XB

**硕士研究生招生考试**

**《旅游文化学》科目大纲**

(科目代码：741)

学院名称(盖章)： 旅游学院

学院负责人(签字)：

编 制 时 间： 2024年 9 月 8 日

**《旅游文化学》科目大纲**

**（科目代码：741）**

**一、考核要求**

《旅游文化学》作为研究生入学考试的专业课,重在考查考生对旅游文化学基本理论的掌握与实际应用, 要求考生熟悉并掌握教材中涉及的基本概念、特点等知识,并在此基础上能够灵活运用教材中的理论,实证分析旅游学科的主要问题。

**二、考核评价目标**

1、了解旅游文化的各种基础以及作为生活方式的旅游消费文化、审美文化、客体文化、景观文化、服务文化等。

2、运用旅游文化学的基本理论和研究方法分析和解决旅游产业管理、运行与开发过程中所面临的各种问题。

**三、考核内容**

本考试测试应试者对旅游文化学相关概念的理解、掌握以及综合应用能力。参考书目：《旅游文化学》，沈祖祥，福建人民出版社，2020年9月第4版；《旅游文化学》，章海荣，复旦大学出版社，2004年4月第1版。主要考试内容如下：

第一章 绪论  
1.旅游的概念  
2.文化的定义及特征  
3.旅游文化

4.旅游文化结构  
5.旅游文化学研究对象和内容

6.旅游文化研究进展

第二章 旅游文化的历史进程  
1.旅游文化的滥觞期(夏商周)

2.旅游文化的生成期(从春秋战国到秦汉)  
3.旅游文化的发育期(魏晋南北朝隋唐)  
4.旅游文化的成熟期(宋元明清)  
5.旅游文化的转型期(近代)

6.世界旅游文化的历史进程

第三章 旅游文化的基础  
1.旅游文化的文化基础  
2.旅游文化的地理基础

3.旅游文化的民族基础

4.旅游文化的哲学基础

第四章 旅游文化特征  
1.旅游文化的传承性

2.旅游文化的多样性

3.旅游文化的地域性

4.旅游文化的民族性

5.旅游文化的应用性

6.旅游文化的创造性

第五章 旅游文化传统  
1.旅游文化的政治传统

2.旅游文化的与民偕乐传统

3.旅游文化的重人传统

4.旅游文化的重文传统

5.旅游文化的重游传统

第六章 旅游者文化

1.旅游者文化及特征

2.旅游者文化的影响要素

3.当代旅游者的文化走向

第七章 旅游消费文化

1.旅游消费及旅游消费文化

2.旅游消费文化内涵及其特征

3.旅游消费文化的研究对象及其内容

4.旅游消费动机的文化解构

5.旅游消费行为的文化分析

6.中西方旅游消费行为的差异

7.旅游消费文化现状解读及趋势研判  
第八章 旅游审美文化

1.旅游审美的文化内涵

2.旅游者的审美结构层次、动机类型  
3.旅游审美心理活动过程

4.旅游审美感受的层次特征

第九章 旅游客体文化  
1.旅游客体文化的概念、内涵、特点、功能  
2.旅游资源文化的内涵及类型

第十章 旅游景观文化

1.旅游景观文化的内涵和外延、形和意

2.旅游景观文化的特性

第十一章 旅游目的地文化

1.旅游目的地的定义及主要类型

2.旅游目的地文化的基本概念

3.旅游目的地文化背景

4.旅游对接待地社会文化的影响

5.地域文化内涵的挖掘与旅游目的地品牌形象的包装与打造

第十二章 旅游服务文化

1.旅游服务文化的概念、内涵、功能

2.旅游服务的文化需求及文化特征

3.旅游服务的品牌文化和管理文化

4.旅游服务者文化人格的塑造

第十三章 迈向价值和理性愈加坚实的新旅游文化学时代

1.文旅新时代的核心要义

2.旅游文化的传承与弘扬