

<<旅游调查研究的方法与实践>>

图书基本信息

书名：<<旅游调查研究的方法与实践>>

13位ISBN编号：9787503238895

10位ISBN编号：7503238895

出版时间：2009-12

出版时间：中国旅游出版社

作者：李享 编

页数：341

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>

<<旅游调查研究的方法与实践>>

前言

管仲曾经说过：“不明于计数，而欲举大事，犹无舟楫而欲经水险也。

”恩格斯亦精辟地讲道：“量和质”数字是我们所知道的最纯粹的量的规定。

但是它充满了质的差异。

”从2005年本书第一版出版至今四年间，在国际上，旅游研究方法有了很大发展；在国内，特别是旅游学界及业界，人们对研究方法，特别是定量研究方法应用的认识有了极大的提高，人们在自觉地、以从未有过的高涨热情学习和运用这些方法，解决旅游实际问题，或进行旅游科研活动。

今天终于迎来第二版《旅游调查研究的方法与实践》的出版，内心很是激动。

在我的学习生活中，会经常拜读一些名人大家的著作，多为第五、第六版，甚至更多的版次，这说明在这一著作领域学问的持续发展，具有原著的经典基础、持续的社会需求；还说明这些大学者们在持续地潜心研究与笔耕不辍……对那样的辉煌成就，我一直都非常敬仰，这是我努力的方向。

总有新的事物值得关注，同时也需要用不同的方式重新诠释永恒的主题和观念。

我们的写作初衷没有变，即是一本侧重于调查研究的旅游研究方法类著作；我们的写作定位没有变，即面向旅游经营管理者、旅游研究工作者，针对研究生和本科高年级学生，满足旅游教学一线的需求。

与第一版相比，在上述前提下，第二版中我们进行了大胆且大幅度的删减、增加、修改与调整，单就新写的内容，已经超过了全书篇幅的60%。

通过这几年我们教学与科研的实践，特别是参照读者们反馈的意见与建议，我们删减了个别较为尖深难懂的章节。

此外，由于本书的篇幅所限，还有一些被删减的章节，在此之前已经进行了更新，收录于中国旅游出版社2008年2月出版的《旅游统计学原理与实务》一书。

<<旅游调查研究的方法与实践>>

内容概要

本书是一本侧重于调查研究的旅游研究方法类著作。

作者分别从旅游调查研究的设计与实施、数据分析方法和旅游调查研究实践三个方面进行了深入的阐述与详尽的介绍。

尤其在旅游定量研究方法方面，内容详尽、方法前沿、实用性强，运用引导案例的方式解释清晰、深入浅出，并辅以SPSS操作过程。

为了配合教学，本书还附有思考题、练习题及参考答案。

这是一本写给旅游经营管理者的书，书中的大量经典案例值得借鉴。

这是一本写给旅游研究者的书，书中的定性与定量研究方法是其科研工作的必备工具。

这更是一本面向广大旅游专业教师、研究生和高年级本科生的最新教科书，学习者可以通过对旅游调查研究方法的学习，提升专业水平。

<<旅游调查研究的方法与实践>>

作者简介

李享，北京联合大学旅游学院休闲与旅游管理系教授。
曾先后在首都经济贸易大学、对外经济贸易大学和北京体育大学学习统计学、工商管理学、体育人文社会学。
专业研究方向为旅游市场调查与定量研究方法、休闲与旅游统计、旅游出行行为研究等。
从2000年开始曾先后赴加拿大、美国、德国、爱尔兰和我国台湾地区考察酒店管理，参加旅游高等教育与主题公园、休闲与旅游学术交流和讲学活动。
曾任北京市旅游局导游员资格考试13试评委，现任北京观光休闲农业行业协会专家、国家出境领队。
目前已出版《旅游调查研究的方法与实践》(第一版)、《旅游统计学原理与实务》、《休闲与旅游统计研究》等多部著作，发表多篇学术论文，多次主持或参与国际合作、国家社会科学基金以及省部级、市级科研项目。

