

<<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：9787810539586

10位ISBN编号：7810539582

出版时间：2005-8

出版单位：湖南大学

作者：郭英之

页数：312

字数：352000

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

本书通过对旅游者行为与市场营销策略的理论论述,运用数据、表格、图形分析等方法系统地揭示出旅游者行为的研究现状、市场调查、影响因素、行为模式、决策评估、消费结构、时空规律、市场细分以及营销策略。

本书主要供高等院校旅游管理专业学生及相关从业人员使用。

<<旅游市场营销>>

书籍目录

第1章 旅游者行为研究概述 第一节 旅游者行为研究产生的基本条件 第二节 旅游者行为的研究综述 第三节 旅游者行为和旅游市场研究的内容与方法 第四节 旅游者行为研究的内容、价值和方法 第五节 旅游者行为的调查研究第2章 旅游者行为的影响因素 第一节 文化因素对旅游者行为的影响 第二节 社会因素对旅游者行为的影响 第三节 个人因素对旅游者行为的影响 第四节 心理因素对旅游者行为的影响第3章 旅游者行为模式与决策评估 第一节 旅游者行为模式 第二节 旅游者行为决策过程研究 第三节 旅游者旅游后行为评价 第四节 旅游者行为营销效果的评估研究第4章 旅游者支出结构与消费行为 第一节 旅游者支出结构研究 第二节 中国国内旅游者消费函数研究 第三节 中国国内旅游者消费需求分析 第四节 中国国内居民区域旅游消费研究第5章 旅游者时空分布规律 第一节 旅游客流机制研究 第二节 旅游客流的区域特征 第三节 旅游者出游行为的季节性 第四节 旅游者出游行为的规模 第五节 旅游者增长及其时空分布 第六节 旅游者的多样性第6章 旅游市场营销策略 第一节 旅游市场细分 第二节 旅游目标市场的选择 第三节 旅游广告市场营销策略 第四节 旅游市场营销战略 第五节 旅游市场促销策略 第六节 旅游市场营销组合 第七节 旅游产品市场营销策略第7章 旅游市场营销公关策略参考文献

<<旅游市场营销>>

编辑推荐

这是一套紧扣高等旅游教育改革的主方向、密切结合中国旅游业发展的主题、质量上乘、特色鲜明的精品系列教材，由众多专家教授、一线教师通力合作而成。

其中既有国内知名学者联合攻关的教学研究成果，也有引进的外版教材。

理论与实践紧密结合，达到全（知识理论的全面性）、准（理论的准确性）、新（专业研究发展的前沿性）、实（突出适用性，便于教学使用）的水准。

本书是系列之一，阐述了旅游市场营销的相关内容。

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>