

Kulturtourismusmarketing

Praxis Kulturmanagement

Dieses *essential* erläutert kenntnisreich die wichtigsten Entscheidungen, die in der Praxis des Kulturtourismusmarketing zu treffen sind. Nach einer Einführung in den Begriff und die zentralen Merkmale werden die Aktivitätsschwerpunkte im Planungsprozess des kulturtouristischen Marketing vorgestellt. Hierauf aufbauend beschreibt Andrea Hausmann besonders praxisrelevante Marketingstrategien, die sich mit den unterschiedlichen Typen der kulturtouristischen Nachfrage (Segmentierung), der Markenführung (Branding), der Realisierung von Innovationen (Digitalisierung) und dem Eingehen von Kooperationen bzw. der Bildung von Netzwerken befassen. Abschließend werden typische Schwerpunkte im Marketing-Mix kulturtouristischer Leistungsträger beleuchtet und es wird die Bedeutung des Personals für das Qualitätserleben der Nachfrage herausgearbeitet.

Die Autorin: Prof. Dr. Andrea Hausmann ist Professorin am Institut für Kulturmanagement der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg. Sie berät Kulturbetriebe und Tourismusorganisationen in den Themen Kulturtourismus, Marketing und Personal.

Dieses *essential* erläutert kenntnisreich die wichtigsten Entscheidungen, die in der Praxis des Kulturtourismusmarketing zu treffen sind. Nach einer Einführung in den Begriff und die zentralen Merkmale werden die Aktivitätsschwerpunkte im Planungsprozess des kulturtouristischen Marketing vorgestellt. Hierauf aufbauend beschreibt Andrea Hausmann besonders praxisrelevante Marketingstrategien, die sich mit den unterschiedlichen Typen der kulturtouristischen Nachfrage (Segmentierung), der Markenführung (Branding), der Realisierung von Innovationen (Digitalisierung) und dem Eingehen von Kooperationen bzw. der Bildung von Netzwerken befassen. Abschließend werden typische Schwerpunkte im Marketing-Mix kulturtouristischer Leistungsträger beleuchtet und es wird die Bedeutung des Personals für das Qualitätserleben der Nachfrage herausgearbeitet.

¿Die Autorin:

Prof. Dr. Andrea Hausmann ist Professorin am Institut für Kulturmanagement der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg. Sie berät Kulturbetriebe und Tourismusorganisationen in den Themen Kulturtourismus, Marketing und Personal.

**14,99 €**

14,01 € (zzgl. MwSt.)

*Lieferfrist: bis zu 10 Tage***Artikelnummer:** 9783658273682**Medium:** Buch**ISBN:** 978-3-658-27368-2**Verlag:** Springer**Erscheinungstermin:** 20.08.2019**Sprache(n):** Deutsch**Auflage:** Erscheinungsjahr 2019**Serie:** essentials**Produktform:** Kartoniert**Gewicht:** 87 g**Seiten:** 45**Format (B x H):** 148 x 210 mm