

<<旅游概论>>

图书基本信息

书名：<<旅游概论>>

13位ISBN编号：9787563722082

10位ISBN编号：7563722084

出版时间：2011-8

出版时间：旅游教育

作者：赵利民//王明强//叶珍|主编:谢彦君

页数：232

字数：239000

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

赵利民编著的《旅游概论》是高职高专院校旅游专业的专业基础课和重点课程，是学习其他旅游专业课程之前的必修课。

本书结合旅游业发展的新变化，较全面地介绍了旅游学的相关基础知识。

通过对本书的学习，读者可以掌握旅游学的基本概念和基础理论，了解旅游业的基本要素及各要素之间的相互关系，认识旅游活动发展的基本规律，了解社会经济发展与旅游活动的关系，从而提高对旅游的认识，并为其他旅游专业课程的学习打下坚实的基础。

<<旅游概论>>

书籍目录

第一章 绪论

引言

学习目标

第一节 旅游的含义和构成

一、旅游的概念

二、旅游的本质属性

三、旅游的构成

第二节 旅游的特征和种类

一、旅游的特征

二、旅游的种类

思考与练习

第二章 旅游的起源和发展

引言

学习目标

第一节 旅游的起源

一、人类早期的生存状态

二、早期人类的迁徙

三、旅游的产生

第二节 世界旅游的发展

一、古代旅游

二、近代旅游和世界旅游业的开端

三、现代旅游的大发展

第三节 中国旅游的发展

一、中国古代旅游

第三章 旅游者

第四章 旅游资源

第五章 旅游业

第六章 旅游产品

第七章 旅游市场

第八章 旅游组织与旅游政策法规

第九章 旅游教育与培训

第十章 旅游的影响

第十一章 旅游业的未来发展

参考文献

<<旅游概论>>

章节摘录

版权页：插图：根据西方经济学的观点，市场按竞争程度不同分为完全竞争市场、不完全竞争市场（垄断竞争市场）、寡头市场和完全垄断市场四种。

在完全竞争市场中，产品价格是在多次的市场交易中自然形成的，无论是旅游企业还是旅游者都不能左右产品价格，双方只是被动地接受市场竞争中形成的价格；在不完全竞争市场中，旅游企业既具有一定程度的垄断性，同时又具有一定程度的竞争性，这使得旅游企业的有特色的产品在短期内可以定高价，获得超额利润，但与之竞争的企业会随之介入，产品价格又会随之下降，回归正常水平。

在寡头市场中，少数大的旅游企业完全控制了某地市场，其他企业很难进入这一市场，这使得产品价格较高而且较稳定。

在完全垄断市场中，某一企业完全控制了产品价格。

三、旅游市场的作用（一）促进旅游需求与旅游供给的平衡旅游需求与供给是一对矛盾，这一矛盾关系正是通过旅游市场的作用得以调节，达到供需的基本平衡。

供给指的是卖者或生产者在某一特定时间内在每一价格下对一种商品愿意而且能够提供出售的数量。

需求指的是买者或者消费者在某一特定时间内在每一价格下对一种商品愿意而且能够购买的数量。

对旅游市场来说，旅游供给就是旅游企业在一定价格条件下愿意且能够提供的旅游产品的数量，旅游需求就是旅游者在一定的价格条件下愿意且能够购买的旅游产品的数量。

毫无疑问，旅游产品价格是旅游供给与旅游需求间的重要联系纽带。

供求关系影响着产品价格的水平，同时，价格又是平衡供求关系的重要工具。

旅游需求是经常变化的因素，如季节的转暖、旅游者收入的提高、闲暇时间的增多等，都有可能带来旅游需求的增加，此时如果旅游供给还维持原样，就会带来供给的紧张，为维持供给与需求的平衡，旅游产品的价格将会上涨，而旅游产品的价格的上涨一方面会刺激旅游供给单位增加旅游供给；另一方面旅游者会减少对旅游产品的需求，使旅游供给与旅游需求趋于平衡。

同样，当一些特定的因素使旅游需求减少时，如果旅游供给还维持原样，就会带来供给的过剩，为维持供给与需求的平衡，旅游产品的价格将会下降，而旅游产品价格的下降一方面会刺激旅游者对旅游产品的需求；另一方面会促使旅游供给单位减少旅游供给，使旅游供给与旅游需求趋于平衡。

<<旅游概论>>

编辑推荐

《旅游概论》是新编高职高专旅游管理类专业规划教材之一。

<<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>