

<<旅游地理>>

图书基本信息

书名：<<旅游地理>>

13位ISBN编号：9787504941817

10位ISBN编号：7504941816

出版时间：2008-10

出版时间：中国金融出版社

作者：张志宇 编

页数：307

字数：288000

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>

前言

摆在读者面前的《中等职业教育财经类基础教材》、《高等职业教育财经类基础教材》和《中等职业教育旅游系列教材》、《高等职业教育旅游系列教材》这四套教材是中国职教学会商业专业委员会（筹）、全国商业中专教育研究会为中高职教育组织编写的，而且还是中国职教学会商业专业委员会（筹）、全国商业中专教育研究会“中高职教育衔接与分工教材新系”立项课题研究的成果之一。

在教育部2001年颁布中职《专业目录》并制定82个重点骨干专业的教学计划之后，中职教育逐渐走出了招生的低谷，办学规模获得长足发展。

与此同时，高职院校也如同雨后春笋，迅速增加，许多原国家级重点中专升格或合并为高职院校。

但是，在中高职教育快速发展的同时，也出现了中高职相同专业的培养目标、教学内容既不利于知识的衔接和提高，也不能体现不同层次的岗位需求的问题。

这种情况也表现在中高职教材的编写中：中职教材往往向专科教材靠拢，而高职教材多是在中职教材基础上提高或选用相同专业的专科学校教材。

因此，教育部门有关领导提出了研究相同专业中高职培养目标、教学内容的分工和衔接问题。

针对中高职教育中存在的这些问题，我们组织一些学校的领导和学科带头人、专家、教授，成立了课题组，着重研究财经类中高职基础课、旅游服务与管理（酒店服务与管理）专业核心课的教学目标、教学内容的分工与衔接的问题。

课题组成员进行了大量的调研，召开了多次研讨会，形成了如下的共识：确定中高职相同专业的培养目标和教学内容，不能简单地拿原中专教材或专科教材“切配”，而要重新对中高职毕业生就业的岗位群所需要的知识、能力要求进行调研，在综合大量调研材料的基础上确定中高职的专业培养目标，安排公共基础课、专业理论课、专业技能课的内容。

<<旅游地理>>

内容概要

本书是《高等职业教育旅游系列教材》之一。

本书分为三部分。

第一篇总论：绪论，旅游资源的分类、评价和开发保护。

第二篇中国部分：中国旅游环境，京华胜地——燕赵文化区、白山黑水——关东文化区、丝绸古道——塞外文化区、华夏文明——中原文化区、秀山丽水——吴越文化区、山水峡谷——巴蜀和楚文化区、岩溶景观——西南民俗文化区、雪域藏乡——世界屋脊文化区、南国风情——岭南文化区。

第三篇外国部分：世界旅游环境，各大洲旅游资源概况、世界遗产。

本书可作高等职业教育餐旅服务专业教材，也可作餐旅行业员工的培训教材或旅游爱好者的参考书。

书籍目录

第一篇：总论 第1章 绪论 1.1 旅游地理学的研究对象 1.2 旅游资源形成的地理环境条件 1.3 旅游资源欣赏 第2章 旅游资源的分类、评价和开发保护 2.1 旅游资源的分类 2.2 旅游资源评价 2.3 旅游资源开发 2.4 旅游环境问题及旅游资源保护 第二篇：中国部分 第3章 中国旅游环境 3.1 旅游资源 3.2 旅游交通 3.3 旅游区划 第4章 京华胜地——燕赵文化区 4.1 地理环境特征 4.2 主要旅游胜地 第5章 白山黑水——关东文化区 5.1 地理环境特征 5.2 主要旅游胜地 第6章 丝绸古道——塞外文化区 6.1 地理环境特征 6.2 主要旅游胜地 第7章 华夏文明——中原文化区 7.1 地理环境特征 7.2 主要旅游胜地 第8章 秀山丽水——吴越文化区 8.1 地理环境特征 8.2 主要旅游胜地 第9章 山水峡谷——巴蜀和楚文化区 9.1 地理环境特征 9.2 主要旅游胜地 第10章 岩溶景观——西南民俗文化区 10.1 地理环境特征 10.2 主要旅游胜地 第11章 雪域藏乡——世界屋脊文化区 11.1 地理环境特征 11.2 主要旅游胜地 第12章 南国风情——岭南文化区 12.1 地理环境特征 12.2 主要旅游胜地 第三篇：外国部分 第13章 世界旅游环境 13.1 世界自然旅游资源的特点 13.2 世界人文旅游资源的特点 第14章 各大洲旅游资源概况 14.1 亚洲 14.2 欧洲 14.3 美洲 14.4 非洲 14.5 大洋洲 第15章 世界遗产附录一：中国国家地质公园一览（截至2004年）附录二：我国加入联合国“人和生物圈计划”的自然保护区参考文献

章节摘录

第一篇：总论第1章 绪论1.3 旅游资源欣赏1.3.1 旅游资源欣赏的意义旅游欣赏，即围绕旅游和通过旅游来进行美的享受和美的欣赏，这是当今世界普遍存在和蓬勃发展的一个事物。

旅游资源欣赏主要是研究旅游资源这种客观对象为什么会产生美、会产生哪些种类的美、人们应如何去发现并鉴赏和体验这些美。

旅游动机与目的因人而异，旅游内容丰富多彩，但是欣赏活动几乎是一切旅游过程都不可缺少的内容，有时更是全部旅游活动的核心内容。

首先，旅游资源种类繁多，具体情况又千差万别，因而产生了形形色色的美。

如泰山之雄伟、华山之险峻、黄山之奇峰、峨眉之秀丽；平原使人产生平远的意境，丘陵给人以曲折之感，前者后者给人们的美感又不一样。

如果再加上奇异的传说、神话，那么它的美学欣赏价值就更加丰富多彩了。

如昆明的“睡美人”、桂林的“象鼻山”、云南石林的“阿诗玛”等，通过文学家、美学家的构思形成了美好的意境。

其次，旅游者的种族、年龄、性别、职业、阅历、性情及思想意识、文化素养、宗教信仰、审美水平、具体处境各不相同，对美的要求与欣赏水平也大有差异。

1.3.2 旅游资源中美的类型人们凭借视觉、听觉、嗅觉、味觉及触觉等感官感知旅游资源，产生感性认识，然后通过思维、判断、联想产生理性认识，形成美感。

<<旅游地理>>

编辑推荐

《旅游地理》由中国金融出版社出版。

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>