

<<旅游学概论>>

图书基本信息

书名：<<旅游学概论>>

13位ISBN编号：9787302276050

10位ISBN编号：7302276056

出版时间：2012-3

出版时间：清华大学出版社

作者：王德刚 编

页数：387

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>

<<旅游学概论>>

内容概要

王德刚主编的本书以全球化的视野，通过对旅游、旅游业和旅游学术研究发展过程的全面考察，探讨了旅游学的主要概念和理论体系、旅游业的发展规律和旅游管理的一般原理，特别增加了对旅游利益相关者、旅游权利、旅游道德等问题的讨论，对旅游发展所影响和引起的各类社会问题、现象给予更多关注，并对旅游业的发展进行了新的展望。

本书共分为13章，内容体系完整，体例规范，理论成熟。

本书可作为普通高等院校旅游管理专业的教材，也可作为旅游从业人员的参考用书。

<<旅游学概论>>

书籍目录

第1章 旅游

- 1.1 前旅游时代
 - 1.1.1 对旅游的界定
 - 1.1.2 人类旅游活动的萌芽
 - 1.1.3 西方早期的旅游发展过程
 - 1.1.4 中国早期的旅游发展过程
 - 1.1.5 人类早期对旅游的认识
- 1.2 现代旅游的产生
 - 1.2.1 现代旅游的发端
 - 1.2.2 现代旅游与旅游业的开端
- 1.3 旅游概述
 - 1.3.1 旅游的本质和特征
 - 1.3.2 人们对旅游认识的发展
 - 1.3.3 旅游的概念
- 1.4 现代旅游理念
 - 1.4.1 旅游发展的经济导向
 - 1.4.2 旅游发展的社会功能导向

第2章 旅游学

- 2.1 旅游学研究概况
 - 2.1.1 国外旅游学研究发展过程
 - 2.1.2 中国的旅游学研究
- 2.2 旅游学的研究对象和内容
 - 2.2.1 旅游学的研究对象
 - 2.2.2 旅游学的研究内容
- 2.3 旅游学的学科性质和理论体系
 - 2.3.1 旅游学的学科性质
 - 2.3.2 旅游学的理论体系
- 2.4 旅游学的研究方法
 - 2.4.1 旅游学研究方法的形成
 - 2.4.2 旅游学的研究方法

第3章 旅游者

- 3.1 旅游者概述
 - 3.1.1 旅游者的定义
 - 3.1.2 旅游者的分类与特点
- 3.2 社会发展与旅游者的产生
 - 3.2.1 经济发展水平与个人收入
 - 3.2.2 余暇时间
 - 3.2.3 其他条件
- 3.3 旅游动机
 - 3.3.1 旅游需要
 - 3.3.2 旅游动机的种类及文化动机
 - 3.3.3 影响旅游动机的因素
 - 3.3.4 旅游动机的激发

第4章 旅游体验

- 4.1 旅游体验概述

<<旅游学概论>>

4.1.1 对旅游体验概念内涵的认识

4.1.2 旅游体验的内容与特点

4.2 旅游体验的实现路径

4.2.1 旅游观赏

4.2.2 旅游交往

4.2.3 旅游模仿

4.2.4 旅游中的游戏

4.3 旅游体验质量

4.3.1 衡量旅游体验质量的指标

4.3.2 影响旅游体验质量的因素

4.3.3 提高旅游体验质量的途径

第5章 旅游利益相关者

5.1 旅游系统

5.1.1 旅游系统结构

5.1.2 旅游客源系统

5.1.3 旅游通道系统

5.1.4 旅游目的地系统

5.2 旅游利益相关者

5.2.1 旅游利益相关者的概念

5.2.2 旅游利益相关者的构成

5.3 旅游利益相关者的价值取向

5.3.1 旅游利益相关者的利益与成本

5.3.2 旅游利益相关者的价值目标

5.4 旅游利益分配机制

5.4.1 旅游利益分配原则——均衡利益原则

5.4.2 均衡分配实现途径

第6章 旅游资源与旅游开发

6.1 旅游资源

6.1.1 旅游资源的概念

6.1.2 旅游资源的分类

6.1.3 旅游资源的特点

6.2 旅游规划

6.2.1 旅游规划的概念

6.2.2 旅游规划的内容

6.3 旅游开发

6.3.1 旅游开发的概念

6.3.2 旅游开发的内容

第7章 旅游产品与旅游产业

7.1 旅游产品

7.1.1 旅游产品的概念

7.1.2 旅游产品的特点

7.1.3 旅游产品的分类

7.2 旅游产业

7.2.1 旅游产业的概念

7.2.2 旅游产业结构

7.2.3 旅游产业的特点

7.3 旅游产业政策

<<旅游学概论>>

- 7.3.1 旅游产业政策的含义
- 7.3.2 旅游产业政策体系
- 7.3.3 我国旅游产业政策的发展与演变

第8章 旅游市场

- 8.1 旅游市场概述
 - 8.1.1 旅游市场的含义和构成要素
 - 8.1.2 旅游市场的特点
 - 8.1.3 旅游市场的分类
 - 8.1.4 旅游市场的功能与作用
- 8.2 旅游者流动规律
 - 8.2.1 旅游者流向与流量
 - 8.2.2 旅游客流规律
- 8.3 旅游市场营销
 - 8.3.1 旅游市场营销的概念及其产生、发展
 - 8.3.2 旅游市场的细分
 - 8.3.3 旅游市场的选择
 - 8.3.4 旅游市场营销组合策略

