

<<旅游市场营销>>

图书基本信息

书名：<<旅游市场营销>>

13位ISBN编号：9787307049796

10位ISBN编号：7307049791

出版时间：2006-6

出版时间：武汉大学出版社

作者：李肇荣、陈学清、张显春

页数：194

字数：220000

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>

<<旅游市场营销>>

内容概要

本书使用成熟的市场营销理论，阐释了旅游业在当今国际化趋势背景下的市场中如何满足旅游者的需求、夺得市场份额，以“理论够用为度，突出实用”为原则。

本教材根据旅游企业当前运作的程序和今后的发展趋势编写，同时吸收了最新研究成果和企业行之有效的方法，全教材理论上不追求系统而注重实用、够用为原则。

全书内容共10章，根据高职高专学生的认识心理，深入浅出地阐述理论，既介绍了如何掌握旅游市场的变化规律，又简明扼要地讲述了有效的市场营销方法，同时附上实际案例和案例分析，便于读者学习和参考。

本书的特点是理论密切结合实际，简明、清楚、易学易懂。

<<旅游市场营销>>

书籍目录

第一章 旅游市场营销概述 第一节 市场营销与市场营销学 第二节 旅游市场营销第二章 旅游市场营销环境分析 第一节 旅游市场营销宏观环境分析 第二节 旅游市场营销微观环境分析 第三节 旅游市场营销机会风险分析第三章 旅游者购买行为分析 第一节 旅游者购买行为的特点 第二节 影响旅游消费者购买行为的主要因素 第三节 旅游者购买行为决策的形成过程第四章 旅游目标市场营销 第一节 旅游市场的细分 第二节 旅游目标市场的设定 第三节 旅游市场定位第五章 旅游产品策略 第一节 旅游产品概述 第二节 旅游产品生命周期策略 第三节 旅游新产品的开发 第四节 旅游产品组合策略 第五节 旅游产品品牌策略第六章 旅游价格策略 第一节 旅游产品价格概述 第二节 旅游产品价格策略 第三节 价格调整第七章 旅游营销渠道 第一节 旅游营销渠道的概念 第二节 旅游营销渠道的分类 第三节 影响旅游营销渠道选择的因素 第四节 旅游营销渠道的选择和管理第八章 旅游促销策略 第一节 促销与促销策略概述 第二节 广告 第三节 人员推销 第四节 营业推广 第五节 公共关系 第六节 有形展示第九章 旅游营销管理 第一节 旅游企业营销管理概述 第二节 旅游市场营销计划 第三节 旅游市场营销计划执行 第四节 旅游企业营销控制第十章 旅游市场营销的新发展 第一节 从营销观念、策略的转变看市场营销的发展趋势 第二节 营销策略的新类型参考书目

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>