

<<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：9787561130568

10位ISBN编号：7561130562

出版时间：2006-1

出版时间：大连理工大学出版社

作者：梁骥

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>

## &lt;&lt;旅游市场营销&gt;&gt;

## 内容概要

《旅游市场营销》（第二版）是新世纪高职高专教材编审委员会组编的旅游与酒店管理类课程规划教材之一。

当今，旅游产业生机勃勃，日益成为中国国民经济中的重要产业，入境游&#8226;出境游&#8226;国内游三大旅游市场全面气旺，伴随着旅游市场开放的逐渐深入，市场竞争也异常激烈。

旅游市场营销学是旅游管理专业的必修课。

运用科学的营销理念、战略、策略指导经营实践，无疑是旅游企业提高经济效益和社会效益的法宝。

本教材由多位工作在教学第一线的教师和旅游企业经营者共同努力完成；实现了教学内容与生产一线管理方法的“零距离”结合，体现了校企合作共同开发教材的要求。

本教材充分遵循基础理论必需够用、专业知识重、汽保证、能力培养综合强化的原则；在理论阐述方面简明扼要、精练实用，并为学生展示了许多实用性很强的案例分析方法和原理。

本教材的编写注重突出以下特色： 1. 以快速发展的旅游市场为背景。

中国经济的高速发展，带动了旅游业及相关产业的发展。

同时国际著名旅游集团的进入，进一步加剧了国内旅游市场的竞争。

国内企业学会如何“与狼共舞”，不断提高竞争能力，是本教材始终关注的重点问题。

2. 把典型案例融入教材中，内容设计新颖。

本教材所甄选的案例不仅具有典型代表性，而且资料都比较新，具有较强的时代性。

内容设计较新颖，各章设有“相关资料”、“精选案例”、“模拟训练”和“案例分析”等环节，以生动的方式阐述营销理念，将理论与实例融为一体；“模拟训练”为学生提供了参与实践、提高应用能力的平台。

3. 突出注重实用原则。

高职高专教育培养的学生应是具有一定技能的专业人才，这是本教材的根本立足点。

教材中对旅游市场营销理论的论述，不仅着眼于阐明基本概念，更偏重于引导学生掌握方法和提高实际营销管理能力。

4. 借鉴营销学最新研究成果。

国内外的专家学者在旅游市场营销前沿领域发表的专著和论文，对旅游业营销活动起到了科学的指导和推动作用，也为本教材的编写提供了理论基础和资料支持。

## &lt;&lt;旅游市场营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 旅游市场营销基础知识与分析方法 第一章 导论 第一节 旅游及旅游市场 第二节  
 旅游市场营销 第三节 旅游市场营销观念的演变 第二章 旅游市场营销环境 第一节 旅  
 游市场营销环境概述 第二节 旅游市场营销宏观环境 第三节 旅游市场营销微观环境 第  
 四节 旅游市场营销环境分析 第三章 旅游者消费行为分析 第一节 需要与旅游需要 第二  
 节 旅游消费动机及行为 第三节 顾客满意理论 第四章 旅游市场营销调研及预测 第一节  
 旅游市场调查概述 第三节 旅游市场调查的方法和技术 第四节 旅游市场预测 第二篇 旅  
 游市场营销策略与管理 第五章 旅游市场细分及定位 第一节 旅游市场细分 第二节 旅游  
 目标市场选择 第三节 旅游市场定位 第六章 旅游市场营销战略与营销组合策略 第一节  
 旅游市场营销战略 第二节 旅游市场营销组合策略 第七章 旅游产品策略 第一节 旅游产  
 品概述 第二节 旅游产品组合策略 第三节 旅游产品的生命周期 第四节 旅游新产品开发  
 第五节 旅游产品品牌策略 第八章 旅游产品定价策略 第一节 旅游产品定价概述 第二节  
 旅游产品定价目标及方法 第三节 旅游产品定价的具体策略 第九章 旅游产品分销渠道策略  
 第一节 旅游产品分销渠道概述 第二节 旅游中间商 第十章 旅游促销策略 第一节 旅游促销概  
 述 第二节 旅游广告 第三节 旅游人员推销 第四节 旅游营业推广 第五节 旅游公共关系  
 第三篇 旅游市场营销在旅游业中的应用 第十一章 旅游目的营销 第一节 旅游目的地营销概  
 述 第二节 旅游目的地营销战略与营销系统 第十二章 旅游交通营销 第一节 旅游交通概  
 述 第二节 影响旅游交通营销的因素 第三节 旅游交通营销的战略战术 第十三章 旅游市  
 场营销管理 第一节 旅游市场营销管理过程 第二节 旅游市场营销组织工作 第三节 旅游市  
 场营销计划参考文献

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>