

<<旅游经济学>>

图书基本信息

书名：<<旅游经济学>>

13位ISBN编号：9787310011421

10位ISBN编号：7310011422

出版时间：1998-1

出版时间：天津南开大学

作者：罗明义编著

页数：301

字数：284000

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>

## <<旅游经济学>>

### 内容概要

《旅游经济学》是一门新兴学科，必须不断充实，丰富和完善。

随着国内外旅游经济的蓬勃发展，我们既要不断地用科学的理论指导实践，也要不断地总结实验和成果并上升为科学的理论，以促进旅游经济学科体系的建设和健康发展。

《旅游经济学》以社会主义市场经济理论为指导，全面系统地阐述了旅游经济的基本概念、基本原理和基本方法。

其内容包括；旅游经济的概念、性质特征、发展特点及在社会经济中的地位和作用，旅游产品的概念、构成、类型及开发内容和策略，旅游需求的概念、特点及旅游需求规律和弹性，旅游供给的概念、特点、规律性及旅游供求矛盾与平衡，旅游市场的概念、功能、分类、机制及旅游市场的开拓，旅游消费的概念、特点及旅游消费方式和消费效果，旅游投资的概念，旅游投资项目可行性研究和旅游投资项目评价，旅游经济结构的概念、特征、内容及旅游经济结构的合理化，旅游经济效益、旅游收入、旅游成本成旅游经济效益的分析和评价，旅游经济可持续发展的概念、意义、规律及重点等。

《旅游经济学》一书融理论与实践为一体，定性与定量相结合，既突出重点，又简明扼要，通俗易懂。

不仅是旅游中专学生必不可少的专业教科书，也是从事旅游经济研究与管理人员的重要参考书。

<<旅游经济学>>

作者简介

## &lt;&lt;旅游经济学&gt;&gt;

## 书籍目录

绪论 一 旅游经济学的特点 二 旅游经济学的研究对象 三 旅游经济学的研究内容 四 旅游经济学的研究方法 复习与思考第一章 旅游经济概述 第一节 旅游经济的性质 一 现代旅游的概念 二 现代旅游经济的性质 三 旅游经济的产业化标志 第二节 旅游经济的形成及发展 一 旅游经济的萌芽阶段 二 旅游经济的形成阶段 三 旅游经济的发展阶段 四 旅游经济的发展特点 第三节 旅游经济的地位及作用 一 旅游经济在社会经济中的地位 二 旅游经济对经济发展的作用 三 旅游经济对社会文化的作用 四 旅游经济对环境的作用和影响 复习与思考 案例分析：2002年世界旅游经济发展分析第二章 旅游产品 第一节 旅游产品的概念及特征 一 旅游产品的概念 二 旅游产品的经济性质 三 旅游产品的基本特征 第二节 旅游产品的构成 一 旅游产品的一般构成 二 旅游产品的需求构成 三 旅游产品的供给构成 四 旅游产品的市场构成 第三节 旅游产品的类型及开发 一 旅游产品的类型 二 旅游产品的开发原则 三 旅游产品的开发内容 四 旅游产品的开发策略 复习与思考 案例分析：云南精心打造“八大旅游产品”第三章 旅游需求 第一节 旅游需求概念及特征 一 旅游需求的概念 二 旅游需求的产生 三 旅游需求的特征 第二节 旅游需求规律 一 旅游需求的影响因素 二 旅游需求量变化的规律性 三 旅游需求水平变化的规律性 第三节 旅游需求的弹性 一 弹性与旅游需求弹性 二 旅游需求价格弹性 三 旅游需求收入弹性 四 旅游需求的交叉价格弹性 第四节 旅游需求的衡量的预测 .....第四章 旅游供给第五章 旅游市场第六章 旅游消费第七章 旅游投资第八章 旅游经济结构第九章 旅游经济效益第十章 旅游经济发展参考文献

## 章节摘录

版权页：插图：服务观念是旅游从业人员的价值观，是从事服务工作的前提。

旅游服务所表现的是一种人与人的关系，因而只有建立完整的合乎实际的服务观念，达到社会认知、自我认知和工作认知的协调一致，才可能具有积极主动的服务精神和服务态度。

服务态度是服务观念的具体化，是服务质量的外在集中表现，不仅表现出服务人员旅游者的尊重和理解，而且也表现出服务人员的气度、修养和文明素质，因此是旅游者关注的焦点，也是提高旅游服务的重点。

服务项目是依托旅游服务设施向旅游者提供的各种服务，服务项目内容的多少和服务效率的高低，不仅决定着是否能为旅游者提供方便、快捷、高效的服务，也是增强旅游企业竞争力的关键所在。

服务价格是旅游服务内容和质量的货币表现形式，与服务内容和质量有着密切的相关关系。

通常，质价相符，旅游者满意；质优价低，旅游产品竞争力强；质低价高，旅游者不高兴。

因此，不同的价格反映着所提供的不同等级的服务，这是国际旅游业的通行原则。

服务技术是搞好旅游服务工作的基础，高超而娴熟的服务技术会成为一种艺术表演，使旅游者从中获得享受，满足旅游者的旅游需求，并提高旅游企业的形象和信誉。

因此，服务技术水平的高低就成为评判旅游企业服务质量的的标准。

（四）旅游购物品旅游购物品是指旅游者在旅游活动中所购买的，对旅游者具有实用性、纪念性、礼品性的各种物质形态的商品，亦称为旅游商品。

旅游购物品反映了旅游目的地国家或地区的文化和艺术，能够使旅游者更好地了解旅游目的地国家或地区的文化传统，并留下美好的回忆。

旅游购物品主要有旅游工艺品、旅游纪念品、文物古玩、金银玉器、土特产品及书法绘画等。

<<旅游经济学>>

编辑推荐

《旅游经济学(第2版)》为高等院校旅游管理专业大专教材之一。

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>