

<<旅游经济学>>

图书基本信息

书名：<<旅游经济学>>

13位ISBN编号：9787512112001

10位ISBN编号：7512112009

出版时间：2012-9

出版时间：北京交通大学出版社

作者：黄月玲，王艳 主编

页数：307

字数：448000

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>

<<旅游经济学>>

内容概要

20世纪60年代旅游业进入大众旅游阶段以来,旅游逐步成为全球现代人类社会重要的生活方式和社会经济活动。

旅游业也在全球范围内迅速发展并成为当今世界各国重点发展的产业之一,尤其在我国,旅游业已成为许多地区经济发展的支柱产业和新的经济增长点,在我国国民经济体系里占有重要的地位和作用。

旅游产业的迅速发展迫切需要培养一支拥有先进旅游管理知识的专业人才队伍,而专业人才的培养又呼吁精品课程和教材的建设。

旅游经济学自旅游学科建立以来一直是旅游管理专业的核心基础课程之一。

本书本着旅游专业人才培养的目标,针对旅游高等院校的课堂教学需求,运用西方经济学体系与社会主义政治经济学的相关理论与研究方法,结合旅游经济运行的特有规律,全面地、系统地阐述了旅游经济学的基本理论与方法。

《21世纪经济学类管理学类专业主干课程系列教材:旅游经济学》的主要特点是现代旅游经济学理论与实证研究相结合,融入了大量的前沿信息,精选了经典案例和扩展阅读材料,并为每一章设计了教学目的、章节小结、复习思考题和实践指导,更加方便教师课堂讲授和学生的课内外自学。

课后设计的实践和实验指导,强调了课程应用性和实践技能,对于提高学生分析问题、解决问题能力非常重要。

《21世纪经济学类管理学类专业主干课程系列教材:旅游经济学》将理论与实践有机结合,定性和定量分析相结合,内容全面,案例丰富,语句通俗易懂,不仅可以作为旅游高等院校的专业教材,也适合从事旅游科研的人员及旅游业内人士学习参考。

<<旅游经济学>>

书籍目录

第1章 绪论

学习目标

本章难点

导读材料

1.1 旅游经济学的研究历史与现状

1.1.1 国际旅游经济研究的产生与发展

1.1.2 国内旅游经济学的研究

1.2 旅游经济学的学科性质

1.2.1 旅游经济学的学科特点

1.2.2 旅游经济学和相关学科的关系

1.3 旅游经济学的研究对象

1.3.1 旅游活动中的经济主体

1.3.2 旅游活动中的经济关系

1.3.3 旅游经济活动中的经济规律

1.3.4 旅游活动中的经济矛盾

1.4 旅游经济学的研究内容

1.4.1 旅游经济学研究的基本框架

1.4.2 旅游经济学研究的基本内容

1.5 旅游经济学的研究与学习方法

1.5.1 辩证唯物主义和历史唯物主义相结合的方法

1.5.2 理论与实践相结合的方法

1.5.3 多学科分析方法

本章小结

主要概念

复习思考题

案例分析

课程实践

参考文献

第2章 旅游产品

学习目标

本章难点

导读材料

2.1 旅游经济活动中的产品

2.1.1 旅游产品概念

2.1.2 旅游产品的特点

2.2 旅游产品的构成

2.2.1 旅游产品的一般构成

2.2.2 旅游产品的需求构成

2.3 旅游产品的分类

2.3.1 按旅游产品的特点分类

2.3.2 按旅游产品的功能分类

2.3.3 按旅游产品的开发程度分类

2.3.4 按旅游产品的销售方式分类

2.4 旅游产品价格

2.4.1 旅游产品价格及其特点

<<旅游经济学>>

2.4.2 旅游产品价格的构成.

2.4.3 旅游产品价格的制定

2.4.4 旅游产品价格的影响因素

本章小结

主要概念

复习思考题

案例分析

课程实践

参考文献

第3章 旅游需求与供给

学习目标

本章难点

导读材料

3.1 旅游需求

3.1.1 旅游需求的概念、类别与特征

3.1.2 旅游需求的形成条件

3.1.3 旅游需求的指标体系

.....

第4章 旅游消费

第5章 旅游企业经济效益

第6章 旅游产业

第7章 旅游市场结构与市场行为

第8章 区域旅游经济合作

第9章 旅游经济影响与测量

第10章 旅游经济发展过程中的政府职能与管理

章节摘录

版权页：插图：2.4.4 旅游产品价格的影响因素 旅游价格由价值决定，同时还受供求关系、竞争状况、国家政策等因素影响。

市场中的旅游产品价格制定及最终形成，这些因素都是需要考虑的。

2.4.4.1 供求关系影响价格 在旅游产品价值一定的情况下，旅游产品市场价格还受旅游产品供给和需求关系变化的影响。

由于影响旅游供求的因素是多种多样的，因此旅游供求关系的变化会形成多种排列关系，也会随着空间与时间的变化发生转换。

一般地说，当旅游产品的供给大于或小于旅游产品需求时，实际价格就会低于或高于理论价格。

供求关系对任何商品和服务价格都会产生影响，但是，旅游供求关系对旅游价格的影响作用具有特殊性。

旅游供求关系二者转换较为频繁与迅速，即使在一种供求关系状态下，也会出现另一种相反的供求关系状态，旅游供求关系状态的频繁置换与变动，就必然会使旅游价格经常发生变动。

旅游供求关系不仅决定着供给与需求的时间和空间数量对比关系，而且供求关系也会对旅游产品质量产生影响，从而也会影响旅游产品理论价格的基础——旅游价值发生变化。

由于以上两个原因，供求关系对旅游产品价格的影响是巨大的，旅游价格总是随着供求关系的变化而变化，尤其是国际旅游。

可见，供求关系是决定和影响旅游产品价格变化的一个基本因素。

从总体上来讲，旅游产品具有价格和收入两方面的弹性。

所以，当旅游产品价格上升时，预示旅游者相对收入下降，因此将会使旅游者的需求量降低。

反之，价格降低则会刺激需求量增加。

旅游产品一般被看作奢侈品，当人们的收入提高时，就会增加对旅游产品的消费；而当收入降低时，旅游消费可能首先被作为一种可任意支配的开支而削减。

人们习惯于靠全年精打细算节约下来的有限收入来安排旅游活动，在作出最后的旅游决定之前，通常要仔细比较各种旅游产品的价格，从中选择一个最优的方案。

有些人甚至将预定拖到最后一刻，希望能够在最后一分钟的讨价还价中获得价格优惠。

因此，旅游企业必须了解旅游者购买决策的过程，以便决定何种价格水平是适当的。

<<旅游经济学>>

编辑推荐

《21世纪经济学类管理学类专业主干课程系列教材:旅游经济学》将理论与实践有机结合,定性和定量分析相结合,内容全面,案例丰富,语句通俗易懂,不仅可以作为旅游高等院校的专业教材,也适合从事旅游科研的人员及旅游业内人士学习参考。

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>