第一图书网, tushu007.com

<<旅游宣传促销绩效评估方法与 >

图书基本信息

书名：<<旅游宣传促销绩效评估方法与案例>>

13位ISBN编号：9787503228919

10位ISBN编号：7503228911

出版时间：2006-5

出版时间：中国旅游出版社

作者：崔凤军

页数：278

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书是国内第一本有关旅游宣传促销绩效评估的研究论著，论述了不同促销手段的特征与适用对象，并设计了相关评估指标与评估模型。

本书将常见的旅游促销手段分为平面媒体广告、电子媒体广告、户外媒体广告、网络媒体广告、交通媒体广告、特殊媒体广告、口碑传播、书籍传播、旅游促销活动、旅游公共关系营销等类型，分别论述了它们的特征与适用对象，设计出了评估指标与评估模型，为业内人士进行旅游宣传促销提供了非常实用的评价手段和测算模型。

另外，为增加读者对旅游宣传促销效果评估的实感，本书还提供了杭州的3个大型评估案例，分别是杭州对日宣传促销、杭州旅游促销综合评估和《杭州旅游指南》评估。

本书具有较强的实用价值。

通过本书，可以全面了解各类不同的旅游促销手段产生的效果，以及在宣传过程中应当注意的相关事项，因此，对旅游主管部门、宣传部门、旅游企业、广告从业者、旅游规划人士等有着很强的指导作用，他可供旅游专业、广告专业大专院校师生阅读。

第一图书网, tushu007.com

<<旅游宣传促销绩效评估方法与 >

书籍目录

前言1 旅游业：促销效果需要评估 一、旅游促销的四个基本特征 二、两种促销主体 三、公共产品理论与政府营销 四、政府为什么热衷于旅游促销 五、政府旅游促销的策略与方法 六、旅游促销效果需要评估2 旅游品牌传播效果评估：模型与方法综述 一、相关概念 二、理论基础 三、与品牌传播效果评估相关的理论模型 四、旅游品牌传播方法与接触点的类别范畴 五、旅游品牌传播效果评估方法3 电子媒体广告传播效果评估 一、电子媒体广告传播类型 二、电子媒体广告传播效果评估指标体系 三、评估指标概念阐述、计算模与评估方法提示4 平面媒体广告传播效果评估 一、平面媒体广告传播基本类型 二、平面媒体广告传播效果评估指标体系 三、评估指标概念阐述，计算模型与评估方法5 户外媒体广告传播效果评估 一、平面媒体广告传播基本形态 二、户外媒体广告传播效果评估指标 三、评估指标概念阐述，计算模型与评估方法6 网络媒体广告传播效果评估 一、网络媒体广告传播基本形态 二、网络媒体广告传播效果评估指标 三、效果评估指标概念阐述，计算模型与评估方法7 交通媒体广告传播效果评估 一、交通媒体广告传播基本形态 二、交通媒体广告传播效果指标 三、广告传播效果指标概念阐述，计算模型与评估方法8 特殊媒体广告传播效果评估 一、特殊媒体广告传播基本形态 二、特殊媒体广告传播效果指标体系 三、品牌传播效果评估指标概念阐述，计算模型与评估方法9 旅游促销活动营销传播效果评估 一、旅游促销活动营销传播的基本类型 二、旅游促销活动的营销传播效果评估指标 三、旅游促销活动传播评估指标概念阐述，计算模型与评估方法10 旅游书籍与口碑传播效果评估 一、旅游书籍传播效果评估 二、旅游业口碑传播效果评估11 旅游业公共关系传播效果评估 一、旅游业公共关系传播的基本类型 二、旅游业公共关系的品牌传播效果指标体系 三、旅游业公共关系的品牌传播效果评估指标概念阐述、计算模型与评估方法提标12 案例一：抗州旅游对日传播效果评估报告 一、相关背景 ……13 案例二：2002～2004年杭州旅游推广效果综合评估14 案例三：《杭州旅游指南》评估报告15 城市旅游推广工作的几点体会（代跋）附录

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