

<<旅游文化学>>

图书基本信息

书名：<<旅游文化学>>

13位ISBN编号：9787313070753

10位ISBN编号：7313070756

出版时间：2011-3

出版时间：上海交通大学出版社

作者：周毅 主编

页数：214

字数：295000

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>

<<旅游文化学>>

内容概要

《旅游文化学》从旅行文化的溯源与旅游文化的定位出发，系统全面地展开了对旅游文化与旅游文化学的探讨，从旅游的主体（旅游消费者）、旅游的客体（旅游资源或旅游吸引物）以及旅游的介体（旅游饭店、旅行公司、旅游交通、旅游广告）这三个纬度出发，重点分析阐述了作为人类的一种特殊文化行为的旅游文化的表象与内涵。

本教材可以作为高等学校旅游专业的教材，也可供旅游工作者和爱好者学习参考。

<<旅游文化学>>

书籍目录

- 第一章 旅行文化的溯源与旅游文化的定位
 - 第一节 旅行与文化和文明
 - 一、文化和文明概念的演变
 - 二、旅行文化与旅行文化史
 - 三、迁徙和移民：既古远又现代的文化旅行模式
 - 四、中、西方的早期文化旅行
 - 第二节 旅游文化的属性与文化旅游的模式
 - 一、旅游文化与文化旅游
 - 二、旅游的文化属性
 - 三、文化旅行的模式
- 第二章 旅游的文化身份与旅游的文化价值
 - 第一节 旅游的文化身份
 - 一、旅游主体的文化身份
 - 二、旅游主体的文化人格
 - 一三、中西旅游文化审美比较
 - 第二节 旅游的文化价值
 - 一、文化价值与旅游的文化价值
 - 二、旅游的文化收益
- 第三章 旅游文化的探讨与旅游文化学的研究
 - 第一节 旅游文化的研究
 - 一、旅游文化的分类与特征
 - 二、旅游文化的功能与形成
 - 三、旅游文化的研究方法与研究意义
 - 第二节 旅游文化学的研究与基本构架
 - 一、研究的主要对象与范围
 - 二、研究的主要任务与方法
 - 三、旅游文化学的基本构架
 - 第三节 旅游文化学的研究现状
 - 一、国外旅游文化学的发展
 - 二、中国旅游文化学的兴起
- 第四章 旅游消费文化
 - 第一节 旅游消费者的文化属性
 - 一、旅游消费者的文化动机
 - 二、旅游消费者的文化行为
 - 第二节 旅游消费过程的文化向度
 - 一、旅游消费过程
 - 二、旅游消费过程的文化表现
 - 三、旅游消费行为的文化走向
 - 第三节 旅游消费文化的内涵、特征与功能
 - 一、旅游消费文化的内涵
 - 二、旅游消费文化的特征
 - 三、旅游消费文化的功能
- 第五章 旅游开发及其产品文化
 - 第一节 旅游资源的文化属性
 - 一、自然旅游资源的文化内涵

<<旅游文化学>>

二、人文旅游资源的文化内涵

三、现代旅游规划中的文化

第二节 旅游产品的文化属性

一、旅游产品开发与文化的契合

二、旅游产品的文化主题提炼

三、旅游景观设计的文化内涵

四、旅游线路设计的文化意境

第六章 旅游环境文化

第一节 环境文化对旅游的影响

一、环境文化概述

二、地域文化、文化区域与理想景观

三、地域文化与旅游地形象的关系

第二节 旅游对环境文化的影响

一、现代旅游者对旅游地形象的依赖

二、旅游对旅游地文化的影响

三、可持续旅游发展与“人文生态”理念

第七章 旅游企业与经营文化

第一节 旅游企业文化

一、企业文化与旅游企业文化

二、企业文化的构成与塑造

第二节 旅游经营文化

一、旅游经营的文化特征

二、旅游经营单位的文化特征

第三节 旅游服务文化

一、旅游服务概述

二、旅游服务文化概述

三、旅游服务质量文化

第八章 休闲康乐文化与后现代的文化消费

第一节 当代文化产业与文化消费趋势

一、当代文化产业

二、当代文化消费趋势

第二节 休闲康乐文化与后现代的文化消费

一、休闲康乐文化

二、全球旅游与发展趋势

三、走向后现代的文化消费

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>