第一图书网, tushu007.com

<<旅游市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<旅游市场营销学>>

13位ISBN编号：9787810257091

10位ISBN编号：7810257099

出版时间：2002-8

作者：杜靖川 编

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

<<旅游市场营销学>>

内容概要

《旅游市场营销学(修订版)》在大量参考国内外的有关著作、教材的基础上，结合我国旅游发展的实践和作者多年来的理论研究、教学经验，系统地对旅游市场营销的理论和操作方法进行了总结和研究。
《旅游市场营销学(修订版)》力求简明扼要，中心突出，深浅得宜，能较好地满足高等院校旅游专业的教学和旅游行业在职干部的学习需要。
协游市场是旅游经济活动的空间，旅游市场的存在使得旅游市场主体与客体之间在一定的条件下发生联系，促成旅游产品或服务的价值得以最终实现，消费者对使用价值的追求得以满足。
因而，旅游市场的存在和发展是众多旅游经济活动顺利进行的重要保证和前提。
与其他市场一样，旅游市场同样呈现出隐蔽性、易变性等特点，对旅游市场的认识和把握显然就较为困难。
同时，旅游市场与其他商品市场不同，它的成长是在商品经济高度发达，人民生活较为富裕，人们产生了通过旅行满足精神和物质需求的前提下出现的。
并且旅游商品往往往是由有形的物质与无形的服务共同构成的，甚至旅游服务本身也就是旅游产品。
这就决定了旅游市场将按其特有的规律运行。

认识市场，把握市场，这是一切旅游市场主体的共同任务。
在旅游市场这个神秘的海洋中，旅游企业这叶小舟若要避免折楫触礁，扬帆破浪，每个企业、每个旅游市场营销者只有认真地吸取其他企业的经验、教训，以市场营销理论武装、充实自己，才能把握好企业的经营航向。

第一图书网, tushu007.com

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