第一图书网, tushu007.com

<<旅游创意导图>>

图书基本信息

书名：<<旅游创意导图>>

13位ISBN编号：9787561370827

10位ISBN编号：7561370822

出版时间：2013-6-1

出版时间：陕西师范大学出奔总社有限公司

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

作者简介

李家洋，博士、高级工程师，1977年6月5日出生于湖北省仙桃市。
现任（香港）中国旅游设计院有限公司副院长、深圳市谋略咨询有限公司总经理、北京中外建建筑设计有限公司旅游规划设计总监。
主要从事城市旅游、县域旅游、乡村旅游、旅游地产、创意产业园区策划与规划设计工作。
以创意假想下的严谨市场调查、市场调查基础上的创意发散为主要工作风格；擅长用文化元素、市场因素、艺术魅力合成项目要素以及将创意构想与主题定位、空间布局、业态组合、消费行为、传播营销进行完美融合。

<<旅游创意导图>>

书籍目录

引旅游创意纲目第一篇 多维复合·建构资源 资源建构方法新解 资源解析与建构 资源组合与提升 资源空间分布格局 从资源到产品的转化 资源建构案例剖析 南宫山旅游资源建构 资源建构创意欣赏 土楼旅游价值的深度解读 新土楼旅游度假区 风铃寺旅游度假区第二篇 超前研判·战略致胜 旅游发展战略创意方法新解 旅游发展战略五项任务 旅游发展战略的构成 旅游发展战略案例剖析 宝鸡文化旅游发展脉络 旅游发展战略创意欣赏 “小世遗、大永定”的旅游发展战略 起承转合：九华后山的战略涅槃 新土楼旅游区：新思维下的跨越性策略第三篇 纵横捭阖·精准定位 旅游定位方法新解 目标定位 性质定位 市场定位 形象定位 旅游定位案例剖析 以创意产业点亮大都市新亮点 以大文化与大意境重构客家土楼魅力 旅游定位创意欣赏 小村庄闪耀世博会大舞台 以中央公园定位完成区域地位的华丽转身 差异化定位打造“隐居中国”的新样本 深深深呼吸——源自鄢陵花都的条件反射 雪域太白：以旅游形象带动全境产业发展 旅游形象定位实践撷英第四篇 多重导向·架构产品 旅游产品创意方法新解 旅游产品的特征 旅游产品的谱系 旅游产品创意方法 旅游产品组合方法 旅游产品创意案例剖析 汉中印象·印象汉中 旅游产品创意欣赏 三个层级清晰构建庆城旅游吸引物体系 永定县实现旅游产品与市场联动发展 从意境出发的旅游产品规划第五篇 有机共生·激活空间 空间创意方法新解 空间类型界定 旅游空间创意步骤 空间创意案例剖析 旅游动力驱动下的新创业记 空间创意欣赏 基于核心资源集聚导向的永定旅游空间格局 实现产业跨界的眉县城市旅游综合体 全山净土的空间实践第六篇 点线面体·创设场所 场所创意办法靳解 旅游场所特征 旅游场所“驱动力”系统 旅游场所“驾驭”系统 旅游场所“承载”体系 旅游场所创意原理 场所创意案例剖析 文化全面渗透白帝诗城 旅游场所创意欣赏 层次与秩序：南宫山主殿群 场所魅力的多位一体：长安绿谷 小椰子大文章 创意，打开秦岭国家中央公园的预览窗口第七篇 划群而治·精准营销 营销创意方法新解 以旅游城市群理论进行市场细分 针对细分市场进行精准营销 营销创意案例剖析 由表及里的永定土楼旅游营销创意 营销创意欣赏 基于旅游城市群理论的嵩县乡村旅游营销定位 全方位多角度的庆城旅游营销方案第八篇 因形就势·策划活动 活动创意方法新解 旅游活动创意导则 分类旅游活动创意方法 活动创意案例剖析 秀满大明宫 活动创意欣赏 动态体验激活佛教朝拜空间 蔬菜进城旅游下乡 关帝大庙会，以商业的名义复兴文化第九篇 步步为苻·稳健行动 行动计划编制方法新解 旅游行动计划创意方法 近期行动计划创意方法 行动计划编制案例剖析 抽丝剥茧寻找土楼旅游加速成长路径 行动计划创意欣赏 由本至末的嵩县旅游行动纲领 从形象到内容的庆城旅游近期行动计划附 旅游创意的十二盏思考灯后记

编辑推荐

《旅游创意导图》由李家洋著，以导图的形式将复杂的旅游创意系统予以解构，全面破解旅游创意密码，并将各类原应用于物品发明创造、项目研发推广、产品包装营销等创意实践中的思维方法巧妙地浸入旅游创意的全流程中。
同时，也将诸多新颖的、有趣的、有效的规划、设计理念引入到创意过程。

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