

<<旅游学>>

图书基本信息

书名：<<旅游学>>

13位ISBN编号：9787300091563

10位ISBN编号：7300091563

出版时间：2008-5

出版时间：中国人民大学出版社

作者：（美）查尔斯·R·格德纳

页数：532

译者：李天元,徐虹,黄晶

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>

<<旅游学>>

内容概要

本书站在全球的视角，重点探讨了旅游学的主要概念，以及旅游发展的原理、实践与哲学。

本书在以前版本的基础上，增加了对危机管理的讨论，对未来旅游发展作了新的展望，讨论了因特网在旅游调研、旅游市场营销中的应用等。

本版对旅游的全球性影响，无论是经济影响还是社会影响，给予了更大的关注。

为了帮助读者更好地理解 and 掌握知识，本书在有些章的后面提供了“阅读材料”，用以说明所讨论的概念如何付诸实践。

经过更新的因特网网站目录可供学生查寻更多的信息。

此外，书中提供了三种类型的练习，分别是“复习与讨论题”、“案例题”和“因特网练习”，用以检测学生对相关内容的理解。

本书的主要编写目的是为高等院校旅游学课程提供一本教科书，其内容也适合旅游组织和企业用于学习和工作参考。

<<旅游学>>

书籍目录

第一部分 旅游学总论	第1章 正确认识旅游	导言	什么是旅游？	
	旅游的构成与旅游管理	研究旅游学的基本角度	经济意义	旅游发展的得与失 本章
小结	第2章 旅游发展的历史沿革	导言	早期开端	早期(以及后来)的旅游吸引物 早期
	的经济影响	最早的旅行代理商	历史上的交通运输	住宿 旅行发展的大事年表 本章
小结	第3章 职业生涯机会	导言	就业预测	旅游业工作的要求 职业生涯范围 旅游
	业中的职业生涯发展路径	实习	有关职业生涯的其他信息源	本章小结
	第二部分 旅游业的组织	第4章 旅游组织的类别	导言	国际组织 开发性组织(国际组织和国家组织) 地区
	性国际组织	全国性组织	地区性组织	州级和社区组织 本章小结
	第5章 客运交通	导言	航空业	铁路运输业 汽车客运业 小汽车 游船业 其他旅行方式 本章小
	结	第6章 食宿接待与相关服务	导言	住宿业 饮食服务业 会议筹划者 会议 本
	章小结	第7章 分销过程中的组织	导言	旅行代理商 因特网 包机组织者 旅游批发
	商	专项分销商	选择销售渠道	本章小结
	第8章 旅游景点和娱乐场所	导言	景点	博彩 娱乐 娱乐表演 节日和盛会 购物 教育 出版 营销与宣传组织 其
	他杂项服务	本章小结	第三部分 理解旅游行为	第9章 消遣旅游的动机
	第9章 消遣旅游的动机	导言	聚焦旅游消费	者 对理论的需要 动机模型的开发 本章小结
	第10章 添彩人生的文化旅游和国际旅游	导言	重要性	体验生活旅游 浪漫的消遣旅游 开发和促销方式 人类地理学(地理学和
	和人类学)	根据体验划分的不同旅游目的地类型	其他吸引因素	旅游与和平 本章小结
	第11章 旅游社会学	导言	对个人的影响	对家庭的影响 对社会的影响 人生特点与
	外出旅游	新出现的团体旅游模式	社会(补贴性)旅游	旅游主要社会影响的总结 国际旅
	游者	旅游的障碍	本章小结	第四部分 旅游供给、旅游需求、旅游政策、旅游规划与开发
	第12章 旅游供给及其构成要素	导言	供给要素	自然资源 人造环境 经营部门 好客
	精神和文化资源	供求的匹配	本章小结	第13章 需求的测量与预测
	第13章 需求的测量与预测	导言	需求为何重要	对某一目的地的需求 需求测量 预测方法 本章小结
	第14章 旅游的经济影响	导言	旅游的经济影响：基于国际视角	对国际旅游收入和国内旅游收入的比较 最优化 经济
	乘数	与旅游相关的前沿经济概念	本章小结	第15章 旅游政策：结构、内容和形成过程
	第15章 旅游政策：结构、内容和形成过程	导言	旅游政策的定义	旅游政策的核心：打造具有竞争力/可持续性的旅游目的地 旅游目的
	地管理的主要限制因素	旅游政策：结构、内容和形成过程	旅游政策的形成过程	把政策转
	化为现实	危机管理政策的形成	本章小结	第16章 旅游规划、开发与社会问题的思考
	第16章 旅游规划、开发与社会问题的思考	导言	规划一个具有可持续竞争力的旅游目的地	旅游规划的性质 旅游规划与旅游政策的联系
	旅游规划的性质	旅游规划与旅游政策的联系	旅游规划的必要性	规划过程 旅游开发目标 旅游开发的政策 旅游潜力的开发 本
	章小结	第17章 旅游业与环境	导言	旅游业威胁环境吗？
	世界旅游及旅行理事会的见解	可持续发展	生态旅游：常用的术语	2002年：国际生态旅游
	年	旅游业目前的实践	结束语	本章小结
	第五部分 旅游调研与市场营销	第18章 旅游调研	导言	旅游调研的用途 现状 旅游调研工作的程序 信息来源 基本调研方法
	哪些组织开展旅游调研	旅行和旅游研究协会	本章小结	第19章 旅游市场营销
	第19章 旅游市场营销	导言	市	场营销观念 市场营销组合 市场细分 编制营销计划：旅游市场营销计划 联合营销
	本章小结	第六部分 旅游业展望	第20章 旅游业的未来	导言
	第20章 旅游业的未来	导言	21世纪的旅游业	2020年的世界
	世界旅游业	未来的增长状况	21世纪的休闲、旅游与社会	新现实一新视野：未来旅游业的影响
	影响因素	未来的旅游者	旅游产品的变化	本章小结
	旅游业中常用英文缩写词精选			

