

<<旅游规划原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<旅游规划原理与实务>>

13位ISBN编号：9787562448495

10位ISBN编号：7562448493

出版时间：2009-6

出版时间：重庆大学出版社

作者：王雷亭 等编

页数：296

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>

<<旅游规划原理与实务>>

前言

本书以高职高专的培养目标是“在具有必备的基础理论知识和专门知识的基础上，重点掌握从事本专业领域实际工作的基本能力和基本技能；具备较快适应生产、建设、管理、服务第一线岗位需要的实际工作能力”为出发点，开创性地设计了教材的相关内容，将全书内容划分为旅游规划原理、旅游规划技术和旅游规划案例3个板块。

在编写过程中，突出了以下3个特点：一是务实。

突出职业教育的特色，坚持以基本能力和基本技能培养为本的观念，基础理论、基本概念以应用为目的，以必需、够用为度；针对旅游规划实践性强的特点，发挥编写人员多年从事旅游规划与开发实践工作的经验，把有关精品规划作为案例编入教材，以期通过案例教学培养学生的基本能力和技能。

二是新颖。

本书吸收了当今旅游规划的新理论和新方法，内容上力求反映当今旅游规划人才的特定素质、知识及能力要素；阐述方式上，注意发挥图、表、例的作用；能力培养上，注重素质、技能的训练。

三是规范、科学。

国家旅游局、原建设部和国家质监总局等部门针对我国的旅游规划，先后制定或发布了《旅游规划通则》、《旅游资源分类、调查与评价》、《风景名胜区规划规范》等一系列行业规范和国家标准，这是编制旅游规划的基本要求。

本教材在编写过程中，注意突出这些规范和标准。

全书共分为3编11章，由泰山学院王雷亭教授负责统稿和定稿。

第1章至第4章由泰山学院李海燕编写；第5章、第6章、第11章由泰山学院赵琳琳编写；第7章至第10章由泰山学院魏云刚编写。

<<旅游规划原理与实务>>

内容概要

全书分为3编11章,包括旅游规划原理、旅游规划技术和旅游规划案例3个板块。

具体包括绪论、旅游规划的理论基础、旅游规划的层次和编制程序、旅游规划管理、旅游资源调查与评价、旅游空间规划、旅游市场营销规划、旅游形象策划、旅游产品规划、旅游保障体系规划和旅游规划案例。

本书作为高职高专旅游类专业相关课程教学的教材,也可作为旅游决策、管理和规划部门从业人员的岗位培训教材或参考资料。

<<旅游规划原理与实务>>

书籍目录

- 第1编 旅游规划原理 第1章 绪论 1.1 旅游规划的含义 1.2 旅游规划的历史回顾 1.3 旅游规划的现状与发展趋势 教学实践 本章自测 相关链接 第2章 旅游规划的理论基础 2.1 旅游经济学理论应用 2.2 地域分异理论应用 2.3 可持续发展理论应用 2.4 旅游区位理论应用 2.5 旅游系统论应用 教学实践 本章自测 相关链接 第3章 旅游规划的层次和编制程序 3.1 国外旅游规划的层次和类型 3.2 我国旅游规划的层次和类型 3.3 旅游规划的基本层次 3.4 旅游规划编制程序 教学实践 本章自测 相关链接 第4章 旅游规划管理 4.1 旅游规划招投标 4.2 旅游规划过程管理 4.3 旅游规划评审与实施管理 教学实践 本章自测 相关链接 第2编 旅游规划技术 第5章 旅游资源调查与评价 5.1 旅游资源 5.2 旅游资源的分类 5.3 旅游资源的调查 5.4 旅游资源的评价 教学实践 本章自测 知识链接：文脉、地脉 相关链接 第6章 旅游空间规划 6.1 旅游地缘空间结构 6.2 旅游发展空间布局 6.3 景区空间规划 6.4 旅游线路设计 本章自测 相关链接 第7章 旅游市场营销规划 7.1 旅游市场现状分析 7.2 旅游市场调查 7.3 旅游市场的细分与定位 7.4 旅游市场预测 7.5 旅游市场营销策略 教学实践 本章自测 相关链接 第8章 旅游形象策划 8.1 旅游形象概述 8.2 旅游形象定位 8.3 旅游形象塑造 8.4 旅游形象传播 教学实践 本章自测 相关链接 第9章 旅游产品规划 9.1 旅游产品内涵与类型 9.2 旅游产品规划的依据与策略 9.3 旅游主题产品策划 9.4 旅游商品开发 教学实践 本章自测 相关链接 第10章 旅游保障体系规划 10.1 旅游设施和基础设施规划 10.2 政府保障系统规划 10.3 政策与法规保障系统 10.4 旅游管理保障系统 10.5 旅游发展的资金保障 10.6 信息保障系统 10.7 人力资源保障系统 教学实践 本章自测 相关链接 第3编 旅游规划案例 第11章 《西安市旅游发展总体规划》 11.1 规划简介 11.2 规划文本摘要：西安市旅游发展总体规划参考文献

