

<<节庆活动的组织管理与营销>>

图书基本信息

<<节庆活动的组织管理与营销>>

内容概要

《节庆活动的组织管理与营销》无论是在理论研究，还是在实证分析方面均是一部难得的力作，尤其是一些关键性问题的阐述颇具新意，极有见地。

例如，在节庆活动情境下有效实行收益管理，即在适当的时间以适当的价格向适当的客户出售适当的门票以获取最大的收入；在保持活动的管理与既定政策一致以及协助利益共享者参与方面，“活动战略”能在政府部门投资是有限的情况下，发展一项联合营销伙伴关系模式，寻找额外的财政支持，并对其进行有效的管理等等。

《节庆活动的组织管理与营销》介绍的一系列案例使得抽象的理论变得具体，尤其是第五部分的案例分析反映的问题及解决方法可以给国内的节庆活动管理很大的启示。

如，席茅斯国际民俗艺术节的成功对当地经济的影响、举办过程中的当地人与游客的冲突、停车问题和交通拥挤等问题，以及组织者对这些问题的处理，对实际的节庆活动的举办无疑具有很高的借鉴价值。

<<节庆活动的组织管理与营销>>

书籍目录

译者序序一序二致谢前言第一部分 节日、节庆活动与文化体验第二部分 文化、艺术和休闲服务体验的管理第三部分 市场营销管理、收入管理和零售业务管理第四部分 文化与休闲活动管理的方针与战略第五部分 当代艺术、休闲节庆活动的案例研究

<<节庆活动的组织管理与营销>>

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>