

<<全新旅游资源学>>

图书基本信息

书名：<<全新旅游资源学>>

13位ISBN编号：9787504651242

10位ISBN编号：7504651249

出版时间：2008-8

出版时间：中国科学技术出版社

作者：郑群明 主编

页数：344

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>

<<全新旅游资源学>>

内容概要

以全新的视角，全面系统地概括旅游资源形成的背景和特征；通过图文表例并茂的方法，系统科学地阐述各类旅游资源的含义、特点和特征、主要分布区域、典型资源代表及其开发方向和相关案例；在吸纳最新研究成果的基础上，首次提出全新类型的旅游资源——自然环境资源，并对其类型、特点、开发方向进行了系统的论述。

科学总结旅游资源调查和评价的方法体系及操作步骤，系统概括旅游资源保护及开发的措施，并对旅游资源的创新指出了方向。

全书注重创新性、理论性、实用性、操作性、启发性，适合于全国高校旅游管理专业和森林保护与游憩专业的大学生、研究生学习和参考，也适合于全国从事旅游开发、管理、研究的人员用作参考用书。

。

<<全新旅游资源学>>

作者简介

郑群明，讲师，中国生态学学会旅游生态专业委员会委员，湖南省旅游局旅游规划评审专家组成员，《生态旅游》系列丛书编委会编委。

主要研究领域：生态旅游资源开发、生态旅游产品开发的基础理论、旅游规划与管理。

现在中南林业科技大学森林旅游研究中心攻读生态学（生态旅游）博士学位。

参加和主持国家级、省部级课题7项；公开发表学术论文20多篇，其中国家核心期刊10篇；参编书2部；获省级奖励3项；主持和主要参加各类旅游总体规划和控制性详规共计28项。

<<全新旅游资源学>>

书籍目录

绪论第一章 旅游资源的概念及内涵 第一节 旅游的相关概念 第二节 旅游资源的概念 第三节 对旅游资源内涵的理解第二章 旅游资源产生的背景及特征 第一节 旅游资源产生的背景 第二节 自然旅游资源形成的条件 第三节 人文旅游资源形成的条件 第四节 旅游资源的总体特征第三章 旅游资源的分类 第一节 旅游资源的分类原则 第二节 旅游资源的分类依据 第三节 旅游资源分类方案 第四节 《国标》旅游资源分类方案的特点及其使用第四章 地文景观旅游资源 第一节 地文景观的形成 第二节 地文景观旅游资源的类型 第三节 地文景观旅游资源的特点 第四节 典型地文景观及其特点 第五节 湖南武陵源地文景观开发案例第五章 水域风光旅游资源 第一节 水域风光旅游资源的成因 第二节 水域风光旅游资源的类型 第三节 水域风光旅游资源的特征 第四节 典型水域风光及其特点 第五节 千岛湖水域风光开发案例第六章 生物景观旅游资源 第一节 生物景观旅游资源的成因 第二节 生物景观旅游资源的类型 第三节 生物景观旅游资源的特征 第四节 典型生物景观及其特点 第五节 肯尼亚野生动物旅游开发案例第七章 天象与气候景观旅游资源 第一节 天象与气候景观旅游资源的成因 第二节 天象与气候景观旅游资源的类型 第三节 天象与气候景观旅游资源的特征 第四节 典型天象与气候景观及其特点 第五节 庐山避暑旅游资源开发案例第八章 遗址遗迹旅游资源 第一节 遗址遗迹旅游资源的成因 第二节 遗址遗迹旅游资源的类型 第三节 遗址遗迹旅游资源的特征 第四节 典型遗址遗迹旅游资源及其特点 第五节 长城旅游资源开发案例第九章 建筑与设施旅游资源 第一节 建筑与设施旅游资源的成因 第二节 建筑与设施旅游资源的类型 第三节 建筑与设施旅游资源的特征 第四节 典型建筑和设施旅游资源及其特点 第五节 苏州园林旅游开发案例第十章 旅游商品旅游资源 第一节 旅游商品旅游资源的成因 第二节 旅游商品旅游资源的类型 第三节 旅游商品旅游资源的特征 第四节 典型旅游商品及其特点 第五节 川菜旅游开发案例第十一章 人文活动旅游资源 第一节 人文活动旅游资源的成因 第二节 人文活动旅游资源的类型 第三节 人文活动旅游资源的特征 第四节 典型人文活动旅游资源及其特点 第五节 南京夫子庙庙会旅游开发案例第十二章 自然环境旅游资源 第一节 自然环境旅游资源的形成背景和特征 第二节 自然环境旅游资源的类型 第三节 典型自然环境旅游资源及其特点 第四节 广东鼎湖山空气负离子旅游资源开发案例第十三章 旅游资源调查 第一节 旅游资源调查的要求 第二节 旅游资源调查的方法 第三节 旅游资源野外调查的步骤及组织 第四节 旅游资源调查报告第十四章 旅游资源评价 第一节 旅游资源评价的目的 第二节 旅游资源评价的方法类型及其发展 第三节 旅游资源评价的步骤 第四节 旅游资源评价案例分析第十五章 旅游资源保护与开发 第一节 旅游资源保护与开发的关系 第二节 旅游资源保护的原则 第三节 旅游资源保护的影响因素 第四节 旅游资源保护的方法 第五节 旅游资源开发的一般原理 第六节 旅游资源开发的主要内容 第七节 旅游资源开发的步骤第十六章 旅游资源创新 第一节 旅游资源创新的含义及意义 第二节 旅游资源创新的内容与方法参考文献

章节摘录

第一章 旅游资源的概念及内涵第一节 旅游的相关概念旅游业被誉为“无烟工业”，“朝阳产业”，“没有教室的教育，没有文字的宣传，没有口号的政治，没有大使的外交”。旅游业在经济学上系属第三产业，其主要商品是服务，游客除购买旅游产品（指由旅游资源与旅游设施组合）之外，也要获得满意的服务（包括获取专业知识和感觉受到尊重）。迄今为止，国内外学术界关于旅游的定义众多，学者们从不同的角度对旅游这个概念进行了阐述，目前还没有一个统一定义为学术界所公认。不同的国家，甚至同一国家的内部对旅游定义都有所不同。人们对旅游的定义之所以会这样多，而且各有侧重，是因为旅游活动的内容是随着时间而变化、丰富的，人们对旅游的认知也随之变化，研究者站在不同的角度就会产生不同的认识，所以关于旅游的定义还在不断的发展和完善中。对旅游的定义大体可以划分为两类：理论性定义（或概念性定义）和技术性定义（或实践性定义）。对于一个概念，既给出概念性定义，又给出技术性定义，是国际上理论研究的一贯做法。旅游的概念性定义用于提供一种观念性的理论框架，用以确定旅游的基本特点，以便将它与其他活动区别开来，侧重于对旅游活动的定义；而技术性定义可以进一步明确概念性定义的内容和范畴，明确具体的分类指标，使对象明细化，便于实际操作。技术性定义主要为了旅游统计、收集数据的需要，以便为决策立法提供旅游信息，所以侧重于对旅游者的定义及划分方法。

<<全新旅游资源学>>

编辑推荐

《全新旅游资源学》由中国科学技术出版社出版。

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>