



湖南石油化工职业技术学院

Hunan Petrochemical Vocational Technology College

毕业设计方案

设计题目：平江石牛寨旅游节营销活动策划方案

专业名称：旅游管理

班级名称：高旅游 3172

学生姓名：钟永红

指导教师：汤理

责任领导：李红雨

二零二零年三月

湖南石油化工职业技术学院学生毕业设计方案

一、选题背景与意义

平江石牛寨景区位于湖南、湖北、江西三省的交汇处，在岳阳平江县石牛寨镇境内，是国家AAAA级旅游景区，占地面积10余平方公里，海拔523米。石牛寨淡季的工作员工有45人左右，旺季的工作员工有一百多人，景区的最大承载量是10000人，主要景区有玻璃桥、悬崖秋千、喊泉、步步惊心、石佛山观光栈道、石佛山观光索道、玻璃滑道、极速快跳、悬崖客栈、高山地下峡谷漂流等。石牛寨景区属于中汇率景区管理股份有限公司，总部在湖南省长沙市。具有着成熟系统，现在的主要客源量来自于湖南省境内，平江石牛寨景区存在着诸多不足，比如营销方式单一，景区知名度不高，未创造品牌效益，人流量少，游客反馈少等等。针对平江石牛寨在营销中存在的问题，设计出了更加合理可行的营销活动解决方案，从而使石牛寨出现在更多人的视野里，吸引更多的游客来平江石牛寨游玩。

二、设计内容

此营销策划方案是根据平江石牛寨的实际情况积极开展的营销活动，针对石牛寨景区营销方式单一、知名度不高、淡季人流量少的问题，进行的一系列景区营销活动，取得了圆满的成功，不仅如此，在此次营销活动中举办的活动还可以继续在景区中推广，形成景区的常规活动。通过举办微信助力赢景区门票，赢索道通行票，石牛寨山水画义卖，悬崖探险赢大奖，平江皮影戏大型演出和旅游节摄影大赛等营销活动，让越来越多的国内外游客了解，吸引到一大批的游客前来平江石牛寨景区游览参观，扩大了平江石牛寨对外开放的范围，加大了景区的知名度；增加了旅游景区配套项目，在这次活动中，为景区增加了更多的旅游景区配套项目，针对六大旅游要素，景区为吃住行游购娱增加了餐厅，酒店，小吃店等等；充分发挥了电视、互联网、报纸等新闻媒体的作用，突出宣传平江石牛寨的特色资源、特色产业、特色产品。

三、设计方案

通过多年对江石牛寨景区的了解，查阅了多方的资料新闻、案例等，并通过对平江石牛寨工作人员的调查，来访游客的评价进行了星级评价，发现平江石牛寨在对外营销上存在着一些问题。

对于淡季的人流量少等问题，主要采取的是营销活动来解决这些问题。本次平江石牛寨的营销手段采取的是特色营销活动为主，也就是作出吸引眼球的活动让更多人参与进来，再按策划好的程序进行活动安排，本此营销活动中分为以下阶段：收集和分析创造策划活动方案，确定策划活动方案，进行市场调查，宣传招徕参加人群，广告营销经费预估，策划活动方案效果预估等等。

四、参考文献

- [1] 骆廷. 互联网时代下旅游目的地营销策略研究——以四川海螺沟景区为例[J]. 全国流通经济, 2019(22): 150-152.
- [2] 高冉冉. A 景区智慧化建设优化研究[D]. 山东师范大学, 2019.
- [3] 李晨芳. 旅游景区类微信公众平台运营现状及营销策略研究——以陕西省为例[J]. 旅游纵览(下半月), 2019(05): 17+19.
- [4] ARSTANBEKOV YZATBEK. 吉尔吉斯斯坦伊塞克湖景区旅游服务营销策略研究[D]. 兰州理工大学, 2019.
- [5] 朱琳. 西峡老君洞旅游景区营销策略研究[D]. 河南财经政法大学, 2019.
- [6] 刘江珊. 登封市文化旅游资源产业化研究[D]. 山东大学, 2019.

五、指导老师评语

论文结构完整，各部分基本符合的写作规范。论述观点正确，材料比较充实，叙述层次分明，有较强的逻辑性。文字通顺、流畅。行文符合学术规范。文献材料收集较详实，能综合运用了所学知识解决问题，所得数据较合理。

指导教师签字：



2020 年 3 月 8 日

六、专业带头（负责）人审核意见

同意该方案执行

专业带头（负责）人 签 字：



2002 年 3 月 15 日

七、二级学院审批意见

同意该方案执行

二级学院负责人签字（公章）



2020 年 3 月 26 日