

# 《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)