

国家双语教学示范课程旅游学概论使用教材

教学资源库网址: <http://zlgc.sicnu.edu.cn/>



ENGLISH

旅游学概论

(双语)

(第二版)

朱华 / 主编

An Introduction to Tourism Principles



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

旅游学概论
(双语)(第二版)

An Introduction to Tourism Principles

21世纪旅游英语系列教材

- ★《旅游学概论(双语)》(第二版)(网络立体化教学,送电子课件)*
- ★《旅游英语视听说》(送多媒体电子课件)
- ★《饭店英语》(视听说版)(送多媒体电子课件)
- ★《英语导游听说教程》(修订版)(送电子课件) 
- ★《英语导游实务教程》(第二版)(送电子课件) 
- ★《西南旅游英文基础教程》(修订版)(送电子课件) 

注: *为国家双语教学示范课程使用教材,网络课堂教学资源配套。



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

ISBN 978-7-301-18734-0



9 787301 187340 >

定价: 45.00元

21世纪旅游英语系列教材
教学资源库网址: <http://zlgc.sicnu.edu.cn/>

旅游学概论(双语)

(第二版)

An Introduction to Tourism Principles (Second Edition)

主 编 朱 华
副主编 王雪霏 朱 红 刘汇明



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

旅游学概论(双语)/朱华主编. —2版. —北京:北京大学出版社,2012.8

(21世纪旅游英语系列教材)

ISBN 978-7-301-18734-0

I. ①旅… II. ①朱… III. ①旅游学—双语教学—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 193950 号

书 名: 旅游学概论(双语)(第二版)

著作责任者: 朱 华 主编

责任编辑: 李 颖

标准书号: ISBN 978-7-301-18734-0/H·3116

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电子邮箱: zbing@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62754382 出版部 62754962

印 刷 者: 三河市北燕印装有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 19.5 印张 470 千字

2009 年 5 月第 1 版

2012 年 8 月第 2 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 45.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究 举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

第二版序

旅游学是一门新型学科。由于旅游研究多学科的性质,我国旅游教育工作者对旅游学科认识不同,高等院校的旅游课程体系差异较大,教材建设相对落后,影响了旅游人才的培养。为此,教育部要求全国高等院校积极开展双语教学,特别是在学科建设、教材建设相对落后的专业率先开展双语教学课程建设,力争在较短的时间内缩短与国外教育的差距,为我国培养一批具有竞争力的高素质旅游管理人才。

2010年11月,我赴瑞士参加国际旅游休闲学术会议,访问了瑞士国际酒店与旅游管理学院(HTMi),聆听了该校本科生课程,参加了MBA研究生课程的教学,深受启发,瑞士旅游高等院校的案例教学给我留下了深刻印象。2012年2月,应美国旧金山州立大学(San Francisco State University)和波士顿大学(Boston University)的邀请,我赴美讲学,再次感受到欧美旅游教育的先进理念和教学方法。

《旅游学概论》(双语)第二版借鉴了欧美旅游专业教学理念和教材编写方法,结合中国高等教育实际,重新设计了教材体例,提供了课文导读、阅读分析、案例矩阵;新增了教学要点、关键术语、知识链接、案例教学指导、网上测试和中英文教学案例,进一步完善了教学资源库和网络课堂 <http://zlgc.sicnu.edu.cn/>,为教师编写了电子教案、制作了多媒体课件,提供期末考试样题二套。

在此,我要感谢瑞士国际酒店与旅游管理学院 Lan R. J. Larmour 校长,他为我提供了颇有价值的旅游教学案例,“奔跑在瑞士山川的‘黄金列车’”案例正是我和众多游客在瑞士旅游的真切体验。我要感谢美国旧金山州立大学休闲、公园与旅游系 Patrick T. Tierney 教授和美国波士顿大学 Robert P. Weller 教授,在美的学术交流和教学研讨提高了我对旅游教育的认识,拓展了我的学术研究视野,为《旅游学概论》双语教材的编写不仅提供了写作资料,更重要的是提供了符合旅游学科建设和教学的写作思路。

《旅游学概论》双语教材是我国高等院校旅游管理专业双语教学多年探索和实践的总结,也是我国旅游管理专业建设和旅游教育国际交流阶段性的成果。教材的出版将减轻我国高等学校旅游管理专业双语教学成本,提升我国高等院校双语教学质量,为我国培养更多的具有国际视野、通晓一门外语的高素质旅游人才。

