

<<旅游线路设计>>

图书基本信息

书名：<<旅游线路设计>>

13位ISBN编号：9787313062994

10位ISBN编号：7313062990

出版时间：2010-5

出版时间：上海交通大学出版社

作者：陈启跃 主编

页数：151

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>

## &lt;&lt;旅游线路设计&gt;&gt;

## 前言

镇江高等专科学校旅游系旅游与酒店管理专业（原名，现根据教育部公布的高校专业目录已分为旅游管理专业和酒店管理专业）是江苏省高职高专教育教学改革试点专业、江苏省高校品牌专业。

该专业在课程体系建设、课程建设方面进行了改革与探索。

根据高职高专旅游专业人才的培养目标和要求，该专业在编制和实施教学计划时，逐步减少纯理论课程的数量和教学时数，增加实践性课程的数量和教学时数，着重培养学生的实践能力和动手能力。

旅游线路是旅游产品的重要组成部分，是联结旅游者、旅游企业及相关管理部门、旅游目的地的重要纽带，对区域旅游开发、旅游企业的生存与发展、旅游者的旅游体验等都有重要意义。

旅游线路设计是旅行社的一项重要工作，旅游线路设计人员应该掌握旅游线路设计的相关知识和技能，旅行社管理人员也应该了解旅游线路设计的要求与方法。

因此，我们在旅游管理专业开设了旅游线路设计课程。

为了解决教材，我们在进行“旅游线路设计”课题（江苏省教育厅立项科研课题）研究的基础上编写了本书。

“旅游线路设计”是旅游管理专业的一门专业课，也是一门实践性、操作性比较强的课程。

在本书编写过程中，我们尽量体现高职高专的特点，在书中讨论了旅游线路设计的一般问题、旅游线路的类型和旅游线路设计的原则，结合案例介绍了旅游线路市场调研的方法和旅游线路设计的方法，对设计旅游路线时可能用到的相关资料如《国家重点风景名胜区名录》、《国家历史文化名城名录》、《国家级自然保护区名录》、《中国的世界遗产名录》等以附录的形式列于书后。

随着经济的发展和人民生活水平的提高，旅游已成为人们重要的生活方式和社会活动之一。

不管人们以什么形式外出旅游，都离不开旅游线路。

所以，本书不仅可作为大专院校旅游管理专业及相关专业的教材，而且可作为旅行社管理人员及导游人员培训的教材，还可供旅游企业特别是旅行社从业人员和旅游爱好者阅读和参考。

本书为教育部“国家十一五”规划教材，在第一版的基础上进行了修订，由陈启跃（镇江高等专科学校）担任主编，负责全书大纲设计、组织撰写、初稿修改和最后统稿定稿工作，并撰写了第一章、第二章和第四章第三节，凌丽琴（镇江高等专科学校）撰写了第三章，胡萍（江西现代职业技术学院）撰写了第四章第一、第二节，胡绍华（江西现代职业技术学院）撰写了第五章，王莲花（江西农业大学）撰写了第六章。

## <<旅游线路设计>>

### 内容概要

旅游线路是旅游产品的重要组成部分，是联结旅游者、旅游企业及相关管理部门、旅游目的地的重要纽带，对区域旅游开发、旅游企业的生存与发展、旅游者的旅游体验等都有重要意义。

全书共六章：旅游线路设计概述，旅游线路类型，旅游线路设计原则及应用，旅游线路市场调研，旅游线路设计，旅游线路设计实例。

本书列入教育部普通高等学校“国家十一五”规划教材。

可作为高等院校旅游专业的教材，也适合作为旅游行业导游培训教材及旅行社从业人员的专业参考书。

## <<旅游线路设计>>

### 书籍目录

第一章旅游线路设计概述 第一节旅游线路设计概念 第二节旅游线路产品特点 第三节旅游线路设计意义 第四节旅游线路设计的理论基础第二章旅游线路类型 第一节旅游者出行模式 第二节旅游线路设计类型 第三节旅游者对旅游线路的选择 第四节旅游线路转型第三章旅游线路设计原则及应用 第一节旅游线路设计原则研究回顾 第二节旅游线路设计原则及应用第四章旅游线路市场调研 第一节旅游市场 第二节旅游市场调研及方法 第三节旅游市场调研实例第五章旅游线路设计方法 第一节旅游线路设计人员 第二节旅游线路设计经费 第三节旅游线路设计创意 第四节旅游线路设计策划 第五节旅游线路设计资料 第六节旅游线路选择 第七节旅游线路组合 第八节旅游线路广告第六章旅游线路设计实例 第一节旅游线路设计创意 第二节深圳—丽江旅游线路 第三节汉唐古韵、丝路探奇旅游线路 第四节青藏高原科考旅游线路 第五节红色旅游线路参考文献附录

## &lt;&lt;旅游线路设计&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：第一章 旅游线路设计概述旅游线路是旅游企业产品的重要组成部分，旅游线路包含了旅游目的地、旅游基础设施、旅游专用设施、旅游服务等等，旅游线路对区域旅游开发、旅游目的地、旅游企业、旅游者等都有重要的意义。

本章讲述的是旅游线路设计的概念、旅游线路产品的特点、旅游线路设计的意义和旅游线路设计理论基础等。

第一节 旅游线路设计概念掌握旅游线路和旅游线路设计的概念，了解旅游线路的主要特征，知道旅游线路与旅游产品之间的关系等是旅游线路设计的前提。

一、旅游线路概念有关旅游线路的概念，众说纷纭，但都大同小异。

研究者们根据自己研究的需要以及不同的学术背景，形成了4种基本观点。

1. 旅游规划学观点雷明德在《旅游地理学》（1988年）中认为旅游线路是旅游部门为旅游者设计的进行旅游活动的路线，是由交通线把若干旅游点或旅游城市合理地贯穿起来的路线。

庞规荃在《旅游开发与旅游地理》（1989年）中认为，旅游线路是指在一定的区域内，为使游人能够以最短的时间获得最大观赏效果，由交通线把若干旅游点或市域合理地贯穿起来，并具有一定特色的路线。

2. 市场学观点汪月启在《纵横天下行》（1993年）中指出，旅游线路是旅游服务部门（如旅行社）根据市场需求分析而设计出来的包括旅游活动全过程所需要提供服务全部内容的计划线路。

阎友兵在《旅游线路设计学》（1996年）认为旅游线路是旅游服务部门为根据市场需求，结合旅游资源和接待能力，为旅游者设计的包括整个旅游过程中全部活动内容和服务的旅行游览路线。

3. 生产学观点陈志学在《导游业务知识与技能》（1994年）中认为，旅游线路是指旅行社生产的包价旅游产品，根据旅游资源和接待能力及旅游者的需要而规划出来的旅游途径。

<<旅游线路设计>>

编辑推荐

《旅游线路设计(第2版)》是普通高等学校“国家十一五”规划教材,21世纪高等院校旅游专业规划教材。

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>