

<<会展节事与城市旅游>>

图书基本信息

书名：<<会展节事与城市旅游>>

13位ISBN编号：9787503238703

10位ISBN编号：7503238704

出版时间：2009-11

出版时间：吴必虎、党宁、等 中国旅游出版社 (2009-11出版)

作者：吴必虎等著

页数：466

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>

<<会展节事与城市旅游>>

前言

2008年北京奥运会和2010年上海世博会,两大世界级节事活动将全世界的目光锁定在中国。为了充分探讨全球化背景下大型会展节事活动对旅游业以及经济、社会、文化等方面的影响,特别是对都市旅游发展的动态影响,促进节事旅游、都市旅游在中国乃至全世界的发展,国际旅游学会(ITSA)第二届双年会“会展节事与城市旅游国际研讨会”于2008年11月在上海召开。

会议选择在“奥运后、世博前”这一特殊时期和世博会举办城市上海举办,本身具有深远的意义。

这次会议是继2006年“新亚洲改变世界旅游”国际研讨会之后的ITSA第二次国际会议。

作为由学界、政界、业界等各种旅游利益主体代表共同参与研讨的全球旅游盛会,此次“会展节事与城市旅游”会议,不仅对世界及中国会展节事活动实践经验的提炼和理论研究水平的提高产生积极影响,而且也有利于促进都市旅游的健康持续发展。

同时,通过国内外旅游及会展专业教学科研单位及个人的交流,将极大促进我国旅游与会展学科的国际化进程。

会议由国际旅游学会、华东师范大学、上海师范大学、美国南卡罗来纳大学(University of South Carolina)、英国谢菲尔德哈勒姆大学(Sheffield Hallam University)及美国乔治华盛顿大学(George Washington University)国内外6所大学、学会共同主办,由北京大学旅游研究与规划中心、香港理工大学(The Hong Kong Polytechnic University)、同济大学、中南林业科技大学、亚太旅游协会(PATA)、旅游学刊、凤凰古城、旅研网、大地风景旅游咨询集团等9家单位共同协办。

来自中国大陆、港澳台地区、美国、加拿大、英国、葡萄牙、比利时、意大利、波兰、匈牙利、芬兰、新西兰、南非、韩国、泰国、马来西亚等近20个国家和地区的150多名代表参加了此次会议。

采用英文和主办地当地官方语言是国际旅游学会年会的特色。

本届会议以中文和英文为工作语言,大会议题涉及领域广泛,包括会展策划与管理、北京2008奥运会和旅游、上海世界博览会与都市旅游、会展与旅游教育、旅游可持续发展等14个分议题,与会代表以小组研讨的形式进行了广泛的交流与讨论,提供了一系列创新观点,形成了一批具有实践意义的对策方案。

会议组委会经过精心筛选,将其中的57篇论文(其中24篇英文论文、33篇中文论文)按照主题重新编辑集结成册,以飨读者。

由于时间关系,文集中可能还存在一些缺憾之处,另外论文署名以作者提交的论文为准,未能一一核对及翻译。

<<会展节事与城市旅游>>

内容概要

2008年北京奥运会和2010年上海世博会，两大世界级节事活动将全世界的目光锁定在中国。为了充分探讨全球化背景下大型会展节事活动对旅游业以及经济、社会、文化等方面的影响，特别是对都市旅游发展的动态影响，促进节事旅游、都市旅游在中国乃至全世界的发展，国际旅游学会（ITSA）第二届双年会“会展节事与城市旅游国际研讨会”于2008年11月在上海召开。

会议选择在“奥运后、世博前”这一特殊时期和世博会举办城市上海举办，本身具有深远的意义。

这次会议是继2006年“新亚洲改变世界旅游”国际研讨会之后的ITSA第二次国际会议。作为由学界、政界、业界等各种旅游利益主体代表共同参与研讨的全球旅游盛会，此次“会展节事与城市旅游”会议，不仅对世界及中国会展节事活动实践经验的提炼和理论研究水平的提高产生积极影响，而且也有利于促进都市旅游的健康持续发展。

