

<<旅游规划>>

图书基本信息

书名：<<旅游规划>>

13位ISBN编号：9787811229493

10位ISBN编号：7811229498

出版时间：1970-1

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：魏敏

页数：356

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>>

前言

20世纪60年代开始,旅游规划首先出现在欧洲,随之扩散到北美及全球各地。

我国的旅游规划最早出现在20世纪80年代中期旅游大规模发展时期。

随后,我国一些著名旅游规划学专家和学者在长期的规划实践中,并借鉴国内外相关领域的先进经验,写出了多部旅游规划学教材。

当前,中国旅游业正面临加入WTO和世界旅游热点向亚太地区转移的大好机遇。

在这个背景下,学习、总结和借鉴国内外旅游规划学的理论成果和经验,通过制定高质量的旅游资源开发规划,将拥有丰富旅游资源的中国旅游产品推向国际市场是历史的必然选择。

旅游规划学是旅游管理学科的核心内容,科学的旅游规划是旅游开发的理论依据,是实现旅游资源有效利用和可持续开发的基本条件。

因此,我们在充分总结多年来的旅游规划实践、旅游教学与科研实践的基础上,立足我国国情、借鉴国外经验,花费多年的时间和精力进行本书的撰写,以期促进中国旅游规划研究水平的进一步提升,并能更好地指导旅游规划实践,实现旅游资源的科学开发。

本书较为系统、全面地总结和论述了旅游规划学的理论、实践与方法。

本书一共有四篇、十六章,即理论篇(导论、旅游规划学的理论体系、旅游规划的类型、旅游资源调查与评价)、战略篇(旅游发展战略规划、旅游目的地战略规划、旅游系统空间战略规划、旅游规划的主题定位战略)、实施篇(旅游规划实践、旅游市场营销策划、旅游产品策划、旅游投资规划)和调控篇(旅游影响调控、旅游规划管理调控、城市旅游规划调控、乡村旅游规划调控)。

本书的出版得到东北财经大学出版社孙平老师的大力支持,特此感谢。

参加本书编著工作的还有杨一容、钱丽芸、杨晶、傅宇阳、方子寅、黄文涛、张彩霞、苟丽佳、杨娟、李爽和王纯阳等。

他们在本书的编写过程中做了大量的工作,在此表示感谢。

由于作者水平和时间有限,本书的疏漏、错误之处在所难免,恳请读者不吝赐教,我们将虚心、诚恳接受批评,力图完善此书。

<<旅游规划>>

内容概要

《旅游规划：理论·实践·方法》较为系统、全面地总结和论述了旅游规划学的理论、实践与方法。

《旅游规划：理论·实践·方法》一共有四篇、十六章，即规划理论篇（导论、旅游规划学的理论体系、旅游规划的类型、旅游资源调查与评价）、规划战略篇（旅游发展战略规划、旅游目的地战略规划、旅游系统空间战略规划、旅游规划的主题定位战略）、规划实施篇（旅游规划实践、旅游市场营销策划、旅游产品策划、旅游投资规划）和规划调控篇（旅游影响调控、旅游规划管理调控、城市旅游规划调控、乡村旅游规划调控）。

<<旅游规划>>

书籍目录

第一篇 理论篇第一章 导论学习目标1.1 旅游规划学概述1.2 旅游规划学的研究对象和内容1.3 旅游规划学的研究目的和意义1.4 旅游规划学的研究方法 本章小结 基本概念 基本训练第二章 旅游规划学的理论体系学习目标2.1 旅游规划的传统理论2.2 旅游规划的基本理论 2.3 旅游规划理论的发展 本章小结 基本概念基本训练第三章 旅游规划的类型学习目标3.1 旅游规划类型的划分标准 3.2 旅游总体规划3.3 旅游详细规划3.4 概念性旅游规划本章小结基本概念基本训练第四章 旅游资源调查与评价学习目标4.1 旅游资源 4.2 旅游资源调查4.3 旅游资源评价 4.4 旅游资源开发本章小结基本概念基本训练第二篇 战略篇第五章 旅游发展战略规划学习目标5.1 战略与旅游发展战略规划5.2 旅游发展战略指导思想5.3 旅游发展战略框架设计5.4 旅游发展战略问题辨析本章小结基本概念基本训练第六章 旅游目的地战略规划学习目标6.1 旅游目的地6.2 旅游目的地规划问题6.3 旅游目的地生命周期6.4 旅游目的地规划的利益相关者 本章小结基本概念基本训练第七章 旅游发展空间战略规划学习目标7.1 旅游系统空间的基本单元7.2 旅游系统空间的基本结构7.3 旅游系统空间的发展模式 7.4 旅游系统空间规划的程序与模式分类 本章小结基本概念基本训练第八章 旅游规划的主题定位战略 学习目标8.1 主题定位的战略基础 8.2 主题定位的战略方法8.3 主题定位的战略途径8.4 主题形象的定位战略本章小结基本概念基本训练第三篇 实施篇第九章 旅游规划实践 学习目标9.1 旅游规划的实施过程9.2 旅游规划的影响评估9.3 旅游规划的管理评价本章小结基本概念基本训练第十章 旅游市场营销策划学习目标10.1 旅游市场细分 10.2 旅游市场营销广告策划 10.3 旅游产品营销渠道策划10.4 旅游市场营销方式策划 本章小结基本概念基本训练第十一章 旅游产品策划学习目标11.1 旅游项目的设计 11.2 旅游产品的开发11.3 旅游线路的组织11.4 旅游接待的完善本章小结基本概念基本训练第十二章 旅游投资规划 学习目标 12.1 旅游投资的特点及分类12.2 旅游投资项目可行性分析12.3 旅游投资项目经济效益分析 12.4 旅游投资项目评价 本章小结基本概念基本训练第四篇 调控篇第十三章 旅游影响调控学习目标13.1 旅游可持续发展调控13.2 旅游的经济影响调控13.3 旅游的社会文化影响调控13.4 旅游的环境影响调控本章小结基本概念基本训练第十四章 旅游规划管理调控 学习目标14.1 旅游公共政策制定 14.2 旅游企业政策适应14.3 旅游规划的管理模式14.4 旅游规划的调控机制本章小结基本概念基本训练第十五章 城市旅游规划调控 学习目标15.1 城市旅游及其规划 15.2 城市旅游产品策划 15.3 城市旅游形象策划15.4 城市旅游管理调控 本章小结基本概念基本训练第十六章 乡村旅游规划调控学习目标16.1 乡村旅游及其规划16.2 乡村旅游产品策划 16.3 乡村旅游形象策划16.4 乡村旅游管理调控本章小结基本概念基本训练主要参考文献

