

<<旅游规划>>

图书基本信息

书名：<<旅游规划>>

13位ISBN编号：9787211034192

10位ISBN编号：721103419X

出版时间：1999-6

出版时间：福建人民出版社

作者：黄羊山，王建萍 著

页数：267

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>

<<旅游规划>>

内容概要

《大学旅游教材：旅游规划》包括旅游规划的概念、目的和特点、旅游规划的层次和类型、旅游规划的理论基础、旅游产品等九章内容。

旅游的发展也可以看成是旅游在时间轴上的变化，这种变化并非是线形的，而是非线形的，并且在增长过程中有短时间的低落与倒退。

<<旅游规划>>

作者简介

黄羊山，1970年1月生，湖北黄梅人。

1995年毕业于兰州大学地理系，获硕士学位，现为东南大学旅游学系讲师。

主要讲授《旅游规划》、《旅游经济学》、《旅游地图》、《城市地产评估》等课程。

专长为旅游开发规划和旅游经济研究，负责和参加多个旅游规划及教学多媒体软件制作

<<旅游规划>>

书籍目录

第一章 旅游规划的概念、目的和特点 第一节 旅游规划的概念 一、旅游规划 二、旅游规划同旅游开发、旅游计划与旅游策划的关系 第二节 旅游规划的目的 第三节 旅游规划的特点和要求 一、旅游规划的特点 二、旅游规划的要求 第二章 旅游规划的层次和类型 第一节 旅游规划的层次 一、从规划的空间范围划分层次 二、从时间的角度划分层次 三、从规划内容的性质划分层次 四、旅游规划层次之间的关系 第二节 旅游规划的类型 一、从旅游发展的阶段性来划分类型 二、从旅游规划的编制过程来划分类型 三、从旅游规划的内容来划分类型 第三节 旅游规划的基本层次 一、区域旅游规划 二、旅游地旅游规划 三、位址规划 四、基本旅游规划层次之间的关系 第三章 旅游规划的理论基础 第一节 地域分异规律和劳动地域分工 一、基本理论 二、在旅游规划中的指导意义 第二节 发展理论 一、理论概述 二、发展理论对旅游的指导意义 第三节 区位论原理 一、区位论概述 二、区位论的指导作用 第四节 市场学原理 第五节 生态学原理与旅游环境保护 一、生态学原理 二、旅游环境保护 第六节 系统理论 第四章 旅游产品 第一节 旅游产品 一、旅游产品的概念 二、旅游产品的组成 三、旅游产品的内外部关系 第二节 旅游产品的特征 第三节 旅游产品的开发与生产 一、旅游产品的开发 二、旅游产品开发的原则 三、旅游产品的生产 第五章 旅游资源调查与评价 第六章 旅游市场调查和预测 第七章 旅游供给量和供求平衡 第八章 旅游地规划附发后记

<<旅游规划>>

章节摘录

旅游的发展也可以看成是旅游在时间轴上的变化，这种变化并非是线形的，而是非线形的，并且在增长过程中有短时间的低落与倒退。

以下几个发展理论对旅游规划的指导意义是十分明显的。

（一）增长极理论 增长极是指围绕主导工业部门而组织的一组具有活力的高度联合的工业，又称生长极、发展极、增长中心。

它不仅本身迅速增长，而且通过乘数效应带动其他经济部门的增长。

增长极最初是法国经济学家F·佩鲁于1955年提出的，是由他的抽象经济空间概念衍生出来的。

1966年J·R·布德维尔把它转化为地理概念，提出形成增长极的一组工业可能在地理上聚集于一个都市区域。

以后，增长极的地理概念广泛应用于区域研究和区域规划。

增长极理论是指那些通过解释地区的发展过程，说明在增长中的都市中心引起周围地区经济增长的各种假说。

这些假说认为，在地理空间上经济增长不是均匀地发生，而是以不同强度呈点状分布，通过各种渠道影响区域经济。

把推动性的工业嵌入某地区后，将形成集聚经济，产生增长中心而推动整个地区经济的增长。

推动性工业应具有以下一些基本特点：规模较大、增长较快、与其他工业的联系广泛而且密切、有创新的能力。

增长极理论可以应用于旅游规划中，尤其是在区域旅游规划中，这时的增长极就是旅游地和旅游城镇。

在区域旅游发展过程中，努力培养旅游发展的增长极，借此带动整个区域旅游的发展。

在对区域旅游进行发展布局时，往往把那些旅游资源价值大、区位条件好、社会经济发展水平高的旅游地和旅游城镇作为旅游增长极来培育，集中人力、物力、财力，重点开发，并以此来带动其他旅游地、旅游点的发展，促使区域旅游获得较大的发展。

<<旅游规划>>

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>