

《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

出版社：广东经济出版社

作者：张贤平

页数：220

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.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》

精彩短评

1、这作者，纯属巧合...

《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:www.tushu000.com