国家双语教学示范课程《旅游学概论》主持人

朱华教授

2012年6月22日

前言

《旅游学概论》2008年被教育部正式立项,成为我国高等院校旅游管理专业第一门国家级双语教学示范课程。2009年5月,根据教育部国家双语示范课程建设的要求,《旅游学概论》双语教材由北京大学出版社出版,是我国高等院校旅游管理专业第一部自编双语教材。《旅游学概论》(双语)第二版内容更丰富,版式更加合理,呈现以下特点:

1. 结构严谨,以雷柏尔模型(Leiper's Model)为框架,将旅游活动置于旅游模型之下观察学习,建立起符合旅游管理专业学科体系的教材结构,避免了一般旅游学概论教材结构松散的弊病。

2. 英语课文语言朴实、流畅易懂,符合大二、大三学生英语阅读水平,解决了原著难读难懂的问题;

3. 导读帮助学生理解英文课文,是课文内容科学的阐释和有益的补充,提高了学生对原文的理解;

4. 中英文案例类型丰富,典型实用。教材既有国外典型旅游案例,也有中国本土旅游案例,富有启发性,有助于案例教学;

5. 每一章有旅游扩展知识和中英文参考文献,帮助学生了解中外旅游学者前沿研究成果,增强学生的自主学习能力和研究水平。

6. 建立网络课堂,提供网络化教学平台。师生可以利用丰富的网络资源开展教学,利用网络教学平台课内、课后互动,提升教学质量。

参加《旅游学概论》(双语)第二版编写的作者有:朱华、王雪霏、吴其付、李文汇、黄文、李婵、朱晓霞、李晨、王砥;还有第一版的作者朱红、刘汇明、游佳、李峰、何畅、张黎、代敏、陈然。四川师范大学旅游管理专业本科生,特别是中瑞(3+1)联合培养项目的学生在教学过程中提出了宝贵建议,研究生何碧云参加了校对和编写。

《旅游学概论》(双语)教材的编写得到我国高等院校旅游管理专业同行、欧美学者的建议和帮助,参考了众多中外旅游专家的著作、论文,在此谨向他们表示衷心的感谢。教材内容多,涉及管理学、经济学、行为学、心理学、自然科学、人文历史等学科,加之英文写作难度较大,不当疏漏之处在所难免,敬请各位专家和读者指正。

北京大学出版社出版的《旅游学概论》(双语)教材是我国高等院校双语教学取得的最新成果之一,凝聚了大家的智慧与汗水。我们相信,有众多旅游教育者和广大旅游从业人员的共同努力,我国一定会在本世纪内完成旅游产业的转型升级,实现从世界旅游大国到世界旅游强国的历史性转变,中国旅游和旅游从业员的发展前景会更加美好。

《旅游学概论》(双语)教材编委会

2012年6月22日

教材使用说明

《旅游学概论》(双语)由国家双语教学示范课程主持人朱华教授担纲编写,现已建立 120 万字的教学资源库和网络课堂,课程全程录像。任课教师可以利用国家双语教学示范课程网络化教学平台,采用案例法等教学方法,加强启发式教学和师生之间课内、课后教学互动,提高互动式教学效果。为了更好地使用《旅游学概论》双语教材,提高双语教学质量,建议如下:

一、根据学生的英语语言水平,选择双语教学的比例。如果学生英语水平高,可选择“沉浸式”双语教学方法,全英文授课;如果学生英语水平较差,可选择“过渡式”双语教学方法,50%英文授课。

二、填写《旅游学概论》双语教材“教师信息反馈表”,寄到北京大学出版社,以便出版社寄送电子教案、课件和参考答案。也可登陆国家双语教学示范课程《旅游学概论》网站下载。网址:http://zlgc.sicnu.edu.cn/lanmu_5.html。

三、教材每一章已列出本章的教学目标和教学重点。教学应首先理解教学目标,掌握教学重点、难点,以便根据不同教学对象组织教学。

四、雷柏尔模型(Leiper's Model)是本教材教学内容的框架,应将教学内容置于雷柏尔模型中进行分析讨论,做到纲举目张。

五、请注意教材每一章“教学要点”之后列出的相关章节,教学时应注意前后相关知识的有机联系,前后呼应,融会贯通。

六、案例教学时参考“案例矩阵”,引导学生运用相关理论进行案例分析,或通过案例分析提升和完善理论。案例“分析要点”仅作为参考,教师或学生可以根据自己的观察和理解寻找切入点进行分析。

