近年来,冠以“旅游概论”、“旅游学概论”、“旅游通论”、“旅游学原理”的教材大量出现,其中不乏精品。

本书正是在吸收这些优秀成果的基础上,结合旅游教学实践编撰而成的。

本书以揭示旅游活动规律为主线,在广泛吸收国内外旅游学研究最新成果的基础上,全面系统地分析和阐述了旅游学的基本理论。

本书的主要内容包含旅游的本质和特点,旅游者,旅游资源,旅游产品,旅游市场,旅游业的特点、结构组织和社会经济作用,旅游活动的经济、环境和社会文化影响,旅游组织和旅游政策的主要作用等方面。

同时,本书还结合大量实例,通过案例导学的方式,深入浅出地阐释旅游学的相关内容,从而调动学生的学习兴趣,拓宽其知识视野,使学生灵活地掌握旅游学的基本知识,为后续的深入学习打下坚实的理论基础。

本书可以作为高等院校旅游管理专业本科生的教材,也可以作为旅游企业的培训教材和业务参考书,还可以作为热爱旅游科学人士的参考读本。

本书由李云霞、李洁、董立昆、王联勋进行设计、编著、修改、定稿等总纂工作。

参加撰写工作的人员还有殷开明、余虹、陆依依、汪东亮、强雪静、刘姣、倪淑颖、杨明春、杨波。

## <<旅游学概论>>

### 内容概要

《旅游学概论》是高等学校旅游管理专业主干课程教材。是依据旅游管理专业精品课程教学要求而编写，结合最新旅游发展动态，力求反映旅游学的最新研究成果。

《旅游学概论》分为上、下两篇：上篇主要对旅游者、旅游资源、旅游产品、旅游市场、旅游业、旅游效应等旅游学的核心概念进行富有时代特征的阐述，同时介绍了旅游宏观管理、旅游发展战略与趋势；下篇主要对旅游学相关案例进行了分析，以增强《旅游学概论》的实用性。

## &lt;&lt;旅游学概论&gt;&gt;

## 书籍目录

上篇 旅游学理论知识第1章 旅游的相关概念及历史沿革第一节 认识旅游第二节 古代旅游活动  
 第三节 近代旅游发展及旅游业的开端第四节 现代旅游及现代旅游业第五节 旅游学研究第2章  
 旅游者第一节 旅游者的概念和类型第二节 旅游者行为第三节 旅游流第四节 旅游者教育第3章  
 旅游资源第一节 旅游资源的概念和特征第二节 旅游资源的分类第三节 旅游资源评价第四节  
 旅游资源开发与保护第4章 旅游产品第一节 旅游产品的概念第二节 旅游资源向旅游产品的转化  
 第三节 旅游线路设计第四节 旅游产品的销售第五节 旅游产品生命周期及其调控第5章 旅游市  
 场第一节 旅游市场概述第二节 旅游市场营销第三节 旅游市场细分第四节 中国旅游业三大市场  
 第6章 旅游业第一节 旅游业的概念、构成和特征第二节 旅游业的支柱第7章 旅游效应第一节  
 旅游效应的概念第二节 旅游经济效应第三节 旅游环境效应第四节 旅游社会文化效应第8章 旅  
 游宏观管理第一节 旅游政策与法规第二节 旅游组织第9章 旅游发展战略与态势第一节 旅游发  
 展战略第二节 世界旅游业发展态势第三节 中国旅游业发展态势下篇 旅游学相关案例分析第10章  
 旅游者案例案例一 对旅游者的不同定义——案例二 旅游者能否单方解除旅游合同案例三 旅游  
 消费何去何从案例四 文明旅游与旅游文明案例五 假日经济——冷热不均的馅饼第11章 旅游资  
 源案例-案例一 长白山旅游资源调查报告案例二 池州市旅游资源评价案例三 尼亚加拉瀑布的旅游开  
 发案例四 黄果树瀑布群的旅游开发案例五 毛泽东故居的旅游开发案例六 尼克松故居案例七 奥  
 兰多的主题公园第12章 旅游市场案例案例一 香港旅游业V型复苏案例二 激活大学生假期旅游市  
 场案例三 中旅国际“借船出海”角逐中国商旅市场案例四 我国出境旅游市场现状及存在问题案例  
 五 北京奥运对中国旅游业的拉动第13章 旅游效应案例案例一 黄山无序开发对环境的影响案例二  
 古村镇旅游过度开发应该叫停案例三 “和谐旅游”对当地的关怀案例四 “大众化旅游”浪潮给  
 当地社会文化带来的负面影响案例五 旅游对西藏经济的影响案例六 迪斯尼对城市发展和房地产的  
 影响案例七 旅游业对纳西族传统文化的影响第14章 旅游宏观管理案例案例一 “非典”与中国旅  
 游业案例二 上海的旅游管理模式案例三 “焦作现象”的思考案例四 德国鲁尔区的工业遗产旅游  
 区域一体化发展模式案例五 几个国家的旅游立法案例六 游客在国外被转团，回国被殴打案例七  
 无照经营旅行社业务必受罚主要参考文献后记

