

<<旅游经济学>>

图书基本信息

书名：<<旅游经济学>>

13位ISBN编号：9787302200581

10位ISBN编号：7302200580

出版时间：2009-9

出版时间：清华大学出版社

作者：崔晓文 编

页数：325

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>

<<旅游经济学>>

前言

随着我国改革开放进程的加快和国民经济的高速发展,随着交通和通信技术的不断进步,随着旅游景区挖掘及宾馆饭店设施设备的不断完善,随着居书入和闲暇时间的增多,旅游日益成为现代社会人们主要的生活方式和社会经济活动;大众化旅游时代已经到来,旅游业也以其强劲发展势头成为全球经济中最具活力的绿色朝阳产业。

根据国家旅游局发布的《2007年中国旅游业统计公报》显示,2007年我国旅游业全年共接待入境人数达1.32亿人次,同比增长5.5%,外汇收入达419亿美元,同比增长23.5%;国内旅游人数达16.1亿人次,增长15.5%,收入达7771亿元,增长24.7%;旅游业总收入首次突破1万亿元,达1.09万亿元,增长22.6%;出境旅游达4095万人次,增长18.6%;中国继续保持全球第四大入境旅游接待国、亚洲最大出境旅游客源国的地位。

另外,根据国家旅游协会调查统计,居民因旅游每花1块钱就可以带动相关消费5元钱,直接或间接地刺激行业经济、促进140多个相关产业的发展。

旅游作为文化创意产业的核心支柱,在国际交往、商务活动、文化交流、赈灾恢复、拉动内需、解决就业、促进经济发展、构建和谐社会、弘扬中华文化等方面发挥着越来越大的作用,因而成为我国服务经济发展的重要产业,在我国经济发展中占有举足轻重的位置。

我国为加速旅游业发展、打造新的旅游消费热点,今年主推“丝绸之路、长江三峡、万里长城、红军长征(红色旅游)”等12条名优特色国家旅游线路。

旅游业发展不仅具有强大的促进经济发展的助推作用,而且在强身健体、陶冶情操、修身养性、丰富社会生活方面也有积极的影响,更重要的是旅游对缓解世界政治军事紧张局势、构建国际社会和谐具有极其深刻的政治意义。

当前,随着全球旅游业的快速发展,旅游观念、产品、营销方式、运营方式及管理手段等都在发生着巨大的变化,面对国际旅游业激烈的市场竞争,旅游行业的从业者急需更新观念、提高服务技能、提升业务与道德素质,旅游行业和企业也在呼唤“有知识、懂管理、会操作、能执行”的专业实用型人才。

加强旅游经营管理模式的创新、加速旅游经营管理专业技能型人才培养已成为当前亟待解决的问题。针对我国高等教育“旅游管理”专业知识老化、教材陈旧、重理论轻实践、缺乏实际操作技能训练等问题,为适应社会就业急需、为满足日益增长的旅游市场需求,我们组织多年在一线从事旅游教学和实践活动的国内知名专家教授及旅游企业家共同精心编纂了此套教材,旨在迅速提高大学生和旅游从业者的专业素质,更好地服务于我国已经形成规模化发展的旅游事业。

<<旅游经济学>>

内容概要

旅游是文化创意产业的核心支柱，旅游经济在我国国民经济发展中发挥着越来越重要的作用。本书紧密联系当前旅游业发展的新形势和新特点，结合普通高等教育旅游管理专业应用型人才的培养目标，系统深入地介绍旅游经济学的基本理论、基本知识以及定性定量测算的基本分析方法，并注重实证案例的精选运用与解析，以便使读者更好地学习掌握旅游经济学理论、循序渐进地运用于旅游管理实践活动。

由于本教材内容丰富而精炼，并注重突出知识性、实用性和职业性，因此既适用大学本科旅游管理专业的教学，也可以作为专升本及高职高专院校旅游管理专业的教材，还可用于旅游行业与企业在员工的岗位培训，对于文化创意产业从业者和广大社会读者也是一本有益的参考读物。

