

<<旅游广告的奥秘>>

图书基本信息

书名：<<旅游广告的奥秘>>

13位ISBN编号：9787806776483

10位ISBN编号：7806776486

出版时间：2004-3

出版时间：广东经济出版社

作者：张贤平

页数：220

字数：239000

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>

<<旅游广告的奥秘>>

内容概要

旅游，是人类高层次的消费方式和生活方式，它不仅是无烟产业，与世界经济发展“绿色产业”相适应，而且方兴未艾，是一个朝阳产业。

这是一本关于旅游与广告的专门性分类研究图书，从广告受众旅游需求的产生入手，探讨了旅游广告创作基本理论与方法，分析了其原则与特点；阐述了旅游广告的传播原理，展现了它浓厚的文化意蕴。

旅游、广告、欢乐，愿与您分享。

<<旅游广告的奥秘>>

作者简介

张贤平，1957年出生，湖南永顺县人。

毕业于湖南师范大学中文系，现为中南民族大学融教授，广告学专业主任。

多年来从事广告学的教学与研究，主编、参编过多部著书，受邀为古几家企业进行广告策划和形象打造，兼任湖北卫视“创意无限”栏目点评专家。

承担湖北著名风景区神农架的形象策划和旅游文化开发的任任务，研究方向：广告策划、企业形象、旅游文化。

<<旅游广告的奥秘>>

书籍目录

引言生态旅游,绿色经营-旅游消费化时代来临 旅游业不仅是“无烟产业”,符合当今世界经济发展的潮流,与发展“绿色产业”相适应,而且旅游方兴未艾,是一个“朝阳产业”。

作为物质和精神的全面感受的旅游是高层次的消费方式和生活方式,是其他任何产业都无法替代的,它将成为人类生活中不可缺少的内容。

旅游消费化时代来临生态化时代——生态旅游树立可持续发展旅游战略 培育绿色观念 推行绿色开发 开创国际化发展模式大中华旅游圈的兴起旅游广告说什么——旅游广告的内涵与特点 旅游广告说什么 旅游广告的社会功能 诉诸心理效应 旅游品牌形象附录一:旅游品牌形象的口号营销附录二:世界旅游日口号附录三:中国对外宣传的旅游主题与口号绿色营销旅游市场调查分析——旅游广告的基本前提 旅游市场调查意义和内容 旅游消费需求类型和特点 旅游消费者购买行为 旅游广告具体调查 广告环境调查 广告代理调查 中介媒体调查 广告效果调查附录一:北京市境外及港台地区常驻人员短期旅游偏好调查附录二:国外游客对北京形象的感知种类附录三:海内外游客对湖南三城市旅游的抽样调查附录四:深圳旅游客湖市场调查报告附录五:影响游客满意度的因素附录六:北京市旅游形象调查问卷

<<旅游广告的奥秘>>

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>