

<<旅游景区开发与<管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游景区开发与<管理>>

13位ISBN编号：9787563719211

10位ISBN编号：7563719210

出版时间：2010-5

出版时间：旅游教育出版社

作者：郑耀星 编

页数：263

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>

## <<旅游景区开发与管理>>

### 内容概要

旅游景区作为旅游产业发展的核心要素和主要的旅游吸引物，在推进我国旅游业蓬勃发展的过程中发挥了排头兵的作用，旅游景区发展的理论和实践研究得到了学术界的持续关注。

近年来，旅游景区的规划、建设、管理、营销已经成为旅游研究领域的热点和重点。

我国在建设世界旅游强国的进程中，旅游景区的经济、社会、环境、文化的功能将日益突出。

我国旅游业的改革和发展面临着新的机遇，也面临许多理论和实践层面的新课题。

本书阐述了景区开发的过程，并探讨了景区管理中涉及的一些主要问题；全面审视景区在整个旅游业中扮演的角色，探讨了开发新景区所涉及的问题以及管理中面临的挑战。

本书的主要内容包括旅游景区开发管理概述、旅游景区规划管理、旅游景区项目策划与管理、旅游景区产品开发与管理、旅游景区线路设计与组织、旅游景区设施规划与管理、旅游景区解说系统设计与规划、旅游景区环境管理、旅游景区游客管理、旅游景区安全管理。

为便于学习者、管理者和培训者使用，本书在编写体例上做了一些创新，每一章都配有引言、本章学习目标、思考与练习。

这种体例是目前已出版的旅游景区开发与管理教材中所少有的，因此形成了本书的特色：知识结构上紧密联系旅游景区开发与管理的实际进行基础知识的编排，既考虑学习者的心理特征和认知规律、技能养成规律，又注意用新观点、新理念和大量案例、阅读材料来阐述旅游景区开发与管理的经典内容，适应旅游业发展和教学实践的需要。

本书由郑耀星主编，负责设计教材大纲和全书的统稿工作。

各章执笔人员如下：第一章、第二章，郑雅频；第三章，郑耀星、李炳宽；第四章，包战雄、丁丽英；第五章，林绍华、丁丽英；第六章，郑耀星、刘少艾；第七章，林绍华；第八章、第十章，李志龙；第九章，林东。

本书在编写过程中参阅了许多的论著、文献、资料，除书后列出的参考文献外，还有一些文献、资料未能一一列出，在此，我们向所有这些论著的作者表示真诚的谢意。

限于我们的水平和实践经验，书中的错漏在所难免，诚恳欢迎各位同人批评赐教。

## <<旅游景区开发与管理>>

### 书籍目录

第一章 旅游景区开发管理概述引言本章学习目标 第一节 景区的概念界定 一、旅游景区的概念 二、旅游景区的功能 三、旅游景区的分类 第二节 旅游景区开发概述 一、旅游景区的开发历史 二、旅游景区开发的程序 三、旅游景区管理的内容 思考与练习第二章 旅游景区规划管理引言本章学习目标 第一节 旅游景区规划的概念体系 一、旅游景区规划的概念 二、旅游景区规划的类型 第二节 旅游景区规划的内容与要求 一、旅游景区总体规划 二、旅游景区控制性详细规划 三、旅游景区修建性详细规划 第三节 旅游景区规划的核心环节 一、确定规划目标 二、提出景区定位 三、功能分区和空间布局 四、旅游项目策划 第四节 旅游景区规划的组织与管理 一、旅游景区规划的组织程序 二、旅游景区规划的管理环节 思考与练习第三章 旅游景区项目策划与管理引言本章学习目标 第一节 景区项目策划概述 一、景区项目策划的概念和特点 二、景区项目策划的作用 三、旅游项目策划的原则 四、景区旅游项目的类型 第二节 旅游项目策划方法、内容与程序 一、旅游项目策划的方法 二、旅游项目策划的内容 三、旅游项目策划的程序 第三节 景区项目策划的影响因素及控制 一、景区项目策划的主要影响因素 二、景区策划项目的评估 三、景区项目策划的控制 思考与练习第四章 旅游景区产品开发与管理引言本章学习目标 第一节 旅游景区产品概述 .....第五章 旅游景区线路设计与组织第六章 旅游景区设施规划与管理第七章 旅游景区解说系统设计与管理第八章 旅游景区环境管理第九章 旅游景区游客管理第十章 旅游景区安全管理参考文献

## <<旅游景区开发与管理>>

### 章节摘录

插图：4.旅游景区与旅游吸引物  
旅游吸引物是由旅游资源为旅游目的加工而成的，它可能是一种可以直接卖给旅游者的旅游产品，也可能是一种节日活动；它可能存在于旅游景区中，也可能存在于旅游景区外。

旅游吸引物在旅游目的地的发展和兴盛中扮演着至关重要的角色。

旅游吸引物最基本的作用是吸引游客到一个景区来。

同时，它的作用还可以在更高层面上变化，给社会带来活力，并带来大量收入（艾伦·法伊奥，布赖恩·加罗德，安娜·利斯克2005）。

旅游吸引物是旅游业赖以生存之本，旅游吸引物促生了游览，引发了远程旅行，并创造了整个旅游业。

它是旅游业的核心，是激发人们想去一个地方旅游的动机。

旅游吸引物确实为很多旅游活动提供了一个中心，并且是参与旅游业竞争的各个旅游目的地的重要因素（斯沃布鲁克2000：267）。

二、旅游景区的功能在市场经济条件下，景区在产品、企业和产业三个层面上形成了一个基本功能系统。

在产品层面上，景区不仅具有满足旅游者吃、住、行、游、购、娱等多样化需求的基本功能，而且具有观光体验、度假休闲、资源保护等多元化特色的基本功能，从而使景区成为刺激旅游者前往旅游的关键动力要素。

在企业层面上，景区不仅具有保护资源多样性、实现经营专业化、激活资本运作、增加旅游收入等内生性的基本功能，而且具有解决就业、提升区域形象、促进经济发展等外部性的基本功能，从而使景区成为旅游活动的重要空间载体。

在产业层面上，景区不仅是旅游业发展不可或缺的物质基础，而且通过关联效应可带动所在区域实现经济活动的协作化，形成具有相对独立性的旅游产业，从而促进社会分工的发展和科学技术的进步。

<<旅游景区开发与<管理>>

编辑推荐

《旅游景区开发与<管理>》：国家质量工程项目，旅游管理人才，培养与行业互动创新实验区教材，中国旅游协会旅游教育分会推荐教材。

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>