

<<景区规划原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<景区规划原理与实务>>

13位ISBN编号：9787503245299

10位ISBN编号：7503245298

出版时间：2012-10

出版时间：中国旅游出版社

作者：钟泓，韦家瑜 主编

页数：386

字数：415000

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>

<<景区规划原理与实务>>

内容概要

本书从旅游景区规划的概念入手，以旅游资源学、旅游经济学、旅游地理学、市场营销学、旅游管理学等为专业基础，融会区域规划理论、旅游产品开发理论、旅游需求构成理论、景观生态学理论以及旅游风景区规划规范、森林公园规划规范、自然保护区规划规范等理论与规范、规定，并结合旅游景区规划实践与规划研究发展编；而成。

本教材以培养学生的旅游职业能力为本位，基础理论部分以突出其应用性为目的，以必需、够用为度，讲清概念，强化应用能力，具有针对性。注意紧密结合新时期、新形势下的景区规划中出现的热点问题进行分析，体现时代特征。知识应用突出实践性和实用性，配以大量案例和相关链接，强调理论与实践的对接，简洁明了，便于学生理解。

本书除了可以作为高职高专旅游类专业的教材使用之外，也可以作为旅游景区从业人员的培训和自学用书。

<<景区规划原理与实务>>

书籍目录

前言

第一章 旅游景区规划概述

第一节 旅游景区概述

第二节 旅游景区规划概述

复习与思考

第二章 旅游景区规划原理

第一节 旅游景区规划的理论及其应用

第二节 旅游景区开发的基本模式

第三节 旅游景区规划的工作流程与技术路线

第四节 旅游景区规划的方法和技术

第五节 旅游景区规划的图件类型与制图方法

复习与思考

第三章 旅游资源的调查与评价

第一节 旅游资源的概念

第二节 旅游资源的分类

第三节 旅游资源的调查

.....

第四章 景区旅游市场调查与分析预测

第五章 景区空间功能布局

第六章 景区旅游产品开发规划

第七章 景区旅游项目创意与景观设计

第八章 景区形象策划

第九章 景区市场营销规划

第十章 景区专项建设及保障体系规划

第十一章 景区开发项目的可行性研究分析与决策

参考文献

<<景区规划原理与实务>>

章节摘录

版权页：插图：（一）形象导向模式产生的背景 形象导向模式产生的社会背景。

在旅游规划与开发的演进发展阶段，大众化旅游的普及度越来越高，可供旅游者选择的旅游目的地数量也在增多，旅游市场上呈现出异常激烈的竞争态势。

在这种激烈的市场竞争环境中，各旅游企业或旅游目的地均遭遇旅游增长乏力、经济效益不佳的困境，这一状况与世界旅游业的迅猛发展形成了一定的差距。

面对这种状况，人们开始寻求旅游规划与开发的新模式来推动旅游业的可持续发展。

形象导向模式产生的实践背景。

在形象导向模式出现之前，旅游规划与开发的实践通常都是依靠高质量的旅游资源以及满足旅游者消费需求的旅游产品来进行的。

但是，随着旅游规划的进一步发展，旅游规划工作者认识到，一流的旅游资源和迎合市场需求的旅游产品并不是一件易于做到的事情，而且他们发现旅游者对旅游目的地的选择并不总是取决于上述因素。

旅游规划与开发工作中应当优先解决待开发地区的旅游综合形象定位问题。

为此，在进行旅游规划之前，应研究旅游者对旅游目的地的认知状态，并设计出一整套能有效地传播旅游地目标形象的方案，只有这样的规划与开发才能适应不同类型旅游开发地的要求。

（二）形象导向模式的内容 1.形象导向模式关注的焦点 形象导向模式是从系统开发的角度，对旅游目的地进行整体的形象策划和旅游业发展规划，它通过对目的地旅游形象的塑造与提升来达到区域内旅游资源的有效整合和可持续开发利用的目的。

该模式中关注的焦点问题包括：旅游地的综合开发以及旅游地的整体形象的塑造与提升。

（1）旅游地的综合开发。

一般来说，旅游规划与开发是将旅游地系统的各个部分按照其内在的功能联系组合成一个开发的整体，并对该旅游地综合体进行包括市场、资源、产品、形象、营销、环境、人力、资本等内容的全面综合开发，使旅游地的开发和其今后的经营与管理达成一致，并促进旅游地产业结构的调整和升级。

这就是旅游开发地今后能够保持持续稳定发展的关键所在。

（2）旅游主题形象塑造与提升。

从旅游心理学的角度来看，旅游者对旅游目的地的认识首先要通过感觉器官形成一定的初始印象，然后才有可能进一步进行考察和研究，进而选择其作为旅游目的地。

可见，在旅游地的发展过程中，旅游者对旅游目的地的选择不是受制于客观环境本身，而是由于旅游地对旅游者认知形象的影响。

因此，旅游规划与开发中要使旅游开发地取得良好的经济效益就必须对旅游地的旅游主题形象进行统一的设计策划和传播规划，这是形象导向模式下旅游规划与开发工作的另一个关注焦点。

<<景区规划原理与实务>>

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>