

<<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：9787565401824

10位ISBN编号：756540182X

出版时间：2011-1

出版时间：东北财大

作者：(美)菲利普·科特勒//约翰·T.保文//詹姆斯·C.迈肯斯|译者:谢彦君

页数：669

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>

前言

正如世界旅游组织早在上个世纪末曾经预测的那样，进入20世纪90年代后，在影响旅游业发展的市场因素呈现出很多新变化的同时，诸多外源因素也在出现重大变化。

虽然这些外源因素的变化对旅游业发展的影响程度目前尚不易确定，但有一点可以肯定的是，这些外源因素的变化将会对旅游从业人员，特别是对旅游管理者提出新的要求，从而也会对旅游研究和旅游教育产生影响。

国际上旅游实业界和旅游学术界不少人士都认为，旅游研究和旅游教育正面临新的发展阶段，其原因也在于此。

在这些影响旅游业未来发展的外源因素中，人们的共识程度最高并且表现最为现实的重大因素之一要算是经济发展的全球化。

这意味着旅游企业的跨国经营将成为不断扩大的发展趋势。

为了适应这一趋势，旅游企业管理人员需要增加对国际经营管理，特别是对有关国家文化特点的了解和认识，因为有效的管理永远是植根于文化之中的。

借用著名的管理学家彼得·德鲁克的话来说，就是“无论是在德国、英国、美国、日本还是在巴西，企业管理者的任务都是完全一样的，而他们（在不同国家中）完成任务的做法则是不同的”。

这在很大程度上意味着，今后旅游教育的目标不应仅限于培养“国内型”人才，而应向培养“国际型”人才拓展。

就我国旅游业经营中所面临“国际竞争国内化、国内竞争国际化”的现实情况而言，若要使所培养出来的旅游人才能够适应经济全球化的发展，特别是能够胜任国际经营管理工作的需要，旅游教育部门便不能无视“同国际接轨”对旅游人才培养工作的重要性。

改革开放20多年来，我国旅游研究和旅游教育工作者本着服务于建设具有中国特色旅游业的宗旨，在旅游研究方面做出了很大的成绩，并且在理论体系上形成了自身的特点。

但不能不看到，一方面我国的旅游研究很大程度上是在借鉴西方已有经验和成果的基础上发展起来的，另一方面当今世界上旅游理论研究的发展动向仍由西方学者主导。

正如教育部“工商管理学科专业教育教学改革与发展战略研究”报告中所指出的那样，过去，由于种种因素的影响，我国学术界对国外最新理论研究的了解和认知存在明显的滞后性。

随着经济全球化的发展，加之现代科技的进步，这种时间上的滞后性已有了显著改善的可能。

利用这一机会，推进我国的旅游研究，改善我国旅游人才的培养质量，无疑应成为需要认真面对的重要任务。

最近数年来，教育部一直在倡导实行双语教学，实可谓是与与时俱进的有识之举。

<<旅游市场营销>>

内容概要

被誉为“现代营销学之父”的科特勒博士，取得了举世瞩目的非凡成就，他多次获得美国国家级勋章和褒奖，培养了众多美国跨国公司的企业家，在国际上享有很高的声誉。他著作等身，并有多部营销经典教材被译为多种语言，在世界范围广泛传播，而这本《旅游市场营销》正是其中之一。

书中，科翁从世界旅游研究的大视角、大思路出发，注意探索旅游市场营销研究方面的新观点，精辟论述了旅游市场营销的成熟理论、方法和应用。

在第五版中，对大量的案例作了更新，但仍保持其原有的取材广泛、运用得当等特色。更难得的是，全书叙述深入浅出，使整个阅读和学习过程充满了乐趣。

<<旅游市场营销>>

作者简介

作者：（美国）菲利普·科特勒（Philip Kotler）（美国）约翰·T·保文（John T.Bowen）（美国）詹姆斯·C·迈肯斯（James C.Makens）合著者：谢彦君

<<旅游市场营销>>

书籍目录

致学生前言 作者简介 第一部分 理解接待业与旅游业市场营销过程 第1章 导论：接待业与旅游业市场营销 迈向成功的通行证 顾客导向 什么是接待业与旅游业营销？接待业营销 市场营销的重要性 旅游市场营销 营销专栏 营销的定义 营销过程 理解市场和顾客需要 顾客需要、欲求和需求 市场供给：有形产品、服务和体验 顾客价值和满意度 交换和关系 市场 设计顾客驱动的营销战略 选择顾客 市场管理导向 准备一个综合营销计划 建立可获利的客户关系 客户关系管理 客户关系变化的本质 捕捉客户价值 顾客忠诚和保留 顾客增长份额 建立顾客资产 营销的未来 网站 关键术语 本章小结 讨论题 体验练习 在线练习 参考文献 第2章 接待业与旅游业营销的服务特征 服务文化 服务营销的特征 无形性 不可分割性 变动性 易衰败性 服务企业战略 差异化 管理 服务质量的管理 处理顾客投诉 营销专栏 改善服务质量建议 服务有形化 营销专栏 善于获得服务声誉的捷蓝 航空公司 将雇员作为产品的一部分予以 管理 预期风险管理 生产能力与需求的管理 关键术语 本章小结.....第二部分 抓住接待业与旅游业的营销机遇并制定战略第三部分 开发接待业与旅游业营销组合第四部分 接待业与旅游业营销管理

章节摘录

插图：Built in 1927, the architectural design of the building was neocolonial, incorporating the mode of Mediterranean culture. It stood five stories high and embodied several outdoor patios or lauais within its structure. Zoning restrictions and the construction of the building prevented the consideration of adding additional stories. The building was built in the form of a rectangular horseshoe and contained approximately 83,000 square feet. It had been solidly constructed of reinforced concrete and showed a few cracks but no major structural problems. The wooden windowsills and frame suffered from dry rot and termites. It was felt that the tile roof might need to be replaced or repaired substantially in the next few years. The original plumbing remained throughout the building. Part of the wiring had been modernized, but a large portion of the original wiring still remained. Hot water was provided by large boilers, which continued to function but required frequent maintenance. A parking lot in the foreground that could accommodate approximately seventy cars separated the YMCA building from Hotel Street. A privately owned taxi company had leased a portion of this parking lot for its own use. This cluttering aspect coupled with the trees in front of the building created a visibility problem for the premises. The front section of the first floor facing Hotel Street consisted of a lobby, the front desk, a coffee shop and kitchen, a barbershop, and four office lease spaces. The front desk was a traditional YMCA-type semienclosed area. It was situated near the elevator and allowed the desk clerk good visibility of most of the activity in the ground-floor lobby area. The lobby was an open tiled area; it did not contain any traditional lobby furniture. Adjacent to it was a small area that contained beverage-dispensing machines.

<<旅游市场营销>>

编辑推荐

《旅游市场营销(第5版)》：旅游管理英文原版精品系列

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>