

《旅游市场营销学》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2010年03月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787561834206

编辑推荐

本书共分十章，分别阐述了旅游市场营销导论、旅游市场营销环境、旅游者购买行为分析、旅游市场营销调研及信息管理、旅游市场细分及定位、旅游产品策略、旅游产品定价策略、旅游产品分销渠道、旅游产品促销策略以及旅游市场营销创新等内容。

本书力求将教学内容和教学方法**地结合起来，着力于能力的训练和培养。在编写体例上，各章前设计了知识目标和技能目标，各章后设计了“本章小结”、“关键术语”、“案例分析”以及“复习与思考”。同时根据教学需要，在各个章节中穿插了许多实例和阅读资料。这不仅将学习、思考和知识拓展**地结合起来，使学生开阔了眼界；同时也使得本书生动活泼，提高了学生的阅读兴趣，有利于学生自学。

内容简介

本书融合了现代旅游发展的实践和旅游市场理论的研究成果，并运用大量案例，系统介绍了现代旅游市场营销学的基础理论知识，主要内容包括旅游市场营销导论、旅游市场营销环境、旅游者购买行为分析、旅游市场营销调研及信息管理、旅游市场细分及定位、旅游产品策略、旅游产品定价策略、旅游产品分销渠道、旅游产品促销策略以及旅游市场营销创新等内容。

本书可作为高等职业院校、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学习用书。

目录

第一章 旅游市场营销导论

第一节 市场与市场营销学

第二节 旅游市场营销学概述

本章小结

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 旅游市场营销宏观环境

第三节 旅游市场营销微观环境

第四节 旅游市场营销环境分析

本章小结

第三章 旅游者购买行为分析

第一节 旅游者购买行为概述

第二节 旅游者购买行为的影响因素分析

第三节 旅游者购买决策过程

第四节 组织市场旅游购买行为

本章小结

第四章 旅游市场营销调研及信息管理

第一节 旅游市场营销调研概述

第二节 旅游市场营销调研的内容及程序

第三节 旅游市场营销调研的方法及技术

第四节 旅游市场营销信息系统

本章小结

第五章 旅游市场细分及定位

第一节 旅游市场细分概述

第二节 旅游目标市场的选择

第三节 旅游市场定位

本章小结

第六章 旅游产品策略

第一节 旅游产品概述

第二节 旅游产品生命周期营销策略

第三节 旅游新产品策略

第四节 旅游产品组合策略

第五节 旅游产品品牌策略

本章小结

第七章 旅游产品定价策略

第一节 旅游产品定价概述

第二节 旅游产品定价方法

第三节 旅游产品定价策略与技巧

第四节 旅游产品价格调整策略

本章小结

第八章 旅游产品分销渠道

第一节 旅游产品分销渠道概述

第二节 旅游中间商

第三节 旅游产品分销渠道策略

本章小结

第九章 旅游产品促销策略

第一节 旅游产品促销概述

第二节 旅游广告

第三节 旅游营业推广

第四节 旅游人员推销

第五节 旅游公共关系

本章小结

第十章 旅游市场营销创新

第一节 市场营销创新

第二节 旅游市场营销观念创新

第三节 旅游市场营销战略创新

本章小结
参考文献

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)