

<<中国体育旅游研究>>

图书基本信息

书名：<<中国体育旅游研究>>

13位ISBN编号：9787508440170

10位ISBN编号：750844017X

出版时间：2006-12

出版时间：第1版 (2006年12月1日)

作者：于素梅

页数：388

字数：599000

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>

## <<中国体育旅游研究>>

### 内容概要

本书共分五大部分：第一部分是研究的对象和方法按照不同人群的社会特征所做的分类描述；第二部分着重对我国体育旅游资源分布和已开发资源进行了较为全面的梳理，分析了我国体育旅游资源开发和体育旅游业发展的现状和存在的主要问题。

该部分还着重探讨了旅游、体育旅游的概念、特征、分类等基本理论；第三部分重点对我国不同群体的体育旅游需求、动机、认知、经历、消费和影响因素等方面进行了多视角调查与分析；第四部分重点对促进小康社会全面建设的体育旅游业协同发展策略进行了研究；第五部分对该项研究成果进行了总体概括，并为合理开发体育旅游资源提出了较为合理的建议。

该项研究，一定意义上丰富了旅游学与体育学理论，还在一定程度上为体育旅游资源开发提供了参考，为后续研究提供了基础数据。

## <<中国体育旅游研究>>

### 作者简介

于素梅，女，1969年生于河南省漯河市，1991年毕业于河南大学体育学院，获教育学学士学位，2005年河南大学体育学院研究生毕业，获教育学硕士学位。  
河南大学体育社会科学研究所工作，河南省教育厅学术技术带头人。  
现在就读于北京师范大学体育与运动学院，攻读教育学博士学位。

## &lt;&lt;中国体育旅游研究&gt;&gt;

## 书籍目录

序前言	第一部分 概论	第一章 研究对象社会特征	一、性别特征	二、年龄特征	三、学历特征	四、职业特征	五、居住地特征	六、经济特征	第二章 研究方法	一、文献研究法	二、社会调查法	三、实地考察法	四、数理统计法	五、个案分析法										
第二部分 我国体育旅游资源分布及开发	第一章 我国旅游资源分布及开发	第一节 旅游与旅游资源的概念及分类	一、旅游的概念	二、旅游的分类	三、旅游资源的概念	四、旅游资源的分类	第二节 我国旅游资源分布	第三节 我国旅游资源的开发	一、东北区已开发的旅游景点景区	二、华北区已开发的旅游景点景区	三、晋陕内蒙古区已开发的旅游景点景区	四、长江中下游区已开发的旅游景点景区	五、东南区已开发的旅游景点景区	六、西南区已开发的旅游景点景区	七、西北区已开发的旅游景点景区	八、青藏区已开发的旅游景点景区								
第四节 我国旅游资源开发现状分析	一、取得了巨大的进步	二、南、北、西、中呈现非均衡性及特色	三、我国旅游资源开发中存在的一些亟待解决的问题	第二章 我国体育旅游资源分布及开发	第一节 体育旅游及体育旅游资源的概念与分类	一、体育旅游的概念及分类	二、体育旅游资源的概念及分类	第二节 我国体育旅游资源分布	一、具有体育旅游开发潜力的旅游资源	二、具有体育旅游开发潜力的体育资源	三、我国部分省(自治区、直辖市)具有开发潜力的体育旅游资源分布个案	第三节 我国已开发的体育旅游项目	一、我国现已开发的体育旅游项目概述	二、我国部分省(自治区、直辖市)已开发的体育旅游项目个案分析	三、我国体育旅游资源开发现状分析	第四节 小结	一、旅游概念的界定及分类研究	二、旅游资源概念的界定与分类研究	三、我国旅游资源的分布及开发研究	四、体育旅游概念的界定及分类研究	五、体育旅游资源概念的界定及分类研究	六、我国体育旅游资源的分布及开发研究		
第三部分 我国不同人群体育旅游情况调查与分析	第一章 不同人群的体育旅游需求	第一节 不同人群的旅游方式	一、不同性别人群对旅游方式的选择	二、不同年龄人群对旅游方式的选择	三、不同文化程度人群对旅游方式的选择	四、不同职业人群对旅游方式的选择	五、不同居住地人群对旅游方式的选择	六、不同家庭收入人群对旅游方式的选择	七、小结	第二节 不同人群对体育旅游项目的需求	一、不同性别人群喜欢的体育旅游项目	二、不同年龄人群喜欢的体育旅游项目	三、不同文化程度人群喜欢的体育旅游项目	四、不同职业人群喜欢的体育旅游项目	五、不同居住地人群喜欢的体育旅游项目	六、不同家庭收入人群喜欢的体育旅游项目	七、小结	第三节 小结	一、不同性别人群的体育旅游需求	二、不同年龄人群的体育旅游需求	三、不同文化程度人群的体育旅游需求	四、不同职业人群的体育旅游需求	五、不同居住地人群的体育旅游需求	六、不同家庭收入人群的体育旅游需求
第二章 不同人群参与体育旅游的动机	第一节 不同人群参与旅游的动机	一、不同性别人群的旅游动机	二、不同年龄人群的旅游动机	三、不同文化程度人群的旅游动机	四、不同职业人群的旅游动机	五、不同居住地人群的旅游动机	六、不同家庭收入人群的旅游动机	七、小结	第二节 不同人群参与体育旅游的动机	一、不同性别人群参与体育旅游的动机	二、不同年龄人群参与体育旅游的动机	三、不同文化程度人群参与体育旅游的动机	四、不同职业人群参与体育旅游的动机	五、不同居住地人群参与体育旅游的动机	六、不同家庭收入人群参与体育旅游的动机	第三节 小结	一、不同性别人群参与体育旅游的动机	二、不同年龄人群参与体育旅游的动机	三、不同文化程度人群参与体育旅游的动机	四、不同职业人群的体育旅游动机	五、不同居住地人群的体育旅游动机	六、不同家庭收入人群的体育旅游动机		
第三章 不同人群对体育旅游的认知	一、不同性别人群对体育旅游的认知	二、不同年龄人群对体育旅游的认知	三、不同文化程度人群对体育旅游的认知	四、不同职业人群对体育旅游的认知	五、不同居住地人群对体育旅游的认知	六、不同家庭收入人群对体育旅游的认知	七、小结	第四章 影响人们参加体育旅游的因素	一、影响不同性别人群参加体育旅游的因素	二、影响不同年龄人群参加体育旅游的因素	三、影响不同文化程度人群参加体育旅游的因素	四、影响不同职业人群参加体育旅游的因素	五、影响不同居住地人群参加体育旅游的因素											