<<旅游规划原理与实务>>

章节摘录

插图：2.4 旅游区位理论应用 区位论是说明和探讨地理空间对各种经济活动分布和区位的影响，研究生产力空间组织的一种学说，或者说区位论是关于人类活动的空间分布和空间组织优化理论，尤其突出表现在经济活动上。

区位作为绝对的术语，是指由经纬线构成的网络系统中的某个位置，即自然地理位置；作为相对的术语，是指就其他位置而言所限定的位置，即交通地理位置和经济地理位置。

因此，可以说区位就是自然地理位置、经济地理位置和交通地理位置的空间地域上有机结合的具体表现。

区位理论研究的实质是选择最佳布局问题，即如何通过科学合理的布局使生产能以较少的投入获得较大的收益。

区位理论是旅游规划和开发工作的一个重要理论基础，旅游规划的目标之一就是确定旅游业在空间上的合理布局。

2.4.1 传统区位理论在指导旅游规划时的问题 传统意义上的区位理论，即针对物质资料生产的区位理论，在对工业和农业生产进行规划时发挥了巨大的作用，但是这些理论用于旅游规划的工作中就可能会出现“失灵”的现象。

这主要是由于以下几个方面的原因造成的：首先，旅游业生产和工业生产对象的不同，就决定了传统区位理论在旅游规划上的“失灵”。

旅游业同工业一样是一个依托资源型的产业，可是旅游业所依托的资源是旅游资源，无论是人文还是自然旅游资源，一般来说均是不能移动的。

因此，在旅游规划中生产的区位是大致确定的，即不存在旅游资源的运输费用影响旅游生产布局的问题。

其次，旅游生产的非物质性使得旅游市场的需求预测变得十分困难，市场对旅游区位的影响表现出极大的不确定性。

因为相同的旅游资源和产品对于不同的人来说可能会具有不同的效用，这其中涉及很多的因素，如个人爱好、性格特征、文化背景、知识结构、从事的工作等，甚至旅游企业员工的服务态度都会对旅游产品的需求产生影响。

再次，旅游业与其他的物质生产产业相比具有更大的综合性和关联性，不能仅仅从旅游发展本身来进行生产布局，必须全面通盘考虑。

旅游业所包涵的内容除了传统意义上的“食、住、行、游、购、娱”六大要素外，还需要外界环境的支持和其他的辅助、配套服务设施，如环保、电力、通信等。

<<旅游规划原理与实务>>

编辑推荐

《旅游规划原理与实务》以高职高专的培养目标是“在具有必备的基础理论知识和专门知识的基础上，重点掌握从事本专业领域实际工作的基本能力和基本技能；具备较快适应生产、建设、管理、服务第一线岗位需要的实际工作能力”为出发点，开创性地设计了教材的相关内容，将全书内容划分为旅游规划原理、旅游规划技术和旅游规划案例3个板块。

<<旅游规划原理与实务>>

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>