七、教材第四部分“阅读与分析”的教学也可引入案例教学法,建议在《旅游学概论》教学资源库案例库中或自己寻找相关案例开展教学。

八、本课程已建立网络化教学平台,有“小知识”、“疑难解答”、“案例分析”、“网上测试”、“本土化教学”等 15 个栏目,请登陆:http://zlgc.sicnu.edu.cn/lanmu_5.html,或登陆国家精品课程资源网:《旅游学概论》(朱华)。

九、因特网网址经常更新,如果无法访问网站,请使用搜索引擎,先进入四川师范大学网站主页<http://sicnu.edu.cn/>或国家精品课程网站主页,再寻找相关页面。联系邮箱:ernes-tzhu@126.com

《旅游学概论》(双语)教材编委会

2012 年 6 月 22 日

案例教学指南

一、案例教学目的

旅游案例讨论的目的,在于让学生深刻理解旅游基本原理,运用旅游理论分析问题和解决问题,特别是解决我国旅游发展实践中出现的各种难题。通过案例教学,学生应当具备以下能力:发觉复杂现象中的潜在问题;系统分析问题结构,并进行推理、归纳;正确判断案例不同问题,并提出一套完整的解决方案。培养独立思考、分析问题、解决问题的能力是旅游案例教学的主要目的。

二、教学案例类型

旅游管理教学采用的案例一般分为三类:一是问题评审型,即案例给出了问题和解决问题的方案,让同学评价是非得失;二是分析决策型,即不给出方案,要求同学通过讨论分析给出决策方案;三是发展理论型,即通过案例印证理论或发现新的理论生长点,深化并完善理论认识。

三、案例分析要点

1. 仔细阅读案例,研究案例背景和案例相关资料。
2. 寻找案例中隐含的信息,挖掘案例中的各种问题。
3. 寻找运用各种原理和分析的工具。
4. 对案例中的观点进行充分的论述和推理,并提供相关材料和证据。
5. 对各种建议和方案进行优先性排序,确保实施框架和步骤的可操作性。
6. 提出具有充分论证和材料证明的建议和解决方案。

四、案例教学步骤

案例教学的过程一般分为以下五个步骤:

1. 阅读案例、准备资料。老师课前准备所要讨论的背景资料,布置教学案例,让学生充分利用网络资源和图书资料收集相关信息。
2. 分组讨论、头脑风暴。教师仔细聆听小组讨论,充分掌握讨论的重点议题,并适时提出自己的观点,但不做任何结论。
3. 课堂发言、陈述观点。每个小组要为发言的角色预先定位,并选派一位同学陈述分析案例。教师要控制发言人的时间,让每个小组都有发表意见的机会。
4. 教师总结,升华认识。老师针对每个小组的发言点评,指出精彩和不足之处,进行概括性的总结,但应当包容不同的观点,结论应当多为开方式的结论。
5. 写出书面报告,课堂演讲。学生要将课堂讨论的内容加以整理上交,内容一般分为四个部分:个案所提供的事实经验(Fact)、个案分析适用的理论依据(Theory)、个案问题的解决方案(Solution)、个案讨论所归纳出的共通性观点(Generalization)。一份好的书面报告,必须是打字、装订、格式整齐,显示撰写者的用心和重视。如果时间允许的话,可择优让学生在下一课堂上陈述自己的案例分析报告,让大家共享案例教学的成果。

旅游教学案例

案例一	以成都市为中心的四川旅游
案例二	马罗卡岛的大众旅游
案例三	旅游需求的增长与变化——以佛罗里达中心地区为例
案例四	云南民族村主题公园如何走出困境
案例五	奔跑在瑞士山川的“黄金列车”
案例六	Amadeus:全球旅游分销
案例七	中国旅游市场出现旅游批发商
案例八	盖特威饭店的经营管理
案例九	时运假日旅行社的市场营销
案例十	周庄古镇生命周期研究
案例十一	旅游对上海经济的影响——基于投入产出模型的研究和评价
案例十二	野三坡旅游发展跟踪调查
案例十三	旅游环境容量的测算——以四川省宜宾地区为例
案例十四	萨尔茨堡旅游资源的开发和保护
案例十五	生存还是毁灭:大堡礁海洋公园的未来

案例相关问题矩阵

	案例 1	案例 2	案例 3	案例 4	案例 5	案例 6	案例 7	案例 8	案例 9	案例 10	案例 11	案例 12	案例 13	案例 14	案例 15
1	✓	#	✓	#	✓	✓	#	#	✓	✓	#	✓	#	✓	✓
2	✓														
3	✓														
4	✓														
5		✓													
6		✓								✓		#		#	#
7												#	#	✓	✓
8		✓		✓						✓		✓	✓	✓	✓
9															
10		✓					#	✓	✓	✓	#	✓			
11		#	✓								#		#		
12		#	✓										#		
13				✓						#		#			
14		✓		✓						✓		✓			#
15				#											
16		#		✓	#					✓		#			
17	✓				✓										
18	✓				✓								#	#	#
19	✓		#		✓										
20		#		✓	#					#		#	✓		
21						✓									
22						✓									
23						✓									
24							✓		✓						
25							✓	#	#		✓				
26							#	#	#		✓				
27						✓	✓	#	✓						
28						✓	✓	#	✓						