<<中国体育旅游研究>>

的因素 六、影响不同家庭收入人群参加体育旅游的因素 七、小结 第五章 不同人群的体育旅游经历 一、不同性别人群的体育旅游经历 二、不同年龄人群的体育旅游经历 三、不同文化程度人群的体育旅游经历 四、不同职业人群的体育旅游经历 五、不同居住地人群的体育旅游经历 六、不同家庭收入人群的体育旅游经历 七、小结 第六章 不同人群的体育旅游消费 一、不同性别人群的体育旅游消费 二、不同年龄人群的体育旅游消费 三、不同文化程度人群的体育旅游消费 四、不同职业人群的体育旅游消费 五、不同居住地人群的体育旅游消费 六、不同家庭收入人群的体育旅游消费 七、小结 第七章 小结 一、不同人群的体育旅游需求 二、不同人群参与体育旅游的动机 三、不同人群对体育旅游的认知 四、影响人们参与体育旅游的因素 五、不同人群的体育旅游经历 六、不同人群的体育旅游消费第四部分 小康社会的体育旅游资源开发理论研究及模式探讨 第一章 小康社会与体育旅游的关系问题研究 一、体育旅游发展现状及其价值 二、小康社会解读 三、体育旅游与小康社会的关系 第二章 中国特色体育旅游资源的开发与运行机制 一、中国特色体育旅游资源的内涵 二、中国特色体育旅游资源开发的内涵 三、中国特色体育旅游资源开发现状 四、中国特色体育旅游资源开发产品设计 五、当前中国特色体育旅游资源开发的运行机制 第三章 新时期中国体育旅游业的生存与发展 一、旅游业在经济发展中的重要地位 二、体育旅游业的内涵 三、国内外体育旅游业的发展状况 四、我国体育旅游业发展的机遇及前景分析 五、我国体育旅游业存在的问题及对策 第四章 我国体育旅游资源开发的总体方案及模式探讨 一、我国体育旅游资源开发的总体方案 二、小康社会我国体育旅游资源开发模式探讨(个案研究) 第五章 小结 一、小康社会与体育旅游的关系问题 二、中国特色体育旅游资源开发的运行机制问题 三、新时期中国体育旅游业的生存与发展问题 四、体育旅游资源开发的总体方案与模式问题第五部分 结论与建议 第一章 结论 第二章 建议参考文献

<<中国体育旅游研究>>

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>