

<<旅游概论>>

图书基本信息

书名：<<旅游概论>>

13位ISBN编号：9787562443476

10位ISBN编号：7562443475

出版时间：2008-5

出版时间：重庆大学出版社

作者：李长秋，姜明新 主编

页数：199

字数：267000

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>

<<旅游概论>>

内容概要

本书是全国高职高专旅游管理专业规划系列教材之一。

书中既借鉴了国外旅游学研究的理论成果，又参考了国内旅游学研究的学术成就，系统地阐述了旅游及旅游业的发展和旅游学的基础知识、基本概念及基本理论。

全书共分九章，主要内容包括旅游及旅游学、旅游活动的发展简史、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游市场、旅游效应、旅游组织与产业政策、现代旅游的发展趋势等。

本书内容翔实，语言流畅，重点突出，简明扼要。

主要作为高职高专旅游管理专业或相关专业规划教材使用，也可以作为旅游行政管理工作者和旅游业从业人员的参考资料及岗位培训用书。

<<旅游概论>>

书籍目录

第一章 旅游与旅游学 第一节 旅游的基本含义 第二节 旅游活动的构成与特征 第三节 旅游活动的类型 第四节 旅游学研究的对象与任务 小结 思考题第二章 旅游活动的发展简史 第一节 国外旅游活动简史 第二节 国内旅游活动简史 小结 思考题第三章 旅游者 第一节 旅游者的基本概念 第二节 旅游者产生的条件 第三节 旅游者的类型和特点 第四节 旅游体验 小结 思考题第四章 旅游资源 第一节 概述 第二节 旅游资源的调查与评价 第三节 旅游规划 第四节 旅游资源的开发和保护 小结 思考题第五章 旅游业 第一节 旅游业的概述 第二节 旅行社 第三节 旅游饭店业 第四节 旅游交通业 第五节 旅游购物品经营业 小结 思考题第六章 旅游市场 第一节 旅游产品 第二节 旅游市场的基本含义 第三节 国际旅游市场 第四节 我国的旅游客源市场 第五节 旅游市场宣传 小结 思考题第七章 旅游效应 第一节 旅游效应概述 第二节 旅游的经济效应 第三节 旅游的社会文化效应 第四节 旅游的环境效应 第五节 旅游业的可持续发展 第六节 生态旅游 小结 思考题第八章 旅游组织和旅游产业政策 第一节 旅游组织 第二节 旅游产业政策 小结第九章 现代旅游的发展趋势参考文献

<<旅游概论>>

章节摘录

第一章 旅游与旅游学 第一节 旅游的基本含义 二、旅游的本质属性 (一) 旅游的文化属性 旅游的需求是在满足人类最基本的生存和安全需求后而产生的一种享受和发展的需求。这种需求既有精神的, 也有物质的, 但更多地表现为人们对增长见识、陶冶情操、充分获得个性满足的需求。

因此, 旅游需求是一定文化背景下的产物, 是文化驱使的结果。

没有文化的发展, 就不可能激发人们的旅游动机, 也就不可能产生旅游。

旅游资源是旅游的吸引物, 不可避免地反映了一定的社会文化环境, 特别是人文旅游资源, 譬如文物古迹、民族风情, 都是人类生产、社会生活的产物, 属于文化的范畴。

所以, 旅游资源自身就是凝聚着人类精神文化神韵, 是旅游地社会文化环境的体现。

旅游设施和旅游服务在内容和形式上也体现了鲜明的文化特色, 譬如风俗习惯、文学艺术、建筑、服饰、饮食等。

因此, 旅游业既是一定社会文化环境创造出来的物质和非物质的旅游媒介, 又是一定社会文化环境的自我表现形式。

(二) 旅游的社会属性 旅游是人类社会经济发展到一定阶段的产物。

社会生产力的发展水平决定了不同历史时期旅游活动的规模、内容和方式。

并且, 随着人类社会的进步和人们生活水平的提高, 旅游也逐渐成为广大人民群众物质和精神生活的一个基本组成部分。

旅游活动是包括政治、文化、商贸、体育、学术等多方面内容的综合性社会活动。

总之, 在不同的社会历史条件下, 人们的旅游需求等都打上了强烈的时代烙印。

所以说旅游活动的产生与发展、内容与形式、需求与消费既体现了旅游的社会属性, 也反映了某一历史时期的社会象征意义。

<<旅游概论>>

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>