

<<旅游商品学>>

图书基本信息

书名：<<旅游商品学>>

13位ISBN编号：9787111244608

10位ISBN编号：7111244605

出版时间：2008-7

出版时间：机械工业出版社

作者：方百寿 编

页数：158

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>

<<旅游商品学>>

前言

我国现代旅游产业已经走过了近30年的发展历程，其相应的旅游专业教育也先后经历了借鉴、综合和本土化三个发展阶段，且涵盖多种教育层次。

进入21世纪，我国正从世界旅游资源大国向世界旅游强国迈进。

旅游消费市场的日趋成熟对旅游专业教育提出了新的要求，即必须适应市场需求，开设专业课程，培养专业人才。

在这样的要求下，便产生了旅游购物和旅游商品学这个新兴的教育领域。

旅游购物是旅游活动中的重要环节，它既能优化旅游目的地的经济结构，又能促进旅游目的地的经济发展，同时还是近年来各级旅游管理部门的工作重点和目的地旅游企业不断看好的经营部门。

因此，为适应我国旅游产业更深层次发展的需要，旅游商品学这一课程的开设能更有效地培养学生的职业素养。

这不仅完善了旅游专业的学科体系，还能够帮助学生扩大就业面、拓宽就业渠道，使学生能够灵活运用课堂所学参与就业或自主创业。

本书援引了大量的新资料，每个知识模块均采用精选案例导入知识点的形式，以增加读者的阅读兴趣。

每个能力知识点均借助大量精美图表帮助读者直观地理解知识要点，同时，通过编写配套练习册，以巩固读者对旅游商品相关知识和技能的掌握。

本书由中国海洋大学方百寿教授任主编，王晓蔚、刘刚及沈丽晶任副主编。

参加本书编写的教师有：方百寿（综合知识模块一），洪文文、夏中朝、卢飞（综合知识模块二），张敏（综合知识模块三），王晓蔚（综合知识模块四），刘刚（综合知识模块五），沈丽晶（综合知识模块六）。

本书在编写过程中得到了山东省旅游协会旅游商品分会和山东省旅游商品开发中心的大力支持，在此一并表示感谢。

由于我国旅游商品的系统研究正处于初期阶段，可供借鉴的材料不多，加之编者水平有限，本书难免有不妥或疏漏之处，诚请同行专家和读者批评指正。

<<旅游商品学>>

内容概要

本书从供求两个方面对旅游商品进行论述，共分为6个综合知识模块，内容包括旅游商品概述、旅游商品分类、旅游商品设计、旅游商品消费者、旅游商品生产流通和旅游商品市场。每个知识模块均采用精选案例导入的形式介绍知识点，既有对我国旅游商品管理的分析，也有对国外旅游商品管理的借鉴。

为方便教学，本书配有练习册和助教课件。

本书可作为中职学生的专业教材，也可作为旅游商品从业者、旅游商品管理者的参考用书。

<<旅游商品学>>

书籍目录

前言综合知识模块一 旅游商品概述 能力知识点1 旅游商品与旅游产品 能力知识点2 旅游商品的特征
能力知识点3 旅游商品的作用综合知识模块二 旅游商品分类 能力知识点1 旅游商品分类的概述 能力
知识点2 旅游商品分类的原则 能力知识点3 旅游商品分类的方法 能力知识点4 旅游商品分类的现状
综合知识模块三 旅游商品设计 能力知识点1 旅游商品设计概述 能力知识点2 旅游商品设计的影响综
合知识模块四 旅游商品消费者 能力知识点1 旅游者的消费需求 能力知识点2 旅游者购物的动机与心
理过程 能力知识点3 消费者购物的行为综合知识模块五 旅游商品生产流通 能力知识点1 旅游商品生
产 能力知识点2 旅游商品流通综合知识模块六 旅游商品市场 能力知识点1 旅游商品市场概述 能力知
识点2 旅游商品的价格 能力知识点3 旅游商品营销参考文献附录 《旅游商品学》综合训练

章节摘录

一、产品与商品 1.产品的内涵 产品是指经过生产或加工，具有价值和使用价值的劳动物品。

例如，农业或工业生产加工出来的各种成品都属于产品。

当人类行为出于理性且具有目的性时，人类的劳动物品就具有了使用价值。

使用价值是产品的自然属性，由产品的物理、化学、生物等属性决定，构成了社会财富的物质内容。

对产品价值的衡量，因人、物和时空的不同而有差别，但产品的价值量是由生产产品的社会必要劳动时间决定的，因而，价值是指凝结在产品中的一般的、无差别的人类劳动。

从消费的角度来说，产品具有如下特点：（1）有用性：即满足人们某种需要的使用价值。

（2）非交换性：产品生产的目的不是用来交换的，产品不进入社会流通和交换领域，主要供自己或他人消费，因而不具有交换价值。

2.商品的内涵 商品是用来交换的劳动产品，具有使用价值和价值二重属性，表现为商品的自然属性和社会属性。

.....

<<旅游商品学>>

编辑推荐

旅游购物是旅游活动中的重要环节，它既能优化旅游目的地的经济结构，又能促进旅游目的地的经济发展，同时还是近年来各级旅游管理部门的工作重点和目的地旅游企业不断看好的经营部门。

《旅游商品学》援引了大量的新资料，每个知识模块均采用精选案例导入知识点的形式，以增加读者的阅读兴趣。

每个能力知识点均借助大量精美图表帮助读者直观地理解知识要点，同时，通过编写配套练习册，以巩固读者对旅游商品相关知识和技能的掌握。

<<旅游商品学>>

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>