

<<城市旅游的发展与实践>>

图书基本信息

书名：<<城市旅游的发展与实践>>

13位ISBN编号：9787503227097

10位ISBN编号：7503227095

出版时间：2005-12

出版时间：中国旅游出版社

作者：崔凤军

页数：291

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>

<<城市旅游的发展与实践>>

内容概要

20个话题，20篇文章，内容涉及了城市旅游的多个层次，既有城市营销的内容，又包含了城市旅游产品、城市旅游环境、城市旅游管理的内容，虽不成“体系”，却反映了当前城市旅游研究的一些热点问题。

这其中有理论上的探讨，但更多的是实践与操作中的一些体会，对于城市旅游管理者和学者具有参考价值。

<<城市旅游的发展与实践>>

作者简介

崔凤军，北京大学理学博士，中国科学院地理学与资源研究所博士后。
曾任山东泰安市旅游局副局长，2000年后任杭州市旅游委员会副主任至今，在浙江工商大学等多所高校担任兼职教授、硕士研究生导师。

<<城市旅游的发展与实践>>

书籍目录

序言城市旅游的突破魏小安前言城市形象与城市品牌：概念辨析一、对“形象”和“品牌”两个基本概念的认识二、“城市形象”和“城市品牌”三、“城市旅游形象”、“城市旅游品牌”和“城市旅游口号”城市旅游形象定位的研究方法——关于杭州城市形象定位与宣传口号的调查案例一、旅游界人士对杭州旅游资源的认知形象二、海外游客眼中的杭州三、对杭州在海外市场定位和口号的建议城市旅游广告营销的基本原理与实务一、认识旅游广告二、旅游广告营销的理论基础三、旅游广告营销策划的主要内容四、旅游广告效果的测定与评价五、城市形象电视广告片的创意与制作城市旅游电视广告的投放策略一、对城市广告投放状况的分析——以央视为例二、央视旅游广告投放策略分析三、对杭州市在CCTV投放广告的效果评估四、结论分析城市旅游广告的媒体选择——关于各类媒体对旅游业的贡献分析一、济南市民调查：对媒体的关注度分析二、电视媒体价值研究三、报纸媒体价值分析四、网络媒体价值分析五、杂志和广播价值分析六、结论与建议注意力营销与城市旅游一、对注意力经济研究的进展述评二、注意力经济的一般特征三、旅游业注意力营销四、旅游软促销：炒作旅游热点新闻五、炒作过程中应当注意的若干问题形象经济与旅游形象代言人——杭州启用“女子十二乐坊”作为旅游形象代言人引发的话题一、城市为什么需要代言二、一门专门研究形象经济的学问——形象经济学三、关于杭州聘请形象代言人的基本考虑……

<<城市旅游的发展与实践>>

编辑推荐

20个话题，20篇文章，内容涉及了城市旅游的多个层次，既有城市营销的内容，又包含了城市旅游产品、城市旅游环境、城市旅游管理的内容，虽不成“体系”，却反映了当前城市旅游研究的一些热点问题。

这其中有理论上的探讨，但更多的是实践与操作中的一些体会，对于城市旅游管理者和学者具有参考价值。

<<城市旅游的发展与实践>>

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>