

<<旅游伦理学概论>>

图书基本信息

书名：<<旅游伦理学概论>>

13位ISBN编号：9787310030514

10位ISBN编号：7310030516

出版时间：2008-10

出版时间：赵书虹、尹松波 南开大学出版社 (2008-10出版)

作者：赵书虹，尹松波 著

页数：249

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>

<<旅游伦理学概论>>

前言

现代旅游的迅速发展，使旅游活动成为全球范围内参与人数最多、涉及范围最广的社会经济文化活动，在人们的社会生活中扮演着越来越重要的角色。

尤其是随着现代旅游活动的深入开展，人们关注的重心开始从旅游活动带给旅游者的感受，逐渐向旅游过程中形成和发展起来的各种关系、旅游活动的后果，尤其是对自然和社会的影响等方面转移，从而引发了人们对旅游及其过程和结果的更深层次的思考。

《旅游伦理学》一书，恰是在众多学科从不同角度对旅游及其发展作过多重思考的基础上，面对当前旅游业发展中的实际问题和国内外的研究现状，紧紧抓住旅游活动过程中的伦理问题着笔的。

可以说，本书的研究内容在国内旅游界尚属薄弱环节。

作者立足于前人各方面的学术成果，在此基础上对旅游活动进行伦理考察，具有一定程度上的创新。

全书理论与案例分析相辅相成，观点鲜明而明晰，阐述深入而浅出。

诚如作者所言，作为社会文化活动，旅游活动既可能是一种经济活动、社会活动，也可能涉及宗教和文化传统。

从伦理学的角度观察，旅游活动的评价亦是多层面的。

在本书中，作者依次对旅游活动作了经济伦理、社会正义、宗教和非宗教传统道德的考察。

在他们的思想中，伦理道德不是单一的，而是由一系列的道德理想和规范构成的。

这些理想和规范是层级性的，有底线的伦理，也有要求比较高的英雄或圣人的伦理。

<<旅游伦理学概论>>

内容概要

《旅游伦理学概论》作者认为旅游活动的正常开展有赖于伦理意识和相应的行为，但是我们同时也意识到它们的作用是有限的，旅游活动的健康发展还有赖于其他因素的支撑，但这不是忽视伦理意识或伦理行为的理由。

全书在论述和分析过程中收集了一系列相关案例，并结合旅游伦理学理论对部分案例进行分析，作为教辅材料，通俗易懂，而作为对当前问题的伦理实践，增加了旅游伦理的可操作性。

旅游伦理学是旅游学科中一个新兴而又重要的分支学科，它基于伦理学理论，借助伦理学分析工具对旅游活动进行考察。

它的形成有赖于旅游学和伦理学的恰当结合。

旅游伦理学的形成、发展及完善，有助于我们较为系统地思考伦理或道德意识与旅游活动的关系。

目前，在旅游学研究领域已经有一些专家学者从不同角度对旅游伦理进行过研究，但尚无相关教材和专著。

《旅游伦理学概论》作者学习和借鉴前人研究成果，借助旅游学和伦理学的理论与实践基础，从伦理学基本分析框架入手，对旅游活动进行了符合其本质特征的研究，全面阐述了旅游活动与旅游伦理的关系。

全书共分四篇，十一章。

导论部分概要地从旅游活动的经济属性、文化属性等方面阐释了《旅游伦理学概论》的基本观点和理论方法。

第一篇结合旅游活动的经济属性，运用经济伦理学的基本框架对旅游活动进行分析，涉及旅游企业伦理、旅游市场伦理和旅游消费伦理等内容。

第二篇是旅游活动的社会正义之纬，这是伦理学研究的重要组成部分，从社会正义的角度对旅游活动进行了考察。

第三篇是旅游活动的整全性伦理之维，通过阐释伦理的重要组成部分宗教，包括世界性宗教和中国传统宗教与旅游发展的关系，特别是宗教伦理与旅游和谐发展的关系来论述宗教与旅游、宗教伦理与旅游伦理的关系。

