

<<旅游文化学>>

图书基本信息

书名：<<旅游文化学>>

13位ISBN编号：9787301099353

10位ISBN编号：7301099355

出版时间：2007-4

出版单位：北京大学

作者：谢元鲁

页数：350

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>

<<旅游文化学>>

内容概要

本书全面地探讨和分析了旅游文化学的领域中目前所出现和研究的重要问题，而且有许多是目前学术界正在探讨，但在旅游业中又是难以回避的重要问题，如旅游文化时空的变化，旅游文化的交流与冲突，旅游文化的价值和收益，旅游文化的形象与品牌诸方面，目的是向读者展现旅游文化学领域中的最新研究成果，并且提供较全面的解读。

为了方便教学和阅读，本书在叙述分析的内容中，大量引用案例，以生动活泼的旅游实际，来方便读者理解本书的内容，并为读者提供进一步思考的广阔空间。

本书可用作高等院校旅游本科专业学生的教材，也可供对旅游文化感兴趣的读者阅读。

<<旅游文化学>>

书籍目录

第一章 旅游与文化的关系 第一节 旅游文化的概念 第二节 旅游文化的分类 一、按旅游活动的对象划分 二、按旅游活动的过程划分 第三节 旅游文化的价值 一、通过文化形象及内涵的解读,实现旅游中的跨文化的赏析与交流 二、通过文化内涵的解读与扩展,实现旅游资源的提升 三、通过文化的研究,解读旅游者与旅游经营者的行为规律 四、通过文化的研究,对旅游品牌进行定位与开发 第四节 旅游文化学的发展 一、国外旅游文化学的发展 二、中国旅游文化学的兴起 第二章 旅游文化功能 第一节 旅游文化的审美 一、旅游资源的审美价值 二、旅游者的审美意识 三、审美想象 第二节 旅游时空的拓展 一、生活空间的转换 二、生活时间的转换 第三节 旅游信息的增加与激励 一、陌生环境的信息刺激 二、跨文化环境的信息冲击 三、旅游形象的塑造与传播 第四节 思考题 本章参考文献 第三章 旅游文化时空 第一节 旅游文化的空间分布 一、旅游城市的空间分布 二、旅游建筑文化的空间分布 三、宗教文化的空间分布 四、民族文化的空间分布 五、文学艺术文化的空间分布 第二节 旅游文化的时间分布 一、旅游文化的历史视角 二、旅游文化的时代变迁 第三节 旅游文化空间的变化 一、文化传统的断裂化 二、文化象征的符号化 三、文化内涵的商品化 第四节 思考题 本章参考文献 第四章 旅游文化行为 第一节 旅游者的文化动机 一、审美动机 二、学习动机 三、刺激动机 四、怀旧动机 五、宗教动机 第二节 旅游者的文化行为 一、审美行为 二、占有行为 三、体验行为 第三节 旅游经营者的文化动机 一、文化保护 二、文化品牌 三、文化商品 第四节 旅游经营者的文化行为 一、文化营销 二、文化企业 三、文化塑造 本章参考文献 第五章 旅游文化交流与冲突 第一节 旅游的跨文化交流与适应 一、旅游的跨文化解读 二、旅游跨文化交流的障碍与适应 三、旅游文化的相互影响 第二节 旅游文化的真实性冲突 一、旅游体验的客体性真实与主体性本真 二、后现代旅游境域中的模拟真实 三、旅游产品中的创造真实 第三节 旅游文化的环境冲突 一、旅游地的文化环境与商业环境冲突 二、旅游地的文化环境与居住环境冲突 第四节 旅游文化的观念冲击 一、旅游者在异文化环境中的文化冲击 二、文化观念的冲击在旅游开发中的利用 本章参考文献 第六章 旅游文化的价值与收益 第一节 旅游文化的价值 一、旅游文化价值的概念与特点 二、文化提升旅游资源价值 三、文化是解读旅游者行为的密码 四、文化主导旅游形象定位与旅游资源开发 第二节 旅游文化的收益 一、旅游文化收益的概念及分类 二、旅游文化的经济收益 三、旅游文化的社会收益 第三节 思考题 本章参考文献 第七章 旅游文化产品与营销 第一节 旅游文化产品 一、旅游文化产品的概念和内容 二、展示型旅游文化产品 三、学习型旅游文化产品 四、休闲型旅游文化产品 五、体验型旅游文化产品 第二节 旅游文化营销 一、旅游文化营销环境 二、旅游文化营销方式 三、旅游文化营销策略 第三节 旅游文化资源产权结构与管理 一、产权与旅游文化资源产权 二、旅游文化资源管理的模式 三、我国旅游文化资源产权管理中存在问题、原因与改革方向 第四节 思考题 本章参考文献 第八章 旅游文化景观 第一节 城市文化景观 一、城市文化景观 二、城市结构与建筑 三、城市生态与园林 四、城市文化形象 第二节 民俗文化景观 一、民俗文化景观的概念 二、民俗文化景观的特点 三、民俗文化景观的分类 四、城市民俗文化景观 五、乡村民俗文化景观 第三节 宗教文化景观 一、生态环境型宗教文化景观 二、建筑艺术型宗教文化景观 三、宗教氛围型宗教文化景观 第四节 艺术文化景观 一、景观联想型 二、访古怀旧型 三、艺术欣赏型 第五节 山水民居景观 一、自然山水景观的概念 二、人工园林景观 三、民居生态景观 第六节 历史文化景观 一、历史文化景观的“信息要素” 二、历史文化景观的分类 第七节 民族文化景观 一、民族文化景观的定义 二、民族文化景观的特点 三、民族文化景观的表现形式 第八节 思考题 本章参考文献 第九章 旅游文化品牌 第一节 文化品牌战略与旅游 一、旅游文化品牌的含义、表现形式及功能 二、旅游的品牌化趋势 三、旅游文化品牌战略 第二节 旅游文化品牌的定位与设计 一、旅游文化形象与品牌的差异 二、旅游文化形象与品牌的设计 三、旅游文化形象与品牌的定位 第三节 旅游文化品牌的价值取向 一、资源型旅游产品的特点与旅游区品牌的建立 二、服务型旅游产品的特点与旅游企业品牌的建立 第四节 旅游文化品牌的推广与传播 一、广告型传播 二、体验型传播 三、旅游品牌的营销 本章参考文献 第十章 旅游休闲文化 第一节 休闲文化与旅游 一、休闲及休闲文化的概念与内容 二、休闲动机与旅游 三、休闲过程与旅游 第二节 休闲文化的历史发展 一、休闲的历史变迁 二、休闲文化模式的变迁 三、休闲文化中的角色变化 第三节 休闲旅游的开发 一、休闲