第9章 旅游管理

- 9.1 旅游管理概述
 - 9.1.1 旅游管理的含义
 - 9.1.2 旅游管理的任务
 - 9.1.3 旅游管理的性质
 - 9.1.4 旅游管理的特点
- 9.2 旅游企业管理
 - 9.2.1 旅游企业的类别与特点
 - 9.2.2 旅行社经营管理
 - 9.2.3 旅游饭店经营管理
 - 9.2.4 旅游景区经营管理
- 9.3 旅游行业管理
 - 9.3.1 旅游行业管理的概念和主体
 - 9.3.2 旅游行业管理的内容
 - 9.3.3 旅游行业管理的目标
 - 9.3.4 旅游行业管理的任务

第10章 旅游文化

- 10.1 旅游文化概述
 - 10.1.1 旅游活动的文化属性
 - 10.1.2 旅游文化的形成
 - 10.1.3 旅游文化的定义
 - 10.1.4 旅游文化的特点
- 10.2 旅游文化的结构
 - 10.2.1 旅游者消费行为文化
 - 10.2.2 旅游客体文化
 - 10.2.3 旅游企业文化
- 10.3 旅游对社会文化的影响
 - 10.3.1 旅游对社会文化的积极影响
 - 10.3.2 旅游对社会文化的消极影响
 - 10.3.3 正确认识旅游的社会文化影响

<<旅游学概论>>

第11章 旅游道德

11.1 旅游道德的概念

11.1.1 道德

11.1.2 旅游道德

11.1.3 旅游道德相关者

11.2 旅游道德行为

11.2.1 旅游者道德行为

11.2.2 社区道德行为

11.2.3 旅游企业道德行为

11.2.4 政府道德行为

11.2.5 社会公众和非政府组织的道德行为

11.3 旅游道德建设

11.3.1 旅游道德建设原则

11.3.2 旅游道德规范

11.3.3 旅游道德建设的途径

第12章 世界旅游业的发展历程 和发展模式

12.1 世界旅游业发展回顾

12.1.1 世界旅游业的产生

12.1.2 世界旅游业的发展历程（21世纪以前）

12.2 世界旅游业发展趋势

12.2.1 旅游休闲时代的到来

12.2.2 人类旅游的发展方向

12.2.3 现代旅游发展特点

第13章 中国旅游业发展概况

13.1 近代中国旅游业的萌芽

13.1.1 近代中国旅游业的早期发展

13.1.2 近代中国关于旅游的学术研究

13.2 改革开放后中国旅游业的发展

13.2.1 旅游职能的转变和管理体制的逐步完善

13.2.2 三大旅游市场的形成与全面发展

13.2.3 旅游大国地位的确立

13.3 中国旅游业的转型与提升

13.3.1 旅游业进入我国国家战略体系

13.3.2 中国旅游业的转型与提升

13.3.3 由旅游大国走向旅游强国

参考文献

附件 马尼拉世界旅游宣言

章节摘录

版权页：第1章旅游1.1前旅游时代旅游丰富生活，旅游创造传奇。

作为现代社会为类生活的重要组成部分，旅游已经成为一种具有普遍意义的社会现象，是大多数人生活的重要组成部分，也是人们追求进步、追求发展和自我养成的重要途径。

旅游之所以具有现代性，是因为它是人类社会发展到一定阶段的产物；旅游本身也是一个现代概念，它是现代人用现代思想和现代理论对一种特殊现象的概括和界定。

1.1.1对旅游的界定（一）旅游概念的现代性旅游，实际上是我们现代人用现代的旅游学思想和观点地这种特定社会现象的要领界定，这种界定本身带有时代性，也带有被动性——概念出现于社会实践之后。

旅游是人的活动，是人的生活的一部分，是人类生命系统的开放与拓展。

从某种意义上说，人类旅游活动的发展历史应该与人类特定的历史阶段相适应。

也就是说，旅游并非是与人类社会的发展过程相始终的，它仅仅是在人类社会发展到一定历史阶段之后才出现的一种社会现象。

但不可否认的是，任何一种社会现象都不可能是在一天内产生的，它必然有一处历史的发展过程，即经历萌芽、产生、发展、成熟的历史演变过程。

旅游也是一样，今天的旅游，也必然有一处历史的渊源和过程。

<<旅游学概论>>

编辑推荐

《21世纪经济管理类精品教材:旅游学概论(第3版)》可作为普通高等院校旅游管理专业的教材,也可作为旅游从业人员的参考用书。

<<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>