第四篇分析两个重要的旅游伦理难题，即自然环境的保护和文化环境的保护。

<<旅游伦理学概论>>

书籍目录

序前言导论：旅游伦理研究的角度第一篇 旅游活动的经济伦理之维第一章 旅游市场伦理第一节 旅游市场特点和旅游市场竞争第二节 旅游市场伦理建设第二章 旅游企业伦理第一节 旅游企业利益相关者管理第二节 旅游企业社会责任第三章 旅游消费伦理第一节 旅游消费的性质和特点第二节 旅游消费的伦理考察第三节 旅游消费伦理建设第二篇 旅游活动的社会正义之维第四章 旅游活动的国际正义问题第一节 人权与相关的国际规则第二节 国际旅游中常见的人权伦理问题第五章 旅游活动的国内正义问题第六章 旅游活动的代际正义问题第一节 代际正义第二节 代际正义与环境问题第三节 旅游与代际正义第四节 生态旅游第七章 可持续发展与旅游第一节 旅游可持续发展的基本内容第二节 旅游可持续发展的三个要求第三节 旅游可持续发展的伦理建设第三篇 旅游活动的整全性伦理之维第八章 宗教伦理与旅游活动第一节 宗教伦理概说：以基督教、佛教、伊斯兰教为例第二节 宗教伦理与旅游发展第九章 非宗教传统伦理与旅游第一节 儒家与旅游第二节 道家与旅游第四篇 旅游伦理难题第十章 自然环境的保护与旅游经济发展第一节 旅游资源的开发与旅游经济发展第二节 自然生态环境与旅游经济发展第三节 道德作用的局限第十一章 文化的保护与旅游经济发展第一节 文化的保护与旅游经济发展第二节 道德作用的局限结语：道德建设与旅游的可持续发展附录：一、世界人权宣言二、经济、社会、文化权利国际公约三、公民权利和政治权利公约四、世界遗产公约五、全球旅游伦理规范六、桂林市建设现代化国际旅游城市的标准和发展战略（节选）七、美国旅行代理商协会（ASTA）关于生态旅游的十条戒律八、负有环境保护责任的狩猎旅行：旅行商指南九、旅游权利法案十、旅游者法规十一、自然旅游指南十二、旅游可持续发展行动战略主要参考文献

<<旅游伦理学概论>>

章节摘录

第一篇 旅游活动的经济伦理之维 第一章 旅游市场伦理 早期的旅游活动并未以商品形式出现。随着生产力的发展和社会分工的深化,商品经济迅速发展,旅游活动才逐渐变成商品并进入市场交换。

随着旅游产品生产和交换的不断发展,旅游市场也随之扩大,并对旅游经济活动发挥着重要的作用。广义的旅游市场,是指在旅游产品交换过程中所反映出来的旅游者与旅游经营者之间各种经济行为和经济关系的总和。

它包括以下几个要点:一是必须有旅游市场的交换主体,即旅游者和旅游经营者,他们相互依存、相互对立,通过旅游市场的纽带紧密联系在一起;二是必须有供旅游市场交换的对象,即必须有能够满足旅游者需求的旅游产品,并且是为旅游市场交换而提供的旅游产品;三是必须具备有助于旅游产品交换的手段和媒介,如货币、广告、信息媒体、场所等。

这是旅游产品交换和市场存在的条件。

狭义的旅游市场,是指在一定时间、一定地点和条件下对旅游产品具有支付能力的现实和潜在的旅游消费者群体,也就是一般所说的旅游需求市场或旅游客源市场。

狭义的旅游市场主要是由旅游者、旅游购买力、旅游购买欲望等组成。

第一节 旅游市场特点和旅游市场竞争 一、旅游市场特点 现代旅游市场作为旅游经济运行的基础,与一般商品市场、服务市场和生产要素市场相比,既有共性,又有其自身的特殊性。

旅游市场与其他商品市场一样是商品交换的场所,可对旅游资源进行配置,对旅游商品和旅游经济相关信息进行传递和交换,以实现旅游经济发展的基础性调节,其与一般商品市场比较具有一些共同的特征。

但由于旅游经济供求双方特有的一些性质,决定旅游市场与其他市场相比又有一些特殊性。

<<旅游伦理学概论>>

编辑推荐

《旅游伦理学概论》由南开大学出版社出版。

<<旅游伦理学概论>>

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>