

<<节事设计与体验>>

图书基本信息

书名：<<节事设计与体验>>

13位ISBN编号：9787543215177

10位ISBN编号：7543215179

出版时间：2008-11

出版时间：格致出版社

作者：（英）贝里奇

页数：228

译者：蒋晓光

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>

<<节事设计与体验>>

前言

节事产业包括节日、会议、大会、展览、奖励旅游、运动会和一系列其他活动，是一个快速发展的产业，它为商业和与休闲相关的旅游业作出了重大贡献。

随着法规的增加，政府和公司对节事活动干预的深入，产业环境变得复杂多了。

目前，节事活动管理者需要识别广泛的利益相关者并为其服务，以平衡他们的需求与目标。

尽管该行业主要运作在国家层面，但是为满足节事活动以及相关产业和相关组织的需求，学术供应量增长很快。

英语国家与主要的北欧国家已经设立了为未来的节事活动专业人士提供教育和培训的学习项目，可授予毕业证书和学士、硕士学位，其涵盖领域包括如节事策划和管理、市场营销、财务、人力资源管理和运作等。

节事管理的内容还被包涵在了很多大学及学院里的旅游、休闲、娱乐和酒店等学位课程中。

这些课程的快速增加说明现在对于讲师、学生和专业人士来讲，这一方面的著作紧缺。

因此，“节事管理译丛”出版了，以满足这些需求，为此领域提供一套专门规划的、有针对性的读物。

针对节事管理和相关研究的学术及管理发展情况，节事管理系列丛书具备以下特点：

- 提供了与管理发展各阶段需求相匹配的一整套课题；
- 是目前市场急缺的或目前不能满足需求的书籍；
- 开发了一整套既实用又令人感兴趣的书籍；
- 为研究项目打下了牢固的理论和研究基础；
- 全部具备高质量；
- 很快将成为作者和使用者的首选丛书。

<<节事设计与体验>>

内容概要

本书分为三部分，第1章至第4章是关于节事研究的理性篇。

第1章定义节事的概念，探索节事管理的特点；案例：节事中的设计顾全不同的参与者。

第2章简要归纳有关于节事管理研究的文献，着重考察涉及综合节事组织和效果的文字记录。

第3章，探究节事行业中出现的新事物，强调某些具体节事的重要趋势，反思把千禧年和奥运会的意义当作节事行业中新兴的、被认可的、重要的令人激动的感觉。

第4章是对“节事管理”教育培训状况的概述。

以上章节只是对节事行业中的一些自然状况进行介绍，而不是想把它们定义在某一个主题领域内。

目的只是用于突出强调节事管理的某些要点以便完成此书的写作。

第5章至第8章是探究和分析节事体验和设计的观点。

第5章是关于体验的研究，从休闲和旅游的文脉关系来探究体验的概念如何应用于主动和被动的场合。

第6章是考虑设计的定义和对事件管理活动的应用性，提出设计应该融入整个节事管理进程的一部分。

该章节中的案例是“探索”频道开播仪式中有关于参与的设计。

至于体验经济或行业的新兴事务则集中于第7章，该章节考察了体验的核心理念并指出如何研究节事的体验。

第8章将体验和设计的观念结合在一起，继续深入提出如何针对一场节事设计具体的体验要素。

第9章至第11章是关于节事的分析。

第9章介绍符号互动作用，解释其在节事的设计中如何作为工具用于对体验的预见和开发，并通过“方程式F1”的案例研究来分析节事的体验。

第10章通过体验的六个不同元素应用符号相互作用模型研究节事体验。

最后在第11章通过对节事的信息沟通中解释和应用记号语言学的概念，来诠释节事的含义。

为了阐明重点，本书在各个章节中都安排了学习活动和案例研究，并随着章节的进程，这些学习活动和案例研究在数量上和深度上都有所增加，以便配合读者理解。

<<节事设计与体验>>

作者简介

格雷厄姆·贝里奇任教于英国泰晤士威利大学，兼任英国节事管理教育协会执行委员，并且是国际特别节事社团（英国）成员之一。

作者多年来致力于节事设计与体验方面的研究，首次研究整理出节事设计和消费者、活动参与者之间的关系。

<<节事设计与体验>>

书籍目录

第一部分 节事研究：基本理论	第1章 定义节事	第2章 节事管理文献	第3章 节事行业	第4章
英国的节事教育	第二部分 节事设计与体验的理念	第5章 对体验的理解	第6章 了解设计	第7章
体验行业和体验经济	第8章 体验设计	第三部分 节事分析	第9章 分析节事的互动和体验	第10
章 以符号相互作用理论去分析节事体验	第11章 节事意义的设计研究	参考文献		

