第一图书网, tushu007.com

<<旅游节庆策划与营销研究>>

图书基本信息

书名：<<旅游节庆策划与营销研究>>

13位ISBN编号：9787310029389

10位ISBN编号：7310029380

出版时间：2008-6

出版时间：南开大学出版社

作者：黄翔

页数：422

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

前言

大型旅游节庆能够有效地整合区域旅游资源，能够全面地展示区域文化特色，能够在较短的时间内使举办地形象和知名度得到迅速提升，能够极大地促进举办地经济发展、社会进步和生态环境改善，能使众多利益相关者受益。
正因为举办旅游节庆的意义和作用的多重性，举办者看准了其巨大的综合效益，以至于我国近年来旅游节庆遍地开花。
据不完全统计，截至2005年底，我国共有大小、各类节庆6000余个。
其中不乏成功者。
上海旅游节、北京国际旅游文化节、泰山国际登山节、中国江北水城（聊城）文化旅游节、周庄国际旅游节、中国南岳衡山国际寿文化节、2006中国洛阳河洛文化旅游节等堪称我国旅游节庆的成功典范。
但繁花似锦之下，花钱赚“吆喝”者、虎头蛇尾者、自娱自乐者更比比皆是。
我国现代旅游节庆发展的窘境，关键问题并不在于没有文化底蕴，不在于没有资金，也不在于没有市场。
而是缺乏市场化运作的一些基本理念和理论指导。
旅游节庆是一种旅游产品，既然是产品就一定会有从产品设计到生产，再到推向市场这样一个过程，就一定遵从一些基本理论和规律。
旅游节庆作为一种体验型旅游产品有别于一般普通商品，如何根据旅游节庆产品自身的特殊性，将策划学、市场营销学、传媒学等方面的知识加以应用，是我国旅游节庆举办者需要了解和掌握的实际问题，也是理论学术界需要深入研究和探讨的基本问题。
由于旅游节庆类型繁多，旅游节庆产品丰富，市场定位差异较大，管理模式不一，举办节期长短、规模不等，因此，要想撰写一本逻辑严谨清晰、体系结构合理、理论联系实际，适合各类旅游节庆实际情况的著作确实很难。
我想这也是目前我国旅游节庆方面的教材、著作、论文鲜见的主要原因吧。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

旅游节庆作为一种体验型旅游产品有别于一般普通商品，如何根据旅游节庆产品自身的特殊性，将策划学、市场营销学、传媒学等方面的知识加以应用，是我国旅游节庆举办者需要了解和掌握的实际问题，也是理论学术界需要深入研究和探讨的基本问题。
本书是一本逻辑严谨清晰、体系结构合理、理论联系实际，适合各类旅游节庆实际情况的旅游节庆著作。

<<旅游节庆策划与营销研究>>

书籍目录

第一章 旅游节庆概述 第一节 旅游节庆内涵及其相关概念辨析 第二节 旅游节庆的性质和特点 第三节 不同类型旅游节庆的划分 第四节 旅游节庆的积极效应分析 第五节 旅游节庆的产生和发展第二章 旅游节庆策划 第一节 旅游节庆策划的概念、特征及影响因素 第二节 旅游节庆策划的原则和方法 第三节 旅游节庆策划的运作流程第三章 旅游节庆可行性研究和战略制定 第一节 旅游节庆可行性研究 第二节 旅游节庆战略制定 第三节 旅游节庆战略的实施 第四节 旅游节庆战略的评价与控制第四章 旅游节庆产品和形象策划 第一节 旅游节庆产品策划概述 第二节 旅游节庆产品策划的内容 第三节 旅游节庆形象策划概述 第四节 旅游节庆形象策划的程序及方法第五章 旅游节庆组织结构和服务策划 第一节 旅游节庆组织结构 第二节 旅游节庆组织结构建设 第三节 旅游节庆人力资源及志愿者管理 第四节 旅游节庆服务策划的基本理论 第五节 旅游节庆专项服务策划第六章 旅游节庆品牌策划 第一节 旅游节庆品牌概述 第二节 旅游节庆品牌定位策划 第三节 旅游节庆品牌建设策划 第四节 旅游节庆品牌发展策划第七章 旅游节庆进度策划与策划案 第一节 旅游节庆进度策划概述 第二节 旅游节庆进度策划的内容 第三节 旅游节庆策划案的写作 第四节 旅游节庆策划案的写作技巧第八章 旅游节庆市场调研和市场营销环境分析 第一节 旅游节庆市场营销基本理论 第二节 旅游节庆营销信息系统 第三节 旅游节庆市场调研 第四节 旅游节庆市场营销环境分析第九章 节庆旅游者行为研究及市场定位 第一节 节庆旅游者行为分析 第二节 旅游节庆购买行为类型及其购买决策过程 第三节 旅游节庆市场定位第十章 旅游节庆营销管理 第一节 旅游节庆营销概述 第二节 旅游节庆营销计划 第三节 旅游节庆营销组织 第四节 旅游节庆营销实施 第五节 旅游节庆营销控制 第六节 旅游节庆的营销绩效评估 参考文献

章节摘录

第一章　旅游节庆概述　　第一节　旅游节庆内涵及其相关概念辨析　　一、旅游节庆的内涵
旅游节庆，顾名思义是“旅游”和“节庆”的融合体。
但是，二者在旅游节庆内涵中的表现却有较大差异。
节庆是“节日庆典”的简称，专指在特定时间的庆典活动，很长一段时期内，节庆只是传统和民族节庆的代名词。
专指某地区或城市以其特有的历史、文化、艺术、传统竞技、体育、风情民俗、地理优势、气候优势、遗址、胜地、古迹等为主题，自发而周期性举行的大型庆祝活动。
是人们依据长期生活习俗而逐渐约定形成的、在特定时间内的庆典活动，并随着社会习俗和思想的改变而改变。
通过一定区域、一定时期的节庆及相关活动，可以感知区域历史、体验区域充满神奇色彩的风俗民情。
因此，“节庆”属性只是旅游节庆的外在表现形式，它本身只是文化传承的载体。
现代旅游产业的发展，使节庆活动具有了极强的经济意义，旅游节庆便应运而生。
“旅游”的属性才是旅游节庆本质内涵的根本所在。
　　我国传统节庆源远流长，绚丽多姿，蕴涵着人类独特的文化记忆。
如春节、元宵节、清明节、端午节、中秋节、重阳节等，大多已有千年或者更长的时间。
然而，旅游节庆的出现相对较晚，它是随着旅游经济的逐步发展而出现的，最初的旅游节庆直接源于对传统节庆的重新包装，或者依靠举办地特有的历史、文化、资源、经济、自然等条件开发举办，其直接的目的是利用节庆活动的巨大经济、社会、文化效应为举办地带来收益，这和传统节庆“社会大众情绪发泄”的宗旨是截然不同的。
传统节庆以特有的节日和庆典展现某一地区、某一时刻或者某一民族的文化和精神，正好符合现代旅游经济发展所需的体验和吸引这两个核心要素，由此，传统节庆被现代旅游业所利用是其发展的必然。
它以活动的方式全面展示地方特色、历史和文化，对当地居民来讲是精神宣泄的工具，对游客来说却是一种体验异域文化的最好方式。
活动期间，人流、物流、信息流、货币流等大量积聚，能有效促使举办地的经济快速发展及形象和知名度的大力提升。
因此，旅游节庆为各级旅游部门所青睐，其蓬勃发展也在情理之中。

第一图书网, tushu007.com

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