同时，通过国内外旅游及会展专业教学科研单位及个人的交流，将极大促进我国旅游与会展学科的国际化进程。

<<会展节事与城市旅游>>

书籍目录

前言第一部分 奥运会与世博会体育、旅游与奥运会——充分利用奥运旅游2012伦敦奥运会及残奥会“文化奥林匹亚”活动的界定及评价的迷因模式研究奥运赛事与城市旅游的发展探讨——以北京奥运会为例2008北京奥运文化效应与都市旅游可持续发展世博会旅游者的多重感官体验研究利用世博会机遇,推销黑色旅游上海世博会文化旅游产品开发研究2008北京奥运会前后赞助与埋伏营销的中韩对比研究2008奥运景观雕塑世界巡展与北京奥运景观的创建与传播上海世博旅游的辐射效应及周边城市的承接策略研究第二部分 节事活动及其影响基于节事消费者评价模型(ACE)的2009全美高尔夫公开赛影响预测研究举办奥运会值得吗?2006都灵冬奥会旅游经济影响研究大型节事对都市小型旅游企业发展的促进作用研究——以2010世界杯为例天主教巡游:扰动城市的节事活动——基于观察法的探索性研究大型节事的永久性旅游社会影响研究——以迪拜为例大型节事社会影响研究——以纽约城市马拉松赛为例民族旅游中的表演场所与族群识别研究——以湘西德夯苗寨为例奖牌的另一面:2010世界杯的美化过程及其对普通民众的影响研究大型节事活动对国家形象影响研究——以韩国主流报纸北京奥运会相关报道的内容分析为例重大事件对旅游目的地影响研究——以奥运会对北京的影响为例大型节事活动对主办地旅游景区知名度影响研究——以北京奥运会为例大型节事活动对举办地开展都市旅游的影响第三部分 主人与客人:节事活动的公众参与高雄居民对举办2009世界运动会影响的态度研究上海社区居民参与会展旅游动机的实证研究居民对旅游重大事件态度的实证研究——以上海世博会为例举办地居民对会展影响感知的实证研究——以2010年上海世博会为例上海节庆活动公众认知度评价研究2008年北京奥运会对旅游者社会影响与参与动机关联度的实证研究基于模糊综合评价法的节事旅游游客满意度评价——以北京植物园桃花节为例政府调控下展览与都市旅游参与者的行为研究——以澳大利亚旅游交易会为例第四部分 城市旅游与城市节事活动都市热游动机诠释——兼论旅游动机中的“围城效应”后奥运城市青岛的商业街区文化竞争力评价研究——以青岛市台东商业步行街为例会讲话的墙:向多样化观众提供传统多语种口头解说服务博物馆的机遇与挑战创意产业园区对都市旅游的促进作用研究——以上海为例城市滨河景观塑造研究——以高雄“爱河”为例基于都市旅游的中国传统节事活动的可持续发展福州市“三坊七巷”历史文化事件旅游开发创新及其推广价值论“中国文化遗产日”活动的策划运作——基于对重庆市的综合性调研城市节事活动的休闲视角节事活动构成结构研究第五部分 MICE教育与产业的创新发展马来西亚节事管理教育发展差距探讨会展旅游专业“分段式模块项目化”教学模式探讨中国展览业的时空特点研究——基于因特网资料的内容分析中国中部地区会展旅游发展模式研究——以“长株潭”城市群为例监控大型体育赛事策划阶段的概念性框架乡村旅游促销的战略联盟及新产品开发——以匈牙利欧盟示范“乡村旅游日”为例上海会议旅游质量评价的实证研究论我国品牌化展会的策划与培育大型活动与酒店人力资源管理的异同——以北京奥运会和香格里拉酒店为例浦东新区会展活动对宾馆发展影响的定量研究——基于逐步回归法的实证测量经济型酒店产品要素的客户感知分析大型节事活动中的旅游接待——以上海世博会为例汕头市会展旅游市场发展与对策思考长春会展旅游发展探讨苏州会展旅游产品开发的SWOT分析及对策研究基于结构方程模型的网络旅游服务环境下的预期服务质量与价值预测边干边学:互动式旅游教育研究

章节摘录

插图：pre-Games and Games periods, a key aspect of this strategy of association is for Olympic hosts to decide on the way in which they are going to interpret aspects of the Olympic Movement, history and ideology to match their characteristics. The Athens Games Of 2004, for example, focussed on the link between ancient and modern. A key part of the Olympic Games is its link to its ancient history, but it is also a global phenomenon that represents the pinnacle of modern sport. Athens wished to draw on this association to promote the value of its ancient culture and history to tourists, but to also show that it was a modern country with a high-quality tourism infrastructure. Similarly, the forthcoming Games in London in 2012 have linked the international nature of the Olympic Games (each of the Olympic rings represents one of the World's continents) with the multicultural nature of London, its population and its tourism product. Such local interpretations of Olympic themes by host cities and countries should be a clear and consistent part of marketing strategies in the pre-Games and Games periods. The important aspect of such strategies is to use the Olympics to portray messages and associations that are relevant to more general tourists, rather than associations specific to those interested in the Olympic Games. In focussing on more generic associations, hosts are less likely to alienate "aversion markets" who are put-off by the Games themselves.

<<会展节事与城市旅游>>

编辑推荐

《会展节事与城市旅游》：国家旅游学会第二届双年论文集。

<<会展节事与城市旅游>>

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>