

<<旅游节庆与品牌建设理论.案例>>

图书基本信息

书名：<<旅游节庆与品牌建设理论.案例>>

13位ISBN编号：9787310027293

10位ISBN编号：7310027299

出版时间：2007-8

出版时间：南开大学

作者：黄翔

页数：392

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>

<<旅游节庆与品牌建设理论.案例>>

内容概要

20世纪80年代以来，“品牌”这一舶来词汇已经悄然进入了我们生活的各个领域。

从最初的商品品牌，到后来的教育品牌、工程品牌、城市品牌等等，举凡存在、潜在商业利益的客观物质都可以标榜品牌的属性。

为什么人们钟爱用品牌来装饰自己的“产品”呢？一个简单的道理告诉我们，品牌孕育着巨大的商机，品牌自身也由此蕴藏着看不见的价值。

这是一个品牌的时代，旅游节庆品牌也正是这一趋势的反映。

在世界舞台上出现了诸如西班牙斗牛节、巴西狂欢节、西双版纳泼水节等具有全球品牌效应的旅游节庆，其价值远远超过了旅游节庆活动的本身，不但为国家和政府创造了可观的旅游收入，而且也是国家对外宣传和对外经济文化交流的平台。

传统节庆是博大精深的古老文化的重要传承方式；而现代旅游节庆一方面载荷了传统节庆的文化精华，同时又赋予了现代文明的成果和节庆经济的价值体现。

旅游节庆举办者看准了节庆的巨大综合效益，以至于我国近年来旅游节庆遍地开花。

在繁花似锦之下，许多旅游节庆却没有红火起来，办了一两届就无声无息了；世界级的品牌节庆也是寥寥无几。

我国现代旅游节庆发展的窘境，关键问题不在于文化底蕴，而在于忽视了商业活动规则——品牌意识。

旅游节庆品牌化顺应了时代发展的要求，符合旅游节庆自身的发展规律。

在浩如烟海的现代旅游节庆中，要想使自己的节庆立于不败之地，就必须从挖掘文化内涵、创新文化展现方式、增加游客体验活动形式、周密安排节庆日程和节目以及设计周密安全的保障体系……凡此等等都是旅游节庆品牌建设所必须研究和解决的问题。

<<旅游节庆与品牌建设理论.案例>>

书籍目录

第一编 节庆和旅游节庆概述 第一章 节庆与旅游节庆 第一节 节庆缘由与旅游节庆的产生和发展
 一、节庆及其缘由 二、传统节庆发展及其变异 三、旅游节庆的产生及其发展 第二节 旅游
 节庆及其相关概念 一、旅游节庆的概念 二、旅游节庆的本质 三、旅游节庆相关概念辨析
 第三节 旅游节庆的分类 一、根据旅游节庆等级及影响范围分类 二、根据旅游节庆运作管
 理模式分类 三、根据旅游节庆主题分类 四、根据旅游节庆的主导功能分类 第四节 旅游节
 庆的特点和功能 一、旅游节庆的特点 二、旅游节庆的功能——文化和经济 三、旅游节庆
 的作用 四、成功旅游节庆的基本要素 第二章 旅游节庆的效应分析 第一节 旅游节庆的经济效
 应 一、旅游节庆经济效益形成的条件分析 二、旅游节庆经济影响的一般规律 三、旅游节
 庆对经济贡献的估算 四、旅游节庆对经济影响的评价框架 五、旅游节庆经济影响的具体测算
 六、旅游节庆经济效应的表现 第二节 旅游节庆的社会文化效应 一、几种研究模型 二、
 旅游节庆社会文化影响的具体表现 第三节 旅游节庆的环境效应 一、旅游节庆环境效应的确认
 二、旅游节庆环境效应研究 三、旅游节庆环境效应的体现 第四节 旅游节庆评价与可持续
 发展 一、旅游节庆评价 二、旅游节庆可持续发展 第三章 旅游节庆策划与管理 第一节 旅
 游节庆策划与组织 一、策划与旅游节庆策划 二、旅游节庆的影响因素分析 三、旅游节庆
 策划的方法和原则 四、旅游节庆策划与组织的步骤和过程 五、旅游节庆策划与组织应注意
 的几个问题 第二节 旅游节庆策划与市场营销 一、旅游节庆形象设计与定位 二、旅游节庆可
 行性研究 三、旅游节庆市场营销 第三节 旅游节庆管理基本理论 一、旅游节庆管理的项目
 化特征 二、旅游节庆项目管理的内容 三、旅游节庆管理的基本原理 四、旅游节庆管理过
 程系统模式 第四节 旅游节庆专项管理.....第二编 旅游节庆品牌建设基本原理和方法 第四章
 品牌与旅游节庆品牌 第五章 中外旅游节庆品牌概述 第六章 旅游节庆品牌定位理论 第七章
 旅游节庆品牌形象理论 第八章 旅游节庆品牌的宣传推广 第九章 旅游节庆品牌运行管理第三编
 湖北省旅游节庆建设研究 第十章 湖北省旅游节庆概论性策划 第十一章 节庆策划方案选编参
 考文献

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>