

<<旅游资源学>>

图书基本信息

书名：<<旅游资源学>>

13位ISBN编号：9787302189411

10位ISBN编号：7302189412

出版时间：2009-1

出版时间：清华大学出版社

作者：吴国清 主编

页数：209

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;旅游资源学&gt;&gt;

## 前言

旅游资源是旅游业发展的基础和先决条件，其本身所蕴涵的美学特征及历史文化价值构成旅游者出游的根本动力之一。

中国幅员辽阔、历史悠久、民族众多，绚丽多彩的自然旅游资源和博大精深的人文旅游资源为中国旅游业的持续升温注入了活力。

旅游资源在旅游业发展中无可替代的作用决定了旅游资源学这门课程在旅游高等教育中的重要性。

旅游资源学是高职高专院校旅游类专业的主干课程之一，也是其他相关专业开设的重要课程之一。

本书紧紧围绕高职高专人才培养的目标和需要，坚持新颖、简明、通俗的原则，力求在课程体系、教学内容和教学方法上有所突破，在内容取舍、难度权衡和表达方式等方面都充分考虑了目标读者的接受能力和实际需要，以提高学生整体素质为根本出发点，兼顾知识理论教育和操作实践教学。

本书的总体撰写原则是理论与实践相结合，在编写过程中，一方面注重知识的科学性与实用性，力求体例清晰、严谨，内容简洁、新颖，图文并茂；另一方面重视案例的遴选和组织，以我国知名度较高、较具代表性的世界遗产、5A级景区、风景名胜区、自然保护区、工农业旅游示范点等典型旅游资源为例，深入浅出地阐述旅游资源学的相关理论与方法。

各章都融合了与内容相关的经典案例，这不仅为教师教学和学生学习了提供了丰富的素材，同时，也有利于学生对知识的深入理解和掌握。

本书适于高职高专院校旅游类专业作为教材和教学参考书使用，对旅游业从业人员也具有较高的参考价值。

本书是清华大学出版社推出的高职高专旅游类专业精品教材之一，由上海师范大学旅游学院吴国清负责全书的策划、定稿和统稿，宋玲、高娜负责收集资料并参与撰写，其中绪论、第6、7章由宋玲撰写；第1、4章由吴国清、高娜撰写；第2、3章由吴国清、宋玲撰写；第5、8章由高娜撰写。

本书在编写过程中参考、引用了许多学者的研究成果，在本书的最后列出了主要的参考书目，在此向他们表示衷心的感谢！

由于资料收集及研究水平和经验等方面的原因，本书难免有不足或疏漏之处，敬请各位同仁和读者批评指正，以作进一步的修订和提高。

## <<旅游资源学>>

### 内容概要

旅游资源是旅游业赖以运行的物质基础和前提条件。

本书第1章至第4章为理论研究部分，第5章至第8章为应用研究部分。

作者以旅游资源的基本原理为起点，在阐述自然旅游景观、人文旅游景观和旅游资源区划的基础上，分别介绍了旅游资源审美、旅游资源调查与评价、旅游资源开发以及旅游资源保护与可持续发展等具体内容。

在编写过程中重视案例的遴选和组织，以我国知名度较高、较具代表性的世界遗产、5A级景区、风景名胜、自然保护区、工农业旅游示范点等典型旅游资源为例，深入浅出地阐述了旅游资源学的相关理论与方法。