<<节事设计与体验>>

章节摘录

第1章 定义节事 了解节事定义的发展； 能够理解“节事”的定义； 能够表述节事的种类范畴； 能够通过活动类型来划分节事； 根据节事的规模鉴别节事的等级。

导言 许多作者都已经尝试着给出了节事的定义，研以，我们应该在理论上澄清一项节事指的是什么。

随着节事教材的出现，不同的节事定义随之出现。

那些在该行业工作的人们，从事的可能是各种节事管理工作中的、无数子目录中的一项工作，就算没有一个实际的节事定义，他们都可能对节事的构成因素有一个相当清晰的观点。

但是对于一个节事的任务却不能保证如此地清楚，该行业中的一名董事总经理说过：“无论什么时候我有了新的客户，我要做的第一件事情就是坐下来和他们讨论：讨论出我们双方统一理解的一个节事是什么样的。

”这一解决问题的方法是典型的，反映出节事行业的工作者们需要与客户在开始就确定什么是节事以及活动的具体内容是什么。

此外，我们可能会经常根据一个客户的视角改变节事的定义，而节事管理公司则需要调整他们解决问题的方法，或者直接调整客户对一个节事的理解方向。

这里指的不是根本的改变，而只是在节事的侧重点方面更多地做了点变化，以便客户和公司双方都愿意成交。

这个例子证明了当某些客户们带着他们自己对节事非常清晰的期盼和思路到来的时候，节事公司的工作人员们除了知道这些客户们要自己为他们创造一个节事外，很少或根本不知道客户们希望得到什么。

或者，可能更常见的是，他们只知道这些客户仅仅是想要庆祝什么东西。

定义节事 此处定义节事的目的，是了解一些学术观点对于什么是节事的解释，并对其进行总结，针对哪些场合被称作是节事给出一种解释方法，而不是在寻求开发另一个节事的定义，或制造一个确切的含义。

这样做也有助于我们了解人们所理解的社会生活中节事，在发展过程中主要关注的都有什么，并突出其定义中的一些关键特征。

节事管理是相对比较新的一门学科，它适时地、直接地跟踪了那些节事的定义和概念的出现。

Bowdin、McPherson和Flinn（2006）给节事定义做了极好的总结，他们既从美国又从英国的视角对那些节事进行了解释，并突出了目前正被用于定义节事的关键术语。

他们吸收了各方面试图定义节事的那些原始材料（Shone and Parry，2004；Van der Wagen，2004；Allen et al.，2005；Goldblatt，2005；Bowdin et al.，2006b；Getz，2006）。

让人惊讶的是，他们注意到尽管这是个活动，能被接受的、统一的术语、概念和定义仍然是有限的。

其中原因之一就是发生的节事遍布于社会生活的各个方面，有着各式各样的、不同的组织情形。

因此可能被一个个体或群体看作是特殊、独特的活动（如婚礼），在另一群体中被看做是普通的、经常性的活动（如会议）。

通常，那些学术研究是从一个特定的观察角度来处理节事的，并在学者们自己研究领域所涉及的范围

内寻找定义，来解释被他们看作是一场节事的活动。这就是那些节事定义问题的实质所在，因为有些节事也许不会被那样操作：有时那些看来特殊的节事到处都是：它们已经成了一个增长的产业，特殊节事领域目前是广阔的，不可能赋予一个定义就包括了所有种类不同的节事。

.....

<<节事设计与体验>>

编辑推荐

《节事设计与体验》所探讨的内容共有三个部分：节事的研究：节事行业的定义及相关研究文献的详细综述。

节事设计与体验的理念：拓展体验的发展进程和本质，判断如何能够使节事设计本身影响到节事参与者的体验，在哪些情景下可以从根本上改变体验的本质。

节事分析：通过考察节事的人造物及其如何表现在消费者的体验中，去判断应该如何对节事体验加以分析和评估。

一次推广活动、一场球赛、一次展览，这些能带给人们什么？

答案便是“体验”，是通过“设计”创意和诠释让人们经历某件事情、某个时刻、某种场合，引发参与者产生直接的、极具意义的美好感觉。

这些感觉产生的因素就是参与者与他人或客体相互作用产生的结果。

《节事设计与体验》的重点就是剖析这些体验是怎样被设计出来的。

通过条理分明、使用方便的结构，以及内容丰富、涉及广泛的案例，《节事设计与体验》向读者展示了在节事设计与体验中有很多可以借鉴和应用的观念。

<<节事设计与体验>>

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>