

# 《旅游策划》

## 图书基本信息

书名：《旅游策划》

13位ISBN编号：9787566105189

10位ISBN编号：7566105183

出版时间：2013-2

出版社：哈尔滨工程大学出版社

作者：李庆雷

页数：174

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《旅游策划》

## 内容概要

《旅游策划:理论与实践》将理论与实践紧密结合,根据旅游管理专业本科教学实际,阐述了旅游策划的基本原理与方法,分为旅游策划的基础知识、操作程序、基本原理、主要方法、创意生成、战略定位策划、资源开发策划、服务要素策划、产品组织策划、市场营销策划、旅游项目运营策划、旅游新业态策划等章节。本教材体系完整,内容丰富,脉络清晰,观点新颖,其中不少内容是作者近十年来从事旅游策划实践、研究与教学所取得的成果,而旅游策划创意理论、旅游创意营销理念、旅游策划的事理学基础等相关内容都是首次系统地提出。

# 《旅游策划》

## 书籍目录

第一章旅游策划的基础知识 第一节旅游策划的内涵与外延 第二节旅游策划的本质与特征 第三节旅游策划的地位与作用 第四节旅游策划的系统与构成 第二章旅游策划的操作程序 第一节旅游策划的逻辑过程 第二节旅游策划的操作程序 第三节旅游策划的文案撰写 第三章旅游策划的基本原理 第一节旅游策划的基本理念 第二节旅游策划的基本原理 第三节旅游策划的基本原则 第四章旅游策划的主要方法 第一节旅游策划的思维方法 第二节旅游策划的常用方法（上） 第三节旅游策划的常用方法（下） 第四节旅游策划的基本技巧 第五章旅游策划的创意生成 第一节旅游策划创意的内涵 第二节旅游策划创意的机理 第三节旅游策划创意的过程 第六章旅游战略定位策划 第一节旅游战略策划 第二节旅游定位策划 第三节旅游主题策划 第七章旅游资源开发策划 第一节自然景观类旅游资源开发策划 第二节历史文化遗产类旅游资源开发策划 第三节民族风情类旅游资源开发策划 第四节区域文化类旅游资源开发策划 第五节人造景观类旅游资源开发策划 第六节产业融合类旅游资源开发策划 第八章旅游服务要素策划 第一节旅游交通策划 第二节旅游住宿策划 第三节旅游餐饮策划 第四节观光游览策划 第五节旅游购物策划 第六节旅游娱乐策划 第九章旅游产品组织策划 第一节观光旅游产品策划 第二节休闲旅游产品策划 第三节度假旅游产品策划 第四节专项旅游产品策划 第五节旅游线路创新策划 第十章旅游市场营销策划 第一节旅游形象策划 第二节旅游营销策划 第三节旅游品牌策划 第十一章旅游项目运营策划 第一节旅游项目运营体系策划 第二节旅游项目资本运作策划 第三节旅游项目盈利方式策划 第十二章旅游新型业态策划 第一节旅游地产策划 第二节旅游小镇策划 第三节旅游园区策划 参考文献

版权页：插图：2.文化展不法文化是旅游的灵魂。对某些旅游区而言，文化是其重要的吸引物，特别是对历史悠久、文化底蕴深厚、民族众多的旅游区来说，文化的重要性更是不言而喻。但是文化旅游资源通常属于隐性旅游资源，可供游客直接观赏、参与的不多，导致很多旅游地“有说头、缺看头、没玩头”。通过具象的载体对旅游地的文化内涵加以展示，使之符合旅游体验的要求，就成为该类旅游地策划需要解决的关键问题。文化展示法指以特定的文化内涵为线索，以特定的场所为载体，将抽象的文化主题通过具体的形态展示出来的策划方法。文化展示法主要适用于历史文化型、民族文化型旅游区，也适用于及其他以文化为主题的旅游区。文化展示的方式有静态和动态两种，其中静态展示方式主要有展馆展示、原场景展示、广场展示、整体展示、综合展示；动态展示则包括场景再现、专题演出、节日活动等。

3.情景模拟法 情景，指情形、景象，即事物呈现出来的样子、状况；模拟，指照着某种样子去做；情景模拟是对事件或事物发生与发展的环境、过程的模拟或虚拟再现。旅游策划中的情景模拟法是指将童话、科幻、传说故事（包括文学著作）、影视等想象中的世界通过具体的场景展示出来，使之形象化、具体化，旅游者可以进行触摸和感知，获得更加真实和深刻的体验。这一方法除了用于童话世界、科幻世界、仿古景观、传说故事、影视基地，对于其他类型旅游地策划亦有重要指导意义。为了解决珠江源游览内容和形式单一、参与性不强、“源头”体现不明显等问题，笔者运用情景模拟法，结合明代著名地理学家徐霞客珠江探源的记载，提出了如下思路：以徐霞客珠江探源的相关素材提升霞客草堂的文化内涵；在霞客草堂附近空地修建“霞客行”主题雕塑，展示徐霞客珠江探源的情景；设置“霞客探源路线”，从下游水库乘船溯源而上，到达霞客草堂后换乘竹筏，经历一番努力后到达珠江源头；由“徐霞客”担任导游，讲解当年对珠江源头的争议及探源经过等。

4.场景活化法 场景活化法即以具体场地为载体，以地脉、文脉为根基，确立场景景观单元主题，围绕景观旋律，以静态场景景观和动态场景活动加以主题包装，不仅注重景观空间的有机分割，而且强调气脉连贯式的自然过渡，强化一种游客感知的场所精神与场所氛围，以达到氛围逼真、动静交替、前后呼应、景观生动的旅游效果，形成物质景观与游客精神感受的一体性，并推动游客游历过程，成为一种吻合主题、富有意韵、循序渐进、层层感受的旅游主题体验，如清明上河园的迎宾活动就是如此。在震耳的号炮声中，“大宋御林军”从园内列队而出，开封府尹包拯拈髯而立，四品护卫王朝、马汉、张龙、赵虎及文武百官拱手相迎。头牌曲后，包拯致词：“适逢太平盛世，朗朗乾坤，政事清明，百业繁荣。特选良辰吉日，携百官仪仗，开园列队，迎四海宾朋。奏乐！请！”

# 《旅游策划》

## 编辑推荐

《旅游策划:理论与实践》在充分吸收国内外已有研究成果、深入分析不同地区优秀旅游策划案例的基础上，结合自身多年旅游策划编制和教学实践经验，从思维模式和创造方法入手，力图破解旅游策划“黑箱”，打破以往把旅游策划活动神秘化的做法，揭示旅游策划活动过程的内在规律，总结具有普遍指导意义的技术与方法，指导蓬勃发展的旅游策划实践。

# 《旅游策划》

## 精彩短评

1、作为一本旅游策划教材，这本书是非常棒的！内容齐全，逻辑清晰，案例丰富，价格适宜，注重方法的讲授，每章还有“延伸阅读”、“案例分析”和“综合实训”，可以说实用性和指导性都比较强。无论对旅游专业本科生、研究生，还是旅游策划规划机构从业人员，都是值得拥有的参考书。

# 《旅游策划》

## 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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)