

<<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：9787566102393

10位ISBN编号：7566102397

出版时间：2012-1

出版时间：哈尔滨工程大学出版社

作者：王红，余力力 编著

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

本教材共10章，内容分为三个部分：

第一部分，旅游营销理论基础与主要的实践分析工具，包括第一章绪论(王红)；第二章旅游市场营销环境分析、第三章旅游消费者行为分析(余力力)；第四章旅游市场营销战略(王红)。

第二部分，旅游营销战略与策略，包括第五章旅游市场细分、目标市场选择与市场定位(季雨、王红)；第六章旅游产品策略、第七章旅游价格策略(王红)；第八章旅游营销渠道策略、第九章旅游促销策略(庄丽琴)。

第三部分，旅游营销理念与实践，包括第十章旅游营销理念及其策略(王红、季雨)。

<<旅游市场营销>>

书籍目录

- 第一章 绪论
 - 第一节 市场营销与市场营销学
 - 一、市场与市场营销的含义
 - 二、市场营销学的产生与发展
 - 第二节 旅游市场与旅游市场营销
 - 一、旅游市场的概念
 - 二、旅游市场营销的概念与特征
 - 第三节 旅游市场营销观念
 - 一、旅游市场营销观念的含义
 - 二、旅游市场营销观念的演变
 - 第四节 我国的旅游市场与旅游市场营销总述
 - 一、我国的旅游市场总述
 - 二、我国的旅游市场营销总述
- 第二章 旅游市场营销环境分析
 - 第一节 旅游市场营销环境概述
 - 一、旅游市场营销环境的含义
 - 二、旅游市场营销环境的特征
 - 第二节 旅游市场营销的宏观环境
 - 一、人口环境
 - 二、经济环境
 - 三、政治法律环境
 - 四、文化环境
 - 五、自然环境
 - 六、技术环境
 - 第三节 旅游市场营销的微观环境
 - 一、顾客
 - 二、竞争者
 - 三、公众
 - 四、供应商
 - 五、中间商
 - 第四节 旅游市场营销的环境分析方法
 - 一、机会与威胁的分析与评价
 - 二、SWOT分析法
 - 第五节 我国的旅游市场营销环境现状分析
 - 一、我国旅游市场营销的宏观环境分析
 - 二、我国旅游市场营销的微观环境分析
- 第三章 旅游消费者行为分析
 - 第一节 旅游消费者行为及其类型
 - 一、旅游消费者行为的含义
 - 二、旅游消费者行为的类型
 - 第二节 影响旅游消费者行为的因素
 - 一、影响旅游消费者行为的内在心理因素
 - 二、影响旅游消费者行为的外在环境因素
 - 第三节 旅游购买决策过程
 - 一、需要觉醒(need recognition)

<<旅游市场营销>>

- 二、搜集信息(information search)
- 三、判断选择(evaluation of alternatives)
- 四、购买决策(purchase decision)
- 五、购后行为(postpurchase behavior)
- 第四节 组织购买行为
 - 一、组织市场的类型与特点
 - 二、生产者市场消费行为分析
 - 三、中间商市场消费行为分析
 - 四、非营利组织、政府市场消费行为分析

.....
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>