

<<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：9787303132171

10位ISBN编号：7303132171

出版时间：2011-9

出版时间：北京师范大学出版社

作者：苏英，吴晓山 主编

页数：227

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

本书全面叙述了旅游市场营销的最新知识和专业技能，从结构设置、案例选用、内容安排等方面都作了锐意创新与大胆改革。全书分为四大模块，并编写了“章后思考”、“案例讨论”和“实务操作与训练”，以帮助学生在了解理论知识的同时，培养一定的旅游市场营销的策划能力。可作为高等职业院校、高等专科学校、应用型本科院校、成人高校旅游管理专业的教学用书，也可作为社会从业人员的业务参考书及培训用书。

## <<旅游市场营销>>

### 书籍目录

#### 模块一 基础篇

##### 第一章 旅游市场学导论

###### 第一节 市场营销学概述

###### 第二节 市场营销观念的演进

###### 第三节 旅游市场营销

##### 第二章 市场营销组合策略

###### 第一节 市场营销组合策略

###### 第二节 旅游市场营销组合

#### 模块二 分析篇

##### 第三章 旅游市场营销环境分析

###### 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 旅游企业内外部环境综合分析

##### 第四章 旅游者购买行为分析

###### 第一节 旅游者购买行为概述

###### 第二节 影响旅游者购买行为的因素

###### 第三节 旅游者的购买过程

###### 第四节 组织机构的购买行为分析

##### 第五章 旅游市场细分化与目标市场的选择

###### 第一节 旅游市场细分化

###### 第二节 旅游目标市场的选择

###### 第三节 旅游市场定位

#### 模块三 调研篇

##### 第六章 旅游市场调研与预测

###### 第一节 旅游市场营销信息系统

###### 第二节 旅游市场营销调研

###### 第三节 旅游市场预测

#### 模块四 策略篇

#### 参考文献

#### 教学支持说明

## <<旅游市场营销>>

### 章节摘录

版权页：插图：（一）生产观念 / 制造观念背景：社会生产力水平低，物质匮乏，产品短缺；市场需求大大超过供给，供不应求，形成卖方市场；消费者需求单一，通常喜欢那些随处可见、价格低廉的产品。

特点：企业以生产为中心，不考虑市场需求，企业“能够生产什么就生产什么，生产什么就卖什么”

。归纳为：企业将主要精力放在产品的生产上，经营目标是批量生产、降低成本、降低价格、提高生产效率；无须考虑消费者的需要和利益，只关注生产什么和生产多少产品；企业能生产什么就销售什么，而不是因为顾客需要什么而去生产什么和销售什么；生产部门是企业的重要部门，企业管理者没意识到顾客比生产更重要。

生产观念或称为生产导向，是一种传统的经营思想，在西方发达国家，于19世纪末和20世纪初占支配地位。

当时，由于生产效率还不是很很高，许多商品的供应还不能充分满足市场需要。

市场处于卖方市场（供给小于需求）状况。

例如，当时小轿车产量很小，价格昂贵，因此，当时的工商企业把营销管理的重点放在抓生产、抓货源上，即以生产观念为导向。

例如，20世纪20年代初，美国汽车大王亨利·福特的营销哲学就是：千方百计地增加T型车的产量，降低成本和价格，以便更多占领市场，获得规模经济效益，至于消费者对汽车颜色等方面的爱好，则不予考虑，他的T型车只有黑色。

<<旅游市场营销>>

编辑推荐

《旅游市场营销》为全国高等职业教育旅游管理专业精品系列教材之一。

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>