29				#		#	✓	✓	✓						
30						#	#	✓	#						
31							#	✓	✓						
32				#			#	✓	✓						
33						#	#	✓	✓						
34			#				✓	#	✓						
35			#				✓	✓	✓						
36										✓		#	✓	✓	✓
37		✓	#		#					✓		#	✓	✓	✓
38											✓			#	
39											✓			#	
40											✓				
41												#			#
42										#		#			
43		✓		✓						✓		✓		✓	✓
44		#	#		#					✓		#	✓	✓	✓
45					#								✓	✓	
46					#									✓	
47					✓					✓		#	✓	✓	✓
48	✓				✓					✓		#	✓	✓	✓
49		#												#	✓
50														✓	✓
51		✓	#	#						#		✓		✓	✓

✓为主要相关；#为一般相关。

相关理论和问题

1. 旅游系统(Tourism system)
2. 旅游流(Tourist flow)
3. 旅游口岸城市的功能(Functions of the tourist port city)
4. 旅游空间布局(Spacious layout of tourism)
5. 可自由支配收入和时间(Disposal income and time)
6. 小规模旅游与大众旅游(Small-scale tourism and mass tourism)
7. 生态旅游(Ecotourism)
8. 旅游的可持续发展(Sustainable development of tourism)
9. 家庭生命周期和生活方式(Family life cycle and life style)
10. 消费者行为(Consumer behavior)
11. 旅游需求弹性(Elasticity of tourism demand)
12. 旅游需求价格曲线(Price curve of tourism demand)
13. 旅游的真实性(Authenticity of tourism)
14. 旅游商品化(Commercialization of tourism)
15. 虚拟的真实(Virtual reality)
16. 旅游感知和旅游体验(Perception and experience of tourism)
17. 旅游交通成本(Transport cost of tourism)
18. 旅游时空和交通优化(Time & space of travel and optimization of transport)
19. 旅游距离抗阻(Resistance of the travel distance)
20. 旅游环境(Travel environment)
21. 旅游信息化(Tourism informatization)
22. 旅游电子商务(E-commerce of tourism)
23. 目的地管理系统(Destination management system)

24. 旅行社分类和组结构(Categories and structures of travel agencies)
25. 旅游上游企业与下游企业(Upstream and downstream enterprises in tourism industry)
26. 旅游产业链(Tourism industrial chain)
27. 旅游产品销售渠道(Sales channels of tourism products)
28. 营销信息和营销环境(Marketing information and marketing environment)
29. 目标市场选择和定位(Choice and positioning of the target market)
30. 营销计划和控制(Marketing plan and control)
31. 企业竞争战略(Corporate competitive strategy)
32. 旅游市场调查(Investigation of tourism market)
33. 分销渠道(Distribution channels)
34. 市场细分(Segmentation of the markets)
35. 营销组合—4Ps(Marketing mix—4Ps)
36. 目的地生命周期(Destination life cycle)
37. 目的地承载力(Destination bearing capacity)
38. 旅游乘数效应(Multiplier effect)
39. 收入漏损(Revenue leakage)
40. 投入产出模型(Input-output model)
41. 企业伦理(Corporate ethics)
42. 示范效应(Demonstration effect)
43. 东道主与客人关系(Relation between host and guest)
44. 环境容量(Environmental capacity)
45. 旅游环境平衡(Tourism environmental balance)
46. 环境审计和保护(Environmental auditing and protection)
47. 旅游资源开发(Tourism resource development)
48. 旅游规划(Tourism planning)
49. 替代旅游(Alternative tourism)
50. 旅游法规(Tourism law)
51. 景区管理(Management of tourist resorts)

