

<<旅游创新传播学>>

图书基本信息

书名：<<旅游创新传播学>>

13位ISBN编号：9787503241055

10位ISBN编号：7503241055

出版时间：2011-1

出版时间：中国旅游出版社

作者：贾云峰 编

页数：316

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>

<<旅游创新传播学>>

内容概要

中国的旅游产业化进程始于20世纪70年代末期的入境旅游，到了20世纪90年代中期，国内旅游开始兴起，并从服务、产品、管理和经营各个层面为本土的旅游供给机构打上了生动的市场化色彩。然而，本质意义的旅游营销是最近10年才得以从实践和理论两个方面进行创新导向的探索。原因在于，如果我们面临的是一个供给短缺的卖方市场——正如早期的入境旅游市场，那么，去分析消费市场、传播良好的企业形象以吸引旅游者更多的货币选票显然是不必要的。

<<旅游创新传播学>>

作者简介

贾云峰，中国著名旅游创新传播专家，“中国十大杰出旅游策划人”之一，中国旅游协会休闲度假分会常务理事，北京大学客座研究员，德安杰环球顾问集团总裁。在担任主流媒体高层领导的十余年经历中，他建构了一门崭新的学科——《旅游创新传播学》。

该学科贯穿旅游推广的调研、定位、执行、评估等传播发生的全过程，提出了科学严谨的旅游调研和评估体系，为旅游营销和产品设计提供了一种颠覆以往的创新思考方法。

该学科关注当下旅游购买方式和信息搜寻方式的变化，从市场出发，从游客需求出发，为旅游目的地提供可操作、可评估的营销推广战略计划，为我国旅游产业转型升级助力。

贾云峰的团队是贯穿规划、营销、推广全过程的“中国唯一旅游全产业链创新研究顾问公司”。

在国家旅游局领导和专家组成的顾问团的指导下，其上海、北京、杭州、香港的团队正为国内外数十个地方政府、旅游景区和旅游企业提供创新传播一体化解决方案。

<<旅游创新传播学>>

书籍目录

序 旅游传播实践的创新与营销理论建构的努力第一章 什么是旅游创新传播学第一节 一个呼唤创新的时代第二节 传统旅游营销反思第三节 什么是旅游创新传播学第二章 旅游创新传播学的思考体系第一节 4C战略第二节 2S战术第三章 创新调研第一节 调研方法第二节 调研流程第四章 创新定位第一节 创新定位原则第二节 受众定位思考方法第三节 形象定位思考方法第五章 创新产品设计第一节 创新产品设计原则第二节 创新产品设计思考方法第三节 创新旅游产品“五步设计法”第六章 创意执行第一节 创意执行理论第二节 传统媒体的新创意第三节 新媒体第七章 创意监控第一节 创意监控的特征第二节 监控理论第三节 第三方监督第八章 旅游创新传播学展望第一节 旅游经济需要创新传播第二节 新时期社会发展离不开创新传播附录：广府古城旅游创新营销与推广战略策划书参考资料后记：时代呼唤“新媒体精神”

章节摘录

通过问卷调查,我们得出68.6%的游客对交通问题感到满意,但在交通线路以及交通设施方面也存在着一定的问题,主要是:旅游交通不够便捷,区内现有旅游交通线路单一,缺乏串联各景点的旅游交通线路,旅游的交通集聚能力和扩散效应不够;公共交通中途停靠站点太多,到达旅游景点太慢;售票员服务意识较弱,素质参差不齐,缺乏高标准培训,离世博会要求的人性化、国际化水平相去甚远。

世博会期间,游客数量有可能出现井喷,交通问题能否解决好将直接影响各地游客对青浦旅游的满意度,为此,我们给出的建议是:首先,在上海旅游集散中心、人民广场等游客集中地点开通直达车,减少游客从上海市区到青浦区的交通时间。

其次,增加旅游专列车的车次,满足自助游游客的需求。

再次,对售票员加强培训,包括世博介绍、礼仪规范、景点介绍等,增强其服务意识。

最后,整合景点周边停车位,可以借助景点周边商业机构的停车位,解决景点停车难问题。

(六)标识 标识包括了各种路标指示、警示标识、厕所地理位置分布标示、免费休息区域标示等,通过问卷调查,发现青浦景点存在的主要问题如下:到达青浦主要道路的沿途、出口缺乏引导性标识;沿途景点、旅游购物点、度假村标识不齐;景点停车场地、卫生设施、公共服务区、警示标识等严重不足,不清楚,缺乏英文和其他语言(如日语)的路标指示牌,经常出现找不到路牌的情况;厕所少,而且地理位置分布不明确,86.6%的游客认为青浦旅游景区厕所较少或者找起来非常不方便;休息区太少,地理位置不合理或根本找不到,调查结果显示,75%的游客对休息区的地理位置分布以及找寻的便利性感到不满意。

……

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>