

<<旅游市场营销纲要>>

图书基本信息

书名：<<旅游市场营销纲要>>

13位ISBN编号：9787503236594

10位ISBN编号：7503236590

出版时间：2009-3

出版时间：中国旅游出版社

作者：李天元

页数：289

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>

<<旅游市场营销纲要>>

前言

同很多其他行业中的情况一样，随着旅游市场的成熟和竞争的发展，市场营销已成为旅游业经营与管理中一个现实而重要的业务领域，并因此而得到了世界各地旅游经营者的普遍重视。

与很多其他行业，特别是与制造业中的情况相比较，旅游业无论是在产品性质方面，还是在经营特点方面，都有很多不同之处。

这些差异决定了市场营销工作在旅游业中的开展需要有一套不同的做法。

正如著名旅游营销专家维克多·密德尔敦曾经指出的那样，虽然市场营销的原理与方法最初是人们基于北美和欧洲制造业的经营和管理需要而提出和发展起来的，但是，由于旅游业务的

<<旅游市场营销纲要>>

内容概要

本书是在作者多年来修订教学讲义的基础上整理而成的。

基于对“旅游市场营销”课程教学目的的理解，本书旨在对旅游市场营销与管理的基本原理、基本知识和基本方法作一简要而实用的介绍和分析；同时注重于反映这一领域国际学术界的主流认识。

为方便读者对有关知识和理论的理解，书中对重要术语及其概念解释附有原文。

本书在撰写过程中的指导思想是注重与国际学术界的主流认识接轨，同时力求洋为中用，结合中国的旅游业营销实践。

本书的目标读者是高校旅游专业的本科生，有些章节的内容也可供研究生教学中使用。

此外，有关营销策略方面的知识可能会为旅游企业界人士提供某些实用性的启发。

<<旅游市场营销纲要>>

作者简介

李天元南开大学商学院旅游系教授，博士生导师。

1981年起从事旅游教育。

曾留学英国萨里大学旅游管理系，并在美国密歇根州立大学公园和娱乐资源管理系做富布赖特访问教授。

主要研究方向：旅游学理论、旅游业市场营销。

<<旅游市场营销纲要>>

书籍目录

前言第一章 认识市场营销 第一节 什么是市场营销 第二节 理解市场营销导向 第三节 市场营销的职能第二章 旅游供给特点及其营销寓意 第一节 服务营销的出现 第二节 旅游产品的特点 第三节 旅游业务的特点 第四节 针对旅游供给特点的营销对策 第五节 旅游营销与一般营销的异同第三章 客源地市场需求与购买者行为 第一节 旅游客源地市场需求的影响因素 第二节 旅游客源地需求规模和需求潜力的测量指标 第三节 旅游消费者行为研究 第四节 旅游消费者购买动机的影响因素 第五节 旅游消费者的购买过程 第六节 旅游消费者行为模型第四章 旅游市场细分与目标市场策略 第一节 旅游市场细分化 第二节 旅游市场细分的原则和依据标准 第三节 目标市场的选择第五章 旅游营销调研 第一节 认识营销调研 第二节 营销调研的类型 第三节 调研工作的基本过程 第四节 收集第一手资料的基本方法 第五节 设计调查问卷时的注意事项 第六节 调研成果在营销决策中的有效使用第六章 旅游营销计划的制订 第一节 认识旅游营销计划 第二节 营销计划的类型 第三节 营销计划的制订 第四节 营销计划执行过程中应注意的问题第七章 旅游产品 第一节 产品在营销工作中的地位 第二节 旅游产品的概念与性质 第三节 旅游产品的结构设计 第四节 旅游产品的生命周期 第五节 品牌管理 第六节 旅游新产品的开发第八章 旅游产品的定价 第一节 旅游产品的价格及其作用 第二节 影响定价的因素 第三节 定价目标 第四节 旅游业中常用的定价方法 第五节 旅游业中常用的价格策略第九章 旅游促销 第一节 促销及其传播学原理 第二节 广告 第三节 销售促进 第四节 人员推销 第五节 印刷品促销 第六节 公共关系 第七节 直接营销 第八节 促销活动效果的评价第十章 旅游销售渠道 第一节 销售渠道的概念 第二节 旅游产品销售渠道的类型 第三节 销售渠道的选择 第四节 信息技术发展对旅游销售渠道的影响主要参考文献

<<旅游市场营销纲要>>

章节摘录

第一章 认识市场营销 第一节 什么是市场营销 “市场营销”一词的由来 “市场营销”作为一个专用术语，译自于英文的“marketing”。20世纪80年代初，随着我国改革开放政策的实施以及高等教育领域中管理学科的重建，“marketing”这一现代管理学中的概念开始传入我国。1982年，国家旅游局（时称国家旅游总局）曾邀请以美国夏威夷大学旅游管理学院院长朱卓仁教授为首的一批国际知名旅游学者和旅游实业界专家前来我国，为我国旅游业界和学界举办为期一周的“高级旅游管理系列讲座”。讲座中一个重要的

<<旅游市场营销纲要>>

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>