第一图书网, tushu007.com

<<旅游经济学>>

图书基本信息

书名：<<旅游经济学>>

13位ISBN编号：9787300121581

10位ISBN编号：7300121586

出版时间：2010-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：张立生

页数：233

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

前言

旅游经济学是高等院校旅游管理专业的必修课程，它研究的旅游经济问题也是政府和旅游企业十分关心的问题之一。
我国自20世纪90年代以来.旅游经济进入了高速发展时期，旅游业存国民经济中的作用越来越重要，旅游经济的科学研究电不断深入。
进入了一个新的研究阶段。
旅游经济的高速发展对旅游专业人才培养提出了更高的要求，也对教材的编写提出了更高的要求。
然而，在笔者多年的旅游经济学教学过程中发现，现有旅游经济学教材普遍存在着理论严重滞后、理论体系不够健全、观点非主流等问题。
针对这一现状，笔者在自己多年旅游经济学讲义的基础上，与本书编写用队对旅游管理专业学生、广大同仁，旅游企业旅游管理部门进行广泛调研，并充分吸纳当今最前沿旅游经济理论研究成果和现有教材的优点，花费了近3年时间反复修改编写了本书。
存编写的过程中，本书注重把握以下儿个特征：（1）前沿性。
本书注重吸纳旅游经济最新科研成果，将理论水平推进至当前水平，能够比较系统地反映当今旅游经济研究的前沿成果。
（2）理论性。
本本注重吸纳当前旅游经济研究中主流理论成果，增加和补充了一些比较成熟的旅游经济理论成果，并修订了传统教材中大量的非主流观点。
（3）系统性。
本书与经济学的理论体系接轨。
对一些章节和框架做了必要的修，使本书自成体系，知识结构相对完整。

内容概要

本书为高等教育旅游管理专业教材，全书共分为12章，主要内容包括：绪论、旅游产品、旅游需求与供给、旅游价格、旅游消费、旅游收入与分配、旅游经济效益与效应、旅游投资与决策、旅游经济结构、旅游业组织、旅游经济运行与调控、旅游经济增长与发展。
本书内容丰富、体系健全、理论前沿。
为了方便读者学习，每章章首都列出了学习目标和重、难点，章尾都有思考题、阅读材料和学习参考书目。
　本书在当前我国旅游经济学的教学和科学研究水平的基础上，结合我国旅游经济发展的实践和高等教育的需要编写而成。
在编写的过程中，科研结合教学，教学结合实践，理论联系实际，充分参考当前旅游经济的最新研究成果，具有应用性、前沿性、系统性等特征。
本书既可以作为高等院校旅游管理专业的教材，也可供旅游从业人员培训和自学使用。
同时，还可作为旅游科研参考书。

<<旅游经济学>>

书籍目录

第一章　绪论 第一节　旅游经济学的产生和发展 第二节　旅游经济学的研究对象和内容 第三节　旅游经济学与其他学科的关系 第四节　旅游经济学的研究方法第二章　旅游产品 第一节　旅游产品的概念和特征 第二节　旅游产品的类型 第三节　旅游产品的构成 第四节　旅游产品的开发 第五节　旅游产品生命周期 第六节　旅游商品第三章　旅游需求与供给 第一节　旅游需求 第二节　旅游供给 第三节　旅游需求和供给的均衡第四章　旅游价格 第一节　旅游价格的概念和分类 第二节　旅游价格的形成 第三节　旅游价格歧视 第四节　旅游产品的定价目标及方法第五章　旅游消费　第一节　旅游消费的特征和作用　第二节　旅游消费的方式和影响因素　第三节　旅游消费水平和结构　第四节　旅游消费系数规律　第五节　旅游消费均衡第六章　旅游收入与分配　第一节　旅游收入的概念及其分类　第二节　旅游收人指标及计算　第三节　旅游卫星账户　第四节　旅游收入的分配与再分配　第五节　旅游外汇收入漏损第七章　旅游经济效益与效应　第一节　旅游经济效益及评价内容　第二节　旅游企业经济效益与评价　第三节　旅游宏观经济效益与评价　第四节　旅游经济效应第八章　旅游投资与决策　第一节　旅游投资的特点与类型　第二节　旅游投资决策　第三节　旅游投资项目可行性研究　第四节　旅游投资项目的评价　第五节　旅游投资管理体制第九章　旅游经济结构　第一节　旅游经济结构的概念及影响因素　第二节　旅游经济结构的内容　第三节　旅游经济结构的优化第十章　旅游业组织　第一节　旅游业组织的类型及职能　第二节　世界主要旅游组织　第三节　中国主要旅游组织第十一章　旅游经济运行与调控　第一节　旅游经济运行的规律和特点　第二节　旅游市场体系与机制　第三节　政府对旅游经济的宏观调控第十二章　旅游经济增长与发展主要参考文献

章节摘录

（二）按照旅游消费对象划分 按照旅游消费对象，一般可把旅游消费结构划分为物质消费和精神消费。
物质消费，是指旅游者在旅游过程中所消耗的有形物质产品，如客房用品、食品饮料、购买的纪念品等实物产品，这些消费为旅游者在旅游过程中提供了物质上的保证；精神消费，是指满足旅游者对各种山水名胜、文物古迹、民族文化、人文风情等观赏和享受等精神方面的消费，这部分消费是旅游消费结构中的核心部分。
（三）按照旅游消费内容划分 通常，旅游消费包括交通、住宿、餐饮、游览、娱乐、购物、通信、医疗、汇兑等内容，这些旅游消费内容一般可以划分为基本旅游消费和非基本旅游消费。
基本旅游消费，是指旅游者对旅游住宿、餐饮、交通和景区游览等方面的消费，是进行一次旅游活动所必须且基本稳定的消费，其大多数需求价格弹性较小，因此在旅游消费结构中具有基础性地位，必须以合理的价格优先满足这部分消费。
非基本消费，是指与旅游者个性消费特点相联系，并且具有较大需求弹性和变化性的消费，如购物、娱乐、保健医疗、长途通信等，这些消费不一定在每次旅游活动中都发生，主要取决于旅游者的消费偏好、产品特点、旅游价格等因素，因此具有一定的变动性和非稳定性特点。
（四）按照旅游消费主体划分 旅游消费结构还可以按照旅游消费主体划分为个人消费、集团消费和社会消费。
（五）按照旅游消费目的划分 旅游消费结构按照旅游消费目的可以划分为探亲访友型的旅游消费、度假型的旅游消费、探险型的旅游消费、观光型的旅游消费、商务型的旅游消费等。

编辑推荐

《旅游经济学》是21世纪经济学系列教材。

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