

<<基础旅游学>>

图书基本信息

书名：<<基础旅游学>>

13位ISBN编号：9787503222993

10位ISBN编号：7503222999

出版时间：2004-4

出版时间：谢彦君 中国旅游出版社 (2007)

作者：谢彦君

页数：456

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>

<<基础旅游学>>

内容概要

《基础旅游学》第一版问世之后，在旅游学术界得到了一定程度的认可，有十几所大学将该书作为旅游管理专业硕士研究生入学考试的专业用书，也有不少本科院校用它作为教材。为了对第一版的内容进行了大幅度的调整，不仅对文字进行了润色，还增加了大量生动的案例材料和各种新颖实用的新栏目，文字量也增加了将近一倍。经过这次修订，《基础旅游学》的内容更加充实，理论更加系统，观点更加明确，理论更加系统，观点更加明确，知识更加新颖，文笔也更加流畅。希望作者的这番努力能够使读者在阅读过程中、师生在教学过程中都能由此更多地体会到旅游学

<<基础旅游学>>

作者简介

谢彦君，辽宁岫岩人。

1982年毕业于辽宁财经学院，并于1993年和2002年先后留学英国和美国。

现为东北财经大学旅游与酒店管理学院教授，《旅游教育学报》中国编委，《旅游科学》编委。

主要从事旅游学基础理论、旅游社会经济与文化效应、旅游方法论和旅游市场营销方面的教学和科研工作。

曾在美国《旅游研究年刊》、印度《旅游与休闲研究学报》、中国《旅游学刊》等刊物发表大量学术论文，并有多部专著和译著出版。

<<基础旅游学>>

书籍目录

一版序内容摘要第一章 导论 第一节 旅游学研究的历史与现状 第二节 旅游学的研究对象和内容 第三节 旅游学的学科性质和学科体系 第四节 旅游学的研究方法第二章 旅游的性质与特征 第一节 旅游现象的历史考察 第二节 旅游的本质与特征 第三节 旅游的概念第三章 旅游活动的构成要素 第一节 旅游者 第二节 旅游资源 第三节 旅游产品 第四节 旅游业第四章 旅游的发生 第一节 旅游发生的心理动因 第二节 旅游需求 第三节 旅游决策过程第五章 旅游体验 第一节 旅游体验的意义 第二节 旅游观赏 第三节 旅游交往 第四节 旅游消费第六章 旅游流 第一节 旅游流的概念及其特征 第二节 旅游流的形成和运动模式 第三节 旅游流运动的实证分析第七章 旅游效应 第一节 旅游效应的概念与类型 第二节 旅游的经济效应 第三节 旅游的环境效应 第四节 旅游的社会文化效应第八章 旅游容量 第一节 旅游容量的概念和类型 第二节 旅游容量的测定 第三节 旅游的可持续发展附录 附录1 本书直接引用的文献 附录2 可供参考的国内外旅游学研究领域其他主要文献 附录3 正式公布的全国等级旅游内(点)一览表(截止2002年) 二版后记

<<基础旅游学>>

媒体关注与评论

书评这是一本很有价值的书，由于作者植根于自己对旅游和旅游学研究对象的深层理解，与读者来讲所见过的某些概论类书籍相比较，显然可以看出，本书构建的框架的确与他书多有颇大不同。作者在本书中阐述的观点，不仅仅反映出他自己的创新性的理解和认识。而且在创新时，有着对全局的思考和协调，因而本书在论点的确立、概念的界定、理论的阐发……以及全书的结构安排上，都体现着作者追求整体的和协精神。

<<基础旅游学>>

编辑推荐

《基础旅游学》(第2版)在写作过程中,力求对旅游学的基本概念、基本理论进行全面地梳理和提炼,注重吸收国内外的最新研究成果,因此,《基础旅游学》(第2版)也可供旅游管理和其他相关专业的科学研究人员参考。

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>