

<<生态旅游>>

图书基本信息

书名：<<生态旅游>>

13位ISBN编号：9787509611418

10位ISBN编号：7509611415

出版时间：2010-11

出版时间：经济管理出版社

作者：乌兰，李玉新 主编

页数：304

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>

<<生态旅游>>

前言

全球范围内绿色文明的形成，导致了生态旅游的兴起和发展，目前世界各国都非常重视发展生态旅游。

在我国，生态旅游经过近30年的发展，无论理论研究还是具体实践都取得了很大的进步。特别是我国生态旅游与自然保护区、森林公园、遗产保护地的建设与管理相结合，探索了一些较为典型的发展模式，各地也积累了相当多值得借鉴的成功经验。

相比大众旅游，生态旅游更加强调在可持续发展思想指导下开展各项旅游活动，这就使得以生态环境保护为原则，以绿色需求为导向的生态旅游发展模式的建立显得十分迫切。

目前，国内外专家和学者在可持续发展理念下，围绕生态旅游发展的理论与实践进行着积极研究和创新探索，但生态旅游理论的研究尚处于初步发展阶段，尚存在一定的不足和局限。

在生态旅游的实践方面，尽管各地竞相开展了形式不同、内容丰富的多种生态旅游活动，但其中能够达到真正意义上生态旅游要求的旅游活动少之又少。

相反，在众多开展生态旅游实践的区域内，或多或少都存在着生态破坏、环境污染、资源损坏或减少、生物多样性锐减等多种环境问题；加之许多生态旅游区（或景区、景点）对生态旅游缺乏整体层面的规划、设计和组织，在生态旅游经营管理行为与游客消费行为中同样存在着非生态化现象，生态旅游几乎等同于大众旅游，且有进一步泛化的趋势。

凡此种种，表明我国生态旅游亟须可持续发展理论的指导，需要科学地进行规范与管理。

<<生态旅游>>

内容概要

本书以可持续发展和生态学理论为基础,系统地介绍了生态旅游的理论体系和内容框架,包括生态旅游的产生与发展、生态旅游发展模式、生态旅游的理论基础、生态旅游者研究、生态旅游资源、生态旅游环境、生态旅游规划、生态旅游区管理、生态旅游环境管理、生态旅游社区参与、生态旅游营销管理等方面的主要内容。

本书的编写力求总结前人的研究成果,并涉及生态旅游领域的一些研究热点问题和关于强化生态旅游管理职能的相关内容。

本书具有全面系统、资料新颖、案例教学、结合实践的特点。

本书可作为大专院校生态旅游及相关专业课程的教科书,也可供从事生态、规划、区域、环境、旅游、农林等相关领域的科研工作者、决策者和管理者学习和参考。

<<生态旅游>>

书籍目录

第一章 生态旅游的产生与发展 第一节 生态旅游的产生 第二节 国内外生态旅游的发展 第三节 生态旅游存在的问题与趋势第二章 生态旅游概述 第一节 生态旅游的概念与内涵 第二节 生态旅游的原则与特点 第三节 生态旅游的功能与效益 第四节 生态旅游的基本模式第三章 生态旅游的理论基础 第一节 可持续发展理论 第二节 环境伦理学 第三节 生态系统理论 第四节 生态美理论第四章 生态旅游者 第一节 生态旅游者概述 第二节 生态旅游者的形成 第三节 生态旅游行为第五章 生态旅游资源 第一节 生态旅游资源的概念 第二节 生态旅游资源的特征与分类 第三节 生态旅游资源保护性开发第六章 生态旅游环境 第一节 生态旅游环境的构成 第二节 生态旅游环境容量 第三节 生态旅游对环境的影响 第四节 生态旅游中的环境问题第七章 生态旅游规划与生态设计 第一节 生态旅游规划概述 第二节 生态旅游区规划原理与方法 第三节 生态旅游线路设计 第四节 生态旅游景观设计与布局 第五节 生态旅游绿色设计与绿色技术第八章 生态旅游区建设与管理 第一节 生态旅游区概述 第二节 生态旅游区建设 第三节 生态旅游区管理第九章 生态旅游环境管理 第一节 生态旅游环境管理 第二节 生态旅游环境管理框架体系 第三节 我国生态旅游环境管理的发展 第四节 生态旅游环境管理手段第十章 生态旅游社区参与 第一节 生态旅游社区参与概述 第二节 社区参与生态旅游的具体内容和保障机制 第三节 生态旅游社区参与的典型模式第十一章 生态旅游营销管理 第一节 生态旅游市场营销概述 第二节 生态旅游市场营销战略 第三节 生态旅游市场营销组合策略 第四节 生态旅游产品设计与开发附录一：魁北克世界生态旅游高峰会宣言附录二：全国生态旅游发展纲要(-年)附录三：浙江省生态旅游区建设与服务规范参考文献

<<生态旅游>>

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>