

<<旅游服务业市场营销>>

图书基本信息

书名：<<旅游服务业市场营销>>

13位ISBN编号：9787300163512

10位ISBN编号：7300163513

出版时间：2012-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：阿拉斯泰尔·M·莫里森

页数：415

字数：649000

译者：李天元

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>

<<旅游服务业市场营销>>

内容概要

《旅游服务业市场营销(第4版)/旅游管理系列/工商管理经典译丛》编著者阿拉斯泰尔·M·莫里森。

《旅游服务业市场营销(第4版)/旅游管理系列/工商管理经典译丛》内容提要：本书按旅游市场营销体系的流程进行安排，内容系统，结构清晰，特别易于初次学习市场营销课程的学生整体理解知识。该流程对于了解各种营销职能及营销技术彼此间的相互关系，是一份十分有效的路线图，便于学生理解和领会。

本书与众不同之处在于：它不是从旅游业中个别部门的狭隘角度去分析旅游问题，而是审视饭店、航空公司、餐馆、旅行社、旅游目的地营销组织以及其他相关部门之间开展联合营销的必要性和实用价值，以促进协同合作的实现。

本书倾注了两位专家的心血。

莫里森博士曾在包括中国在内的五个国家长期生活，一直从事旅游培训、旅游营销与开发咨询工作，本书不仅展示了他在市场营销理论方面的深厚功底，也体现了他对旅游业营销实践的深入了解。李天元教授是中国旅游学界的著名学者，其严谨的学术风格在本书的翻译过程中体现无遗。为了使本书的译文达到概念准确、语言流畅、易于理解的目的，李天元教授在翻译中字斟酌，并对原书中的很多内容进行了精妙的再创造和加工，呈现给读者一本中文精品之作。

<<旅游服务业市场营销>>

作者简介

作者:(美)阿拉斯泰尔·M·莫里森 译者:李天元

<<旅游服务业市场营销>>

书籍目录

第一部分 市场营销导论

第1章 界定市场营销

市场营销的定义

营销思想的演进阶段

市场营销导向的提出

市场营销的核心原理

旅游服务业的营销环境

市场营销在旅游服务业中的重要性

本章小结

重点术语

复习题

本章作业

网络信息源

注释

第2章 旅游服务营销

什么是服务营销

服务营销在哪些方面不同

旅游服务营销何以会有所不同

旅游服务业需要有不同的营销方式

本章小结

重点术语

复习题

本章作业

网络信息源

注释

第3章 旅游市场营销系统

对旅游服务业的多种定义

系统论方法

旅游市场营销系统

该系统与战略营销计划和战术营销计划编制工作的关系

本章小结

重点术语

复习题

本章作业

网络信息源

注释

第二部分 营销计划的编制：调研与分析

第三部分 销售计划的编制：销售战略与计划

第四部分 销售计划的执行

第五部分 销售计划执行青黄的控制与评价

<<旅游服务业市场营销>>

编辑推荐

《旅游服务业市场营销(第4版)/旅游管理系列/工商管理经典译丛》编著者阿拉斯泰尔·M·莫里森。

《旅游服务业市场营销》(第4版)旨在填补旅游市场营销教材方面的空白。

本书的与众不同之处在于：它并不是从旅游业中个别部门的狭隘角度去审视问题。

21世纪，饭店、航空公司、餐馆、旅行社、旅游目的地营销组织以及其他相关部门之间开展联合营销的必要性与实用价值都将会增大，实现协同合作也因此成为旅游营销工作的当务之急。

《旅游服务业市场营销》(第4版)中的一大主题便是促进这一协同合作的实现。

今天的学生将是明天的管理者，因此需要与我们一道以一种宽阔的视野去审视当今的旅游业，而不能只将目光局限于餐饮行业、住宿行业或旅行社行业。

市场营销是旅游专业学生所要学习的知识领域之一。

对这一知识领域的学习中，我们有必要鼓励学生以宽阔而长远的视野去认识其未来的职业领域——旅游业。

<<旅游服务业市场营销>>

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>