<<旅游文化学>>

旅游要素构成 二、现代休闲旅游资源的布局 三、休闲旅游的开发 本章参考文献第十一章 旅游文化资源保护与开发 第一节 旅游文化资源的开发 一、旅游文化资源开发的有限性与无穷性 二、旅游文化资源开发的特色定位 三、旅游文化资源开发的周期 第二节 旅游文化资源的保护 一、旅游文化资源的保护类别 二、旅游文化资源的保护层次 三、现代旅游文化资源的发掘与保护 第三节 旅游文化资源保护与开发的冲突与平衡 一、旅游文化资源的保护原则与开发失范 二、可持续旅游发展观及“人文生态”理念与旅游文化资源保护 三、旅游文化资源保护和开发中的冲突与平衡 第四节 思考题 本章参考文献

<<旅游文化学>>

编辑推荐

中国旅游学的研究几乎是与二十多年前的旅游业的发展同时兴起的。

在高等学校中，旅游专业也逐渐成为兴旺的门类,该书是《21世纪全国高校应用人才培养旅游类规划教材》系列中的一本，该系列教材创新内容多；针对性强；编写能力强。

本书全面地探讨和分析了旅游文化学的领域中目前所出现和研究的重要问题,适应时代的需求，使旅游本科专业的学生，包括对旅游文化感兴趣的读者，对于旅游文化学的发展能有一个较全面的了解。

<<旅游文化学>>

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>