

<<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：9787563714650

10位ISBN编号：7563714650

出版时间：2007-6

出版时间：旅游教育

作者：黄浏英

页数：220

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>

内容概要

与原教材相比,本版教材注意了课程设置与教材编写的科学性、针对性、规范性,使整套教材更适合学科教学 and 行业发展要求。

在此基础上,本版教材强调了教材的研究含量,旨在倡导教材编写的严肃性、高等教育的研究性,避免教材编写中存在的简单雷同现象,体现了国家骨干教材应有的规范性与原创性。

可以说,本版教材更加贴近了我国高等院校旅游专业教学实际,严格按照课程设置和教学目标设计安排教材内容,使高等教育教材的先进性与研究性得到充分保证。

在此次增补与修订中,我们始终强调教材编写应有的学术规范,无论从选题确定,乃至注释引文、参考文献,每一个细节都力求体现教材编写应有的学术规范。

为了实现这样的目标,我们先后在全国广泛遴选作者,聘请在学科研究与教学领域有所建树的专家学者担任教材的编写工作。

不少作者都有相关领域的专著成果作为教材写作的支撑,为本套教材的研究含量提供了必要保障。

<<旅游市场营销>>

书籍目录

上篇第一章 旅游营销基本概念分析第一节 需求一、需要、欲望与需求二、旅游需求分析三、需求管理的基本任务第二节 市场一、市场内涵分析二、市场的分类第三节 竞争一、竞争内涵分析二、竞争理念三、竞争战略四、基本竞争策略第四节 营销一、营销内涵分析二、营销本质特征三、旅游营销特点分析第二章 旅游营销基本观念分析第一节 传统营销观念一、生产观念二、产品观念三、销售观念第二节 现代营销观念一、市场营销观念二、社会营销观念三、全球营销观念第三节 传统营销观念与现代营销观念的比较一、营销重点不同二、营销手段不同三、规划顺序不同四、追逐目标不同第三章 旅游营销基本任务分析第一节 旅游市场调研一、市场调研的基本内容分析二、市场调研过程三、市场调研的基本方法四、常用的调研工具第二节 旅游市场细分一、市场细分概念分析二、旅游市场细分功效三、旅游市场细分变量四、市场细分要点五、旅游市场细分基本程序第三节 旅游目标市场选择一、旅游目标市场概念二、旅游目标市场分析三、旅游目标市场营销策略四、选择旅游目标市场第四节 旅游市场定位一、旅游市场定位本质分析二、旅游市场定位的原则三、旅游市场定位的基本内容四、旅游市场定位的基本方法第四章 旅游营销摹本策略分析第一节 旅游产品策略一、产品基本内涵分析二、旅游产品的基本构成三、旅游产品生命周期介绍四、旅游产品组合策略... 下篇第五章 旅游服务营销第六章 主题营销战略第七章 旅游网络营销第八章 旅游品牌营销教学参考建议主要参考文献后记

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>