本书适于高职高专院校旅游类专业作为教材和教学参考书使用，对旅游业从业人员也具有较高的参考价值。

## &lt;&lt;旅游资源学&gt;&gt;

## 书籍目录

绪论	0.1 旅游资源概念的认知	0.2 旅游资源学的研究	0.2.1 旅游资源学的研究进展	0.2.2 旅游资源学的研究对象	0.2.3 旅游资源学的研究内容	0.2.4 旅游资源学的研究方法	0.3 本书的内容安排及框架体系
第1章	旅游资源概述						
	1.1 旅游资源的概念	1.1.1 旅游资源的概念	1.1.2 旅游资源的内涵	1.2 旅游资源的形成	1.2.1 自然旅游资源形成的基本条件	1.2.2 人文旅游资源形成的基本条件	1.3 旅游资源的特征
					1.3.1 旅游资源的空间特性	1.3.2 旅游资源的时间特性	1.3.3 旅游资源的经济特性
					1.3.4 旅游资源的文化特性	1.4 旅游资源的分类	1.4.1 旅游资源分类的概念
							1.4.2 旅游资源分类的依据
							1.4.3 旅游资源分类的方法与方案
经典案例解析	本章小结	思考与练习	第2章 自然旅游景观				
			2.1 地文旅游景观	2.1.1 山地景观	2.1.2 岩溶景观	2.1.3 风沙景观	2.1.4 黄土景观
			2.1.5 火山景观	2.1.6 地震遗迹景观	2.2 水域旅游景观	2.2.1 江河景观	2.2.2 湖泊景观
			2.2.3 瀑布景观	2.2.4 泉景观	2.2.5 海域景观	2.2.6 冰川景观	2.3 生物旅游景观
			2.3.1 植物景观	2.3.2 动物景观	2.4 大气旅游景观	2.4.1 雨景	2.4.2 云雾景
			2.4.3 冰雪景	2.4.4 雾凇、雨凇景	2.4.5 风景	2.4.6 霞景	2.4.7 佛光
			2.4.8 蜃景	2.4.9 立体景	2.4.10 极光景	2.5 天象景观	2.5.1 白夜景观
			2.5.2 “日月并升”奇观	经典案例解析	本章小结	思考与练习	第3章 人文旅游景观
第4章	旅游资源区划						
第5章	旅游资源审美						
第6章	旅游资源调查与评价						
第7章	旅游资源开发						
第8章	旅游资源保护与可持续发展综合实例参考文献						

## &lt;&lt;旅游资源学&gt;&gt;

## 章节摘录

第1章 旅游资源概述1.1 旅游资源的概念1.1.1 旅游资源的概念资源属于经济学概念，原指取之于自然的生产与生活资料，现在常指自然界和人类社会中客观存在的生产资料或生活资料。例如，自然界中的煤炭资源、石油资源、水力资源、风力资源、森林资源、土地资源等，人类社会中的人力资源、技术资源、资本资源、文化资源、政治资源等。

“有用性”和“基础性”是其最基本的属性。

旅游资源也属于资源的一种，是伴随现代旅游活动、旅游产业的发展而产生的新概念。

由于旅游业是一项新兴产业，为旅游业提供理论指导的旅游科学目前还不成熟，对旅游资源的概念也尚未形成全面统一的认识。

1.国外学者对于旅游资源概念的理解旅游地理理论最早形成于国外，英文中旅游资源又被称作旅游吸引物(tourist attraction)，其本身既包括能刺激旅游者产生旅游动机的各种因素，又包含决定旅游者的旅游行为能否实现的一系列中介条件，是一个内涵极为广泛的概念。

较有代表性的定义有以下两种：霍洛韦(J.C.Holloway)认为旅游吸引物就是那些给旅游者以积极的效益或特征的东西，它们可以是海滨或湖滨、山岳风景、狩猎公园、有趣的历史纪念物和文化活动、体育运动以及令人愉悦舒适的会议环境。

苏联地理学家普列奥布拉曾斯基等则从技术经济角度给旅游资源下了定义：旅游资源即在现有技术和物质条件下，能够被用做组织旅游活动的自然的、技术的和社会经济的因素。

## <<旅游资源学>>

### 编辑推荐

《旅游资源学》特色：深入浅出地阐述了旅游资源学的相关理论与方法，各章均融合了与内容相关的经典案例。

注重知识的科学性与实用性，体例清晰、严谨，内容简洁、新颖。

注重案例的遴选和组织，以我国知名度较高、较具代表性的世界遗产、5A级景区、风景名胜区、自然保护区、工农业旅游示范点等典型旅游资源为例。

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>