<<旅游调查研究的方法与实践>>

书籍目录

第二版前言 第一部分 旅游调查研究的设计与实施 第一章 旅游信息搜集 第一节 旅游信息搜集的地位、成见、控制与宣传 第二节 二手资料的收集途径与使用提示 第三节 原始资料的获取 第二章 旅游调查研究设计 第一节 旅游研究设计 第二节 旅游调查设计 第三节 旅游调查问卷设计 第三章 态度量表 第一节 态度量表的原理 第二节 态度量表的设计过程 第四章 定性研究方法与应用 第一节 定性研究方法 第二节 定性研究的调查方法 第三节 定性研究的预测方法 第四节 德尔菲法 第五章 旅游调查的实施 第一节 旅游调查的前期规划 第二节 旅游调查人员的培训 第三节 旅游调查工作流程 第四节 旅游调查工作中的技巧 第五节 网络调查 第二部分 旅游研究的数据分析方法 第六章 信度与效度分析 第一节 信度分析 第二节 效度分析 第七章 时间序列分析 第一节 时间序列分析概述 第二节 移动平均预测法 第三节 指数平滑预测法 第四节 趋势外推预测法 第五节 季节指数预测法 第六节 利用SPSS对引导案例进行时间序列分析 第八章 抽样与参数估计 第一节 抽样方法 第二节 抽样分布..... 第三部分 旅游调查研究实践练习题参考答案参考文献

<<旅游调查研究的方法与实践>>

章节摘录

插图：2 对旅游信息搜集的成见由于市场调查的各参与方在立场、目的、认识等方面的差异，在行动中难免产生分歧、矛盾和冲突。

又由于旅游信息搜集具有间接性与复杂性并涉及各方利益的相互关系等，因此有时人们对旅游信息搜集有成见是可以理解的。

一个缺乏规范的市场难免产生问题。

目前，在市场调查行业方面存在的问题主要有：由于普遍的低价等原因而弄虚作假；为了追求个人利益而违背伦理道德出卖用户的个人信息，甚至是个人隐私……正确规范市场调查各参与方的行为，协调各方的关系，化解各种矛盾和冲突，不但是保证市场调查活动正常进行、取得良好效果的基本条件，也是维持正常的社会经济秩序、保证市场经济健康发展的基本条件，并有利于消除人们对旅游信息搜集的成见。

规范市场调查各参与方的行为，协调他们之间的关系，可以采用法律法规的手段和途径，但是，这绝不意味着可以忽视伦理道德的作用。

事实上，市场经济发达的国家在实践中早已认识到伦理道德在规范行为和协调关系方面不可替代的作用，并不断加以完善。

如美国早已对市场调查伦理道德进行了总结、归纳，并由市场营销调研协会以准则的形式颁布，其内容涉及参与市场调查的各个方面，以及市场调查活动的各个环节。

3 旅游信息法规控制
3.1 旅游市场调研从业人员的伦理道德规范
旅游市场调查者是指承担市场调查任务并实际运作的组织和个人，其伦理道德的主要规范有以下几点：（1）注重商业信誉。

商业信誉是市场调查者的行为表现和工作结果给客户和社会留下的印象。

商业信誉是企业重要的无形资产，商业信誉的好坏，不仅是衡量一个企业、一个组织或个人伦理道德水平高低的重要尺度，也是能否顺利开展市场调查活动、在竞争中立于不败之地、市场调查业务不断发展的关键。

注重商业信誉也是社会主义伦理道德的本质要求。

信守合同是商业信誉的基本要求。

合同是各类市场主体在自愿的原则下，为维护各自的合法权益，保证商务活动顺利进行，明确各方的权利和义务关系的契约。

信守合同，是一个市场主体的基本要求，是构建商业信誉的基础。

<<旅游调查研究的方法与实践>>

编辑推荐

《旅游调查研究的方法与实践(第2版)》是由中国旅游出版社出版的。

<<旅游调查研究的方法与实践>>

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>