目 录

Contents

Chapter 1 Tourism System

第一章 旅游系统 1

Part I Text

第一部分 课文 2

Text Tourism System 旅游系统

Part II Guided Reading

第二部分 课文导读 7

Part III Case Study

第三部分 案例研究 9

Text 以成都市为中心的四川旅游

Part IV Reading Box

第四部分 阅读与分析 11

Text Travel in Singapore 新加坡旅游

Part V Additional Know-how of Tourism

第五部分 旅游知识扩展 14

Text 1. 旅游功能系统

Text 2. 吴必虎旅游系统

Part VI Further Readings

第六部分 课外阅读 18

Chapter 2 The Rise and Evolution of Tourism

第二章 旅游的兴起和演变 20

Part I Text

第一部分 课文 21

Text The History of Mass Tourism 大众旅游发展史

Part II Guided Reading

第二部分 课文导读 26

Part III Case Study

第三部分 案例研究 28

☞ 马罗卡岛的大众旅游

Part IV Reading Box

第四部分 阅读与分析 30

☞ Thomas Cook 托马斯·库克

Part V Additional Know-how of Tourism

第五部分 旅游知识扩展 33

☞ 1. 现代大众旅游的构成

☞ 2. 旅行社与大众旅游

Part VI Further Readings

第六部分 课外阅读 36

Chapter 3 Demand for Tourism and Consumer Behavior

第三章 旅游需求与消费者行为 38

Part I Text

第一部分 课文 39

☞ Demand for Tourism and Consumer Behavior 旅游需求

Part II Guided Reading

第二部分 课文导读 45

Part III Case Study

第三部分 案例研究 47

☞ 旅游需求的增长与变化——以佛罗里达中心地区为例

Part IV Reading Box

第四部分 阅读与分析 50

☞ Resistance of the Travel Distance 旅游距离抗拒

Part V Additional Know-how of Tourism

第五部分 旅游知识扩展 54

☞ 1. 旅游需求和旅游者需求

☞ 2. 旅游需求的特点

Part VI Further Readings

第六部分 课外阅读 57

Chapter 4 Tourist Attractions

第四章 旅游吸引物 59

Part I Text 第一部分 课文 60

☞ Tourist Attractions 旅游吸引物

Part II Guided Reading

第二部分 课文导读 65

Part III Case Study

第三部分 案例研究 67

☞ 云南民族村主题公园如何走出困境

Part IV Reading Box**第四部分 阅读与分析 69**

虚拟现实 Virtual Reality 虚拟的真实

Part V Additional Know-how of Tourism**第五部分 旅游知识扩展 72**

1. 影响民族文化真实性的因素

2. 舞台的真实性

Part VI Further Readings**第六部分 课外阅读 75****Chapter 5 Mobility and Tourism Transportation****第五章 移动性与旅游交通 77****Part I Text****第一部分 课文 78**

移动性与旅游交通 Mobility and Tourism Transportation

Part II Guided Reading**第二部分 课文导读 84****Part III Case Study****第三部分 案例研究 86**

奔跑在瑞士山川的“黄金列车”

Part IV Reading Box**第四部分 阅读与分析 88**

旅客交通 Passenger Transport

Part V Additional Know-how of Tourism**第五部分 旅游知识扩展 91**

1. 旅游交通运输市场细分

3. 旅游交通优化战略

Part VI Further Readings**第六部分 课外阅读 93****Chapter 6 Information Technology and Travel Industry****第六章 信息技术与旅游业 95****Part I Text****第一部分 课文 96**

信息技术与旅游产业 Information Technology and Travel Industry

Part II Guided Reading**第二部分 课文导读 101****Part III Case Study****第三部分 案例研究 103**

Amadeus: 全球旅游分销

Part IV Reading Box

第四部分 阅读与分析 106

Management of Tourist Destinations 旅游目的地管理

Part V Additional Know-how of Tourism

第五部分 旅游知识扩展 109

1. 旅游目的信息系统

2. 信息通讯技术与旅游目的地营销

Part VI Further Readings

第六部分 课外阅读 112

Chapter 7 Tour Operator

第七章 旅游经营商 113

Part I Text

第一部分 课文 114

Tour Operator 旅游经营商

Part II Guided Reading

第二部分 课文导读 120

Part III Case Study

第三部分 案例研究 122

中国旅游市场出现旅游批发商

Part IV Reading Box

第四部分 阅读与分析 124

Tour Wholesalers in North America 北美的旅游批发商

Part V Additional Know-how of Tourism

第五部分 旅游知识扩展 127

1. 批发旅游经营商

2. 专业媒介者

Part VI Further Readings

第六部分 课外阅读 129

Chapter 8 Accommodation and Hotel Chain

第八章 住宿与饭店连锁 131

Part I Text

第一部分 课文 132

Hotel Management 饭店管理

Part II Guided Reading

第二部分 课文导读 136

Part III Case Study

第三部分 案例研究 138

盖特威饭店的经营管理