

<<现代旅游市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<现代旅游市场营销学>>

13位ISBN编号：9787541521133

10位ISBN编号：7541521132

出版时间：2002-7

出版时间：云南教育出版社

作者：姜若愚 等编著

页数：198

字数：160000

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>

<<现代旅游市场营销学>>

内容概要

为贯彻落实云南省委、省政府确立的把云南省建设成为民族文化大省、绿色经济强省及通往东南亚、南亚的国际大通道的“三大战略”决策，2001年，云南省政府与世界旅游组织合作完成“云南旅游发展规划”并获验收。

我国加入WTO之后，作为新兴产业的旅游业正面临着更大的机遇与挑战，如何提高旅游从业人员的素质显得尤为重要。

本套系列教材具有较强的实用性和针对性，旨在满足旅游中等职业技术教育（含中专、技校和职业高中等）的迫切需要。

此外，编者编写本套教材还充分考虑到了劳动部门旅游类职业技能鉴定和培训以及旅游行业职工的岗前或在岗培训的需要，所以也可供上述鉴定和培训使用。

<<现代旅游市场营销学>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 市场营销学的产生和发展 第二节 市场营销观念的演变 第三节 旅游市场营销学
第二章 旅游消费需求分析 第一节 旅游消费需求 第二节 影响旅游消费需求的因素
第三节 旅游市场的几种需求状况和营销管理任务
第三章 旅游市场调研和预测 第一节 旅游市场调研 第二节 旅游市场调研的程序 第三节 旅游市场预测
第四章 旅游目标市场的选择 第一节 旅游市场细分 第二节 旅游目标市场的选择
第五章 旅游市场经营战略 第一节 旅游市场营销战略的概述 第二节 旅游市场营销战略的类型 第三节 旅游市场营销战略的计划的制定
第六章 旅游产品策略 第一节 旅游产品概述 第二节 旅游产品市场生命周期与策略 第三节 旅游新产品的开发
第七章 旅游产品价格策略 第一节 旅游产品价格及其作用 第二节 影响旅游企业定价的基本因素 第三节 旅游产品的定价目标 第四节 旅游产品的定价策略 第五节 旅游产品的定价方法
第八章 旅游市场营销渠道及其策略 第一节 旅游产品销售渠道的概念 第二节 旅游中间商 第三节 旅游产品销售渠道的选择
第九章 旅游市场促销策略 第一节 旅游市场促销的概念和作用 第二节 旅游市场促销策略主要参考书目
后记

<<现代旅游市场营销学>>

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>