<<旅游经济学>>

书籍目录

第一章 导论 引导案例 春节国内游价格下降了 第一节 旅游经济活动的产生及发展 第二节 旅游经济学的研究对象 第三节 旅游经济学的基本分析方法 案例分析 2008年中国旅游业市场分析
及投资咨询报告第二章 旅游产品及其开发 引导案例 京津携手环渤海5省市联合研发奥运旅游产品 第一节 旅游产品的含义 第二节 旅游产品的构成 第三节 旅游产品的生命周期 第四节 旅游产品的开发 案例分析 赤峰市奥运旅游规划第三章 旅游消费行为 引导案例 未来五年世界旅游业发展的新趋势 第一节 旅游消费概念与特征 第二节 旅游消费结构 第三节 旅游消费效果 案例分析 体验经济时代的旅游者消费行为特点分析第四章 旅游需求与供给 引导案例 旅游需求促进旅游的信息化 第一节 旅游需求 第二节 旅游供给分析 第三节 旅游供求弹性 第四节 旅游供求均衡 案例分析 法定节假日的调整将缓解旅游供需矛盾第五章 旅游市场 引导案例 大篷车旅游促销 第一节 旅游市场概述 第二节 旅游市场细分 第三节 旅游市场竞争与开拓 案例分析 新兴景区品牌宣传与市场定位第六章 旅游价格 引导案例 九寨沟旅游价格猛涨引发争议 第一节 旅游价格概述 第二节 旅游差价与旅游优惠价 第三节 旅游价格制定的影响因素 第四节 旅游价格目标、方法与策略 案例分析 旅游价格普遍大降, 错开高峰期是明智的选择第七章 旅游企业与经营 引导案例 迪斯尼——旅游娱乐界中的经营奇迹 第一节 旅游企业概述 第二节 旅游企业行为分析 第三节 旅游企业一体化经营 第四节 旅游企业的跨国经营 案例分析 我国旅游企业集团纵向一体化经营模式的典范——首都旅游集团第八章 旅游收入与分配 引导案例 全球旅游业竞争力中国排名 第一节 旅游收入及分类 第二节 旅游收入测算 第三节 旅游收入的分配与再分配 第四节 旅游收入的乘数效应 第五节 旅游收入漏损 案例分析1 旅游业收入对我国经济的影响 案例分析2 中国旅游业潜力巨大亟需人才培养第九章 旅游投资与决策 引导案例 统一嘉园为何衰落? 第一节 旅游投资概述 第二节 旅游投资可行性分析 第三节 旅游投资预测 第四节 旅游投资决策 第五节 旅游投资风险 案例分析 我国西部旅游业投资风险分析第十章 旅游产业结构 引导案例 中国要从旅游大国转变成旅游强国 第一节 旅游产业结构的概念与分类 第二节 旅游产业结构的影响因素 第三节 旅游产业结构的优化 案例分析 中国旅游产业结构变化指数和结构生产分析第十一章 区域旅游经济合作 引导案例 长三角打造“无障碍旅游” 第一节 区域旅游合作机制 第二节 区域旅游合作的模式 第三节 区域旅游合作主体及保障机制 案例分析 泛珠三角区域合作第十二章 旅游与国民经济发展 引导案例 旅游业带动坝上草原地区经济发展 第一节 旅游的经济影响 第二节 旅游与就业发展趋势 第三节 政府在旅游经济活动中的作用 案例分析 纽约市旅游业催生大量就业机会附录1 关于进一步促进旅游业发展的意见附录2 关于贯彻落实党的十七大精神的意见参考文献

章节摘录

第一章导论第一节旅游经济活动的产生及发展一、旅游活动与旅游经济活动（一）旅游活动1.旅游活动的定义1994年世界旅游组织和联合国统计署将旅游定义为：“旅游是人们为休闲、商务和其他目的，离开自己的常居环境连续不超过一年的旅行和逗留活动。”

2.对旅游活动定义的理解旅游活动的定义告诉我们以下几点。

- （1）旅游是人们的外出运动和在不同地方或目的地的逗留活动。
- （2）旅游有两个基本要素：前往目的地旅行和在目的地逗留。
- （3）旅行和逗留发生在游客常居环境或定居、工作之外的地方，因此，旅游所引起的活动与在居住地定居和工作的人们的活动截然不同。
- （4）前往旅游目的地的活动具有临时性和短暂性，其时间是在数天、数周或数月内往返。
- （5）旅游不是为了在访问地进行永久居留和就业。

<<旅游经济学>>

编辑推荐

《旅游经济学》：高等院校旅游专业系列教材，旅游企业岗位培训系列教材

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>