

<<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：9787561436370

10位ISBN编号：7561436378

出版时间：2007-1

出版时间：四川大学

作者：季辉

页数：238

字数：336000

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

本书阐述了旅游市场营销的一般原理和方法。

本教材主要分为三个部分，第一部分包括第一章，主要讲述旅游营销基本概念与基本理论；第二部分包括第二章至第五章，主要讲述旅游消费者需求、旅游市场调研、旅游市场细分；第三部分包括第六章至十章，主要讲述旅游市场营销组合策略。

本教材根据高职高专院校教学特点进行编写，整个教材编写体现了产学研结合的思想，以案例导入，增加了情景案例，便于学生掌握和理解相应知识，每章后还设有营销实训，可锻炼学生的营销能力。

本教材较全面地反映了旅游市场营销理论的最新发展，具有较强的针对性。

本书主要是为高职高专经济管理类专业教学编写的，也可供经济管理干部和其他人员学习管理科学之用。

<<旅游市场营销>>

书籍目录

第一章 旅游市场营销概论 第一节 市场与市场营销 第二节 旅游市场与旅游市场营销 第三节 旅游市场营销组合
第二章 旅游市场营销环境 第一节 概述 第二节 旅游营销宏观环境分析 第三节 微观环境
第三章 旅游者消费需求 第一节 旅游者需求特点 第二节 影响旅游消费的主要因素 第三节 旅游消费者的购买决策过程
第四章 旅游市场营销调研与预测 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 旅游市场需求测量与预测
第五章 旅游目标市场营销 第一节 旅游市场细分 第二节 旅游目标市场的选择 第三节 旅游市场定位 第四节 旅游市场竞争战略
第六章 旅游产品策略 第一节 旅游产品概念和特点 第二节 旅游产品生命周期及相应策略 第三节 旅游新产品开发策略 第四节 旅游产品组合策略
第七章 旅游产品定价策略 第一节 旅游产品价格概述 第二节 旅游产品定价步骤和定价目标 第三节 旅游产品定价方法 第四节 旅游产品定价策略
第八章 旅游销售渠道策略 第一节 旅游产品销售渠道的概念和影响因素 第二节 旅游中间商 第三节 旅游产品销售渠道的选择
第九章 旅游产品的促销策略 第一节 促销概念 第二节 旅游广告 第三节 人员推销 第四节 旅游公共关系 第五节 营业推广
第十章 旅游市场营销特殊组合策略 第一节 旅游服务的有形展示 第二节 人员 第三节 过程参考资料

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>