章节摘录

第1章 正确认识旅游 导言 祝你顺利 现在，你学习旅游学（tourism）的航程已经开始。

如果预测专家以及未来学家的预言是正确的，那么你正在研究的就是世界上最大的产业。伴随不断出现的新的旅游活动、新的旅游目的地、新的技术、新的市场和新的变化，旅游业的发展朝气蓬勃，充满活力。

在各类包价旅游产品、海上巡游产品、探险旅游产品以及个性化旅游线路不断增多的吸引之下，数量创纪录的旅游者如今正在遍游世界各地。

所有这些游客及其所开展的活动，都在改变着旅游地的社会状况。

他们对旅游地的经济和社会产生了不可忽视的影响。

在当今社会，环境问题、文化问题、经济问题、为吸引旅游者而创造景观的方式以及旅游者的行为都需要人们给予关注。

旅游业作为一种全球性产业，如今已颇具规模，并将继续增长。

如何基于环境考虑进行妥善规划与合理开发以实现旅游业的增长，是世界各地的旅游规划工作所面临的一项挑战，不论是在印度尼西亚、尼泊尔、美国、澳大利亚、泰国还是在法国，概莫能外。

本章乃至全书的目的是提出问题，提供知识框架，启发你对旅游业这一复杂领域所面对的问题和变化作出自己的思考并提出自己的见解。

什么是旅游？

谈起旅游，我们首先想到的就是那些为了实现观光、探亲访友、度假、娱乐消遣等目的而去某一特定地点访问的人。

他们可能将自己的闲暇时间用于在旅游目的地开展体育活动、享受日光浴、谈天说地、唱歌、驾车兜风、四处漫步、阅读书报，或者仅仅用于欣赏当地的风情。

如果我们对这一主题作进一步思考，可能还会将另外一些人也纳入旅游的主体，即那些参加会议的人、开展商务活动或专业活动的人，以及在专业导游的带领下开展修学旅行或进行科学考察的人。

这些游客所采用的交通方式多种多样，从在荒野公园中徒步旅行，到乘坐飞机前往某一动感城市。

当然还可包括乘坐缆车上山，或者站在游船的后甲板上眺望蔚蓝的加勒比海，等等。

不论人们是以上述方式开展活动，还是通过自驾车、乘坐大巴/火车/出租车、驾驶摩托车或骑自行车等方式开展活动，他们都处在旅行之中，因而都是在参加旅游活动。

这便是本书所要阐述的内容——人们何以会外出旅游（以及有些人何以不会外出旅游）以及他们的光顾和消费给旅游目的地的社会和经济带来的影响。

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>