

<<旅游目的地营销与发展>>

图书基本信息

书名：<<旅游目的地营销与发展>>

13位ISBN编号：9787563722372

10位ISBN编号：7563722378

出版时间：2011-10

出版时间：旅游教育出版社

作者：李宏 编

页数：191

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>

<<旅游目的地营销与发展>>

内容概要

《旅游目的地营销与发展》是“科研基地——科技创新平台——中国旅游产业发展前沿与趋势研究”的成果之一，来自与对北京各知名旅游目的地的实地调查研究。

《旅游目的地营销与发展》收录的论文来自北京第二外国语学院研究生，在一定程度上体现了研究生创新创业教育基地建设的成果。

<<旅游目的地营销与发展>>

书籍目录

3G背景下移动互联网在目的地旅游中的应用探析

基于SNS的目的地网络营销研究

旅游宣传片在旅游目的地营销中的作用研究

基于深度旅游理念的水乡古镇旅游目的地开发

从客源、目的地双视角看旅游古镇的可持续发展——以周庄为例

佛坪自然保护区发展生态旅游之研究

我国旅游集散中心发展现状及问题研究

旅游文化演出的精品化策略分析——以《印象·刘三姐》为例

我国旅行社网络化经营研究

旅行社垂直分工的发展现状及存在的问题——以成都、重庆地区为例

基于SNS的酒店网络营销研究

<<旅游目的地营销与发展>>

章节摘录

版权页：插图：（一）有效传播旅游目的地的信息 旅游目的地是一个复杂的统一体。

对于旅游者而言，它是基于一定地域的自然、历史、社会、经济、人文的综合体，又是提供“食、住、行、游、购、娱”功能的一系列相互关联的企业或部门类群的集合。

因此，旅游目的地的信息是纷繁庞杂的。

而旅游宣传片是一种表现性很强的传播媒介，它既可以是客观拍摄，又可以是象征性的创作。

在巧妙的构思下，旅游宣传片可以以精美的画面、意味深长的音乐、独具个性特征的镜头将足够多的旅游信息囊括其中。

通过观看旅游宣传片，旅游者可以大体地了解一些当地有名的自然、人文旅游资源，初步感受一下当地的风土民情，回味一下当地的发展历程，从中捕捉到一些对自己有益的旅游信息。

例如，在《美在广西》这部旅游宣传片中，导演就以大量唯美的镜头来勾勒广西的山水之美和人民之乐。

闻名天下的漓江山水、层层叠叠的龙脊梯田、具有侗族韵味的程阳风雨桥、气势磅礴的德天瀑布、历史悠久的黄姚古镇和洁白细腻的北海银滩，这些有名的旅游景点以各自不同的姿态，华丽地呈现在旅游宣传片中，以强烈的视觉冲击向人们诉说着广西旅游资源的丰富和特色。

在宣传片的第二章中，出现最多的影像就是天真烂漫的儿童和不同人的笑脸，很多张笑脸汇集在一起形成了一幅动人笑脸图，这张笑脸图向所有人传递了广西人们的善良、友好和热情，也向人们发出友好的信息——各地的朋友，广西欢迎您。

此外，空灵、清新的音乐声中，流水潺潺、荷花摇曳、情人漫步、孩童嬉戏，这一幅幅水墨效果的画面在宣传片中营造了一个个美的意境，令人心旷神怡。

可以说，宣传片中的每一幅画面，每一个细节都在向观众传递着一定的信息，观众通过自己“解码”，就可以得到不同的收获。

旅游目的地信息传播是一类特殊信息的传播现象。

从实践来看，旅游目的地信息传播是一种社会现象，同时也是目的地营销的基本内容。

从这个意义上来说，目的地信息传播的过程就是目的地营销的过程。

通过上面的分析可以看出，旅游宣传片能够有效地传播旅游目的地的相关信息，因此，旅游宣传片在旅游目的地营销过程中发挥着不可小觑的作用。

（二）塑造并传播旅游目的地的正面形象 当前国内外学者对形象本质的认知是基本相同的，认为形象属于认知心理学的研究范畴，是大脑对信息进行处理的结果。

<<旅游目的地营销与发展>>

编辑推荐

《旅游目的地营销与发展》由旅游教育出版社出版。

<<旅游目的地营销与发展>>

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>