<<旅游规划>>

章节摘录

插图：二、策划层面上的三个视角：资源、市场、产品知己知彼，百战不殆，自然公园旅游策划主要建立在本土资源与宏观市场基础上，结合区域社会经济发展趋势来综合判断自然公园旅游发展方向和主题，资源导向、市场导向与产品导向相结合是旅游策划的基本原则。

脱离市场的资源导向和脱离资源的市场导向都将带来策划的失误。

产品是资源与市场相互作用的产物，是自然公园社会服务功能的具体化。

资源需要“加工”才能成为产品，资源与产品的关系是一对多关系，而不是一一对应关系。

把资源加工成社会需要的产品，才能真正实现公园社会服务功能。

三、游憩活动层面上的三位一体：观赏性、参与性、娱乐性澳洲自然公园开展的游憩活动主要有自然研究、科普教育、丛林漫步、探险、野营、野餐、攀岩、水筏等。

自然公园开展的游憩活动数量不多，但很有特色，既具有观赏性，游客也可以参与体验其中的乐趣，各取所需，适应多层次游客需要。

游憩活动影子空间大，使游客感受到在一片广阔的原野中体验生态美，真正地回归自然。

四、环境层面上的三个系统：标识、设施、生态标识系统又称解说系统，为游客的游憩活动提供全面的导向和解说，方便游客，激发游客的旅游兴趣，一般包括解说中心、指示牌、景点图解、导游图、导游等。

大堡礁解说中心在游船上，利用游客坐游船的时间，通过录像向游客讲解大堡礁的特点。

公园旅游设施包括游憩活动支持设施和接待服务设施，建筑密度小，外部造型粗犷，朴素而有野趣，色彩素雅，与当地自然环境和民俗风情相协调，在旅游区中具有中心定位的作用，标识与设施系统合理布局于生态环境系统中，形成有机和谐统一的整体。

五、文化层面上的三个时段；古代、近代和现代自然公园旅游开发立足于突出地方文化特色基础上，主要表现在建筑形态、活动内容和餐饮方式上，利用现代技术条件和设计理念表现地方文化特色，取得了很好的效果，体现了历史与现代、地方性与时代性的统一。

六、运行层面上的三个环节：建设、经营、管理旅游规划的实施依赖于政府和企业，旅游规划必须有效地指导实践，旅游规划在发展战略指导下有两个分支点：一是侧重于经营管理，对旅行社业、餐饮业、购物业、娱乐业和营销策略、人才培养、资金筹措等提出具体的建议和对策；二是侧重于形态建设，对旅游开发规模、环境容量、建筑形态、生态保护、历史文化保护、内外道路交通系统、停车场等提出建设构想。

在传统的规划模式下，两者是分离的，特别是经营规划在以形态规划为主的情况下是很少考虑的，而实际上在风景区运行中经营策略比形态更为重要，它可以使静止的形态动态化，从而充满活力。

同一空间不同的经营策略赋予其不同的魅力和特色，因而具有不同的活力，增强旅游吸引力，所以规划不应仅仅成为建设前的筹划，还应为建设后的运行提出对策，这个对策就是经营与管理策略。

良好的经营策略可以促进游客消费，改善消费结构，增加经济收益，提高资源使用的有效性。

七、建设层面上的三个步骤：近期、中期、远景展望统一规划、分期建设、逐步实施是旅游区开发建设的基本原则，这是由市场的多变性和资金的有限性决定的，旅游规划必须对近期的建设项目提出具体建议和经济、社会、生态效益的估算，对中远期的发展作出预测和展望。

<<旅游规划>>

编辑推荐

《旅游规划:理论·实践·方法》：21世纪高等院校旅游管理精品教材

<<旅游规划>>

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>