## &lt;&lt;旅游学概论&gt;&gt;

## 章节摘录

(二) 发挥旅游企业的作用 旅游活动中与旅游者直接发生关系的是旅游企业, 所以旅游企业责无旁贷、地承担着旅游者教育的任务。

景区景点都可以成为推广环保意识乃至宣传旅游地精神文化的课堂, 在景点设立的各种宣传牌就是寓教于游的重要形式, 宣传牌上人情人理的规劝将起到更好的引导作用。

旅游企业中与旅游者接触最多最直接的应该是旅行社。

由于种种原因, 旅行社在与旅游者的交往中更强调经济方面的收益, 有的时候就片面地迎合旅游者的要求, 而忽略了将教育功能融入旅游过程中。

旅行社发挥教育功能主要在游前和游中两个阶段。

在出游前, 旅行社首先应当指导旅游者认真阅读旅游合同和附加文件。

因为旅游者往往认为旅游合同是旅游局统一印制的, 没有商量余地, 所以很少在签订合同前仔细了解双方的权利和义务。

如果出现问题, 也不清楚合同上的规定, 不能用正确的手段维权。

其次, 旅行社还应当事先提醒注意事项, 尤其是新开发的旅游地和少数民族地区。

这些地区由于文化差异相对较大, 为避免文化冲突, 就应该在事先告诉旅游者与当地居民正确的交往方式。

游中阶段承担教育任务的主要是导游人员。

导游人员一方面是要利用自己的专业知识让旅游者在观赏过程中超脱于日常生活中功利的、世俗的考虑, 真正感受到审美愉悦。

另一方面导游人员还有义务激发旅游者的伦理责任, 监督旅游者的行为。

从大的方面来说, 导游员要劝阻旅游者参加不健康的活动, 不购买对旅游地环境造成破坏的纪念品等。

从细节方面来讲, 比如阻止旅游者在禁止拍照的地方留影等都是导游员的责任。

在这个过程中, 导游员要以身作则, 真正起到教育和引导的作用。

旅游者教育是一项长期的工作, 其中涉及的问题也比较复杂, 因为它同时牵涉到旅游企业、旅游从业人员等多方面的旅游伦理、职业道德的教育。

因此, 旅游企业、旅游主管部门、全社会包括旅游者本身应当共同关注这一问题, 以促进旅游业的健康发展。

小结 经济水平提高、可随意支配收入增加和拥有余暇时间等客观条件以及旅游需要和旅游动机等主观条件的出现促使旅游者的产生。

旅游者就是为满足某种需要、暂时离开居住地前往旅游目的地、出于非盈利目的、在目的地做短暂停留(不超过一年)的人。

旅游者的旅游需求受旅游者的生活方式、生命周期以及一些抑制因素的影响。

按照不同的划分标准, 旅游者可以分为多种类型。

旅游者行为是指旅游者对旅游目的地、旅游季节、旅游目的和旅游方式的选择特征以及与之紧密相关的旅游意识、旅游效应和旅游需求特征。

## <<旅游学概论>>

### 编辑推荐

《旅游学概论》可作为高等学校旅游管理专业用书，也可作为广大旅游从业人员的培训教材或参考资料。

《旅游学概论》还特别配套了光盘版教学支持资源（教学课件）。

<<旅游学概论>>

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>