

《旅游营销学》

书籍信息

版次：1

页数：313

字数：400000

印刷时间：2005年10月01日

开本：

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787504454935

内容简介

随着旅游业的发展，旅游市场竞争日趋激烈，旅游营销在旅游企业发展中的地位越来越突出，有识之士们已充分认识到在开展旅游营销活动中，要广泛吸收现代旅游营销的研究成果，重视旅游营销理论和策略在旅游经营活动中的指导作用。《旅游营销学》正是从旅游实践出发，在总结了无数旅游企业成功经验的基础上，对旅游企业如何更好地开展旅游营销活动进行了系统的阐述，以揭示旅游营销活动的基本规律。

《旅游营销学》包括旅游营销基本理论及旅游营销策略。具体内容由以下几个方面构成：旅游市场及旅游市场营销的基本概念、旅游市场营销观念、旅游市场营销环境、旅游者购买行为分析、旅游市场细分与目标市场定位、旅游产品策略、旅游定价策略、旅游销售渠道策略、旅游促销策略、旅游营销策划、旅游企业市场营销管理过程和国际旅游市场营销等。为了适应高职旅游专业教学需要，本书力求做到以下两条：一是重视职教性特点。教材内容尽可能结合旅游营销实践的需要，在理论分析的基础上，列举了许多旅游企业成功的实例，并在每一章后附有案例分析，让学生在在学习中易学易懂，尽快掌握旅游营销的基本方法与技巧。二是教材内容上的前瞻性。在编写中注意观察旅游市场的新变化，积极探索旅游企业开展营销活动的新方法和新经验，了解国家旅游新政策与新法规，广泛借鉴和吸收国内外旅游营销的*研究成果，使教材内容紧跟时代的发展，更好地指导旅游企业开展营销活动。本教材不仅可作为旅游专业、营销专业、餐旅管理和服务专业的教学用书，也可作为广大旅游从业人员的自学用书，相信能为他们科学开展旅游营销活动提供切实的帮助。

目录

前言

第一章 绪论

第一节 现代旅游

第二节 旅游市场

第三节 旅游市场营销

第四节 旅游市场营销组合

第五节 旅游营销学的研究对象和研究内容

【案例讨论题】

复习思考题

第二章 旅游市场营销环境

第一节 旅游市场营销环境概述

第二节 旅游市场宏观环境分析

第三节 旅游市场微观环境分析

第四节 旅游营销环境分析及对策

【案例讨论题】

复习思考题

第三章 旅游者购买行为分析

第一节 旅游者的需要

第二节 旅游者的购买动机

第三节 旅游者购买行为

第四节 旅游市场机会分析

【案例讨论题】

复习思考题

第四章 旅游市场细分与目标市场定位

第一节 旅游市场细分

第二节 旅游目标市场的选择

第三节 旅游目标市场定位策略

第四节 旅游市场开拓策略

【案例讨论题】

复习思考题

第五章 旅游产品策略

第一节 旅游产品概述

第二节 旅游产品生命周期及其营销策略

第三节 旅游产品组合策略

第四节 旅游新产品开发策略

第五节 旅游产品品牌策略

【案例讨论题】

复习思考题

第六章 旅游定价策略

第一节 旅游定价概述

第二节 旅游定价的依据

第三节 旅游企业定价方法

第四节 旅游企业定价策略

第五节 旅游企业价格调整策略

【案例讨论题】

复习思考题

第七章 旅游销售渠道策略

第一节 旅游销售渠道概述

第二节 旅游中间商

第三节 旅游销售渠道的设计

第四节 旅游销售渠道的管理

【案例讨论题】

复习思考题

第八章 旅游促销策略

第一节 旅游促销概述

第二节 旅游广告策略

第三节 旅游营业推广策略

第四节 旅游营销公关策略

第五节 旅游企业的人员推销策略

第六节 旅游印刷品

【案例讨论题】

复习思考题

第九章 旅游营销策划

第十章 旅游企业市场营销管理过程

第十一章 国际旅游市场营销

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)