

<<旅游市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<旅游市场营销学>>

13位ISBN编号：9787030141040

10位ISBN编号：7030141040

出版时间：2011-12

出版时间：科学出版社

作者：赵西萍

页数：412

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>

<<旅游市场营销学>>

内容概要

旅游市场营销学的理论与方法。
本书强调理论与实践的紧密结合，同时兼具较强的创新性，注重对当前国内外旅游市场营销方法的系统总结。

<<旅游市场营销学>>

书籍目录

序第1篇 旅游市场分析第1章 绪论1.1旅游与旅游市场营销1.2旅游市场营销学及其发展历程1.3旅游市场营销学的内容体系及创新第2章 扫描旅游市场营销环境2.1旅游市场营销宏观环境因素分析2.2旅游市场营销微观环境因素分析2.3SWOT分析2.4WTO与中国旅游业第3章 旅游市场调研与预测3.1认识旅游市场营销信息系统3.2旅游市场调研综述3.3旅游市场营销预测步骤与方法第4章 旅游市场细分与目标市场的选择4.1旅游市场营销细分概述4.2旅游市场细分基础4.3旅游目标市场选择及营销战略4.4旅游市场定位第2篇 旅游市场营销战略第5章 旅游市场营销战略5.1旅游市场营销战略概述5.2旅游产品-市场战略5.3旅游市场竞争战略5.4旅游市场营销战略组合第6章 关注消费者的需求——旅游产品策略6.1广义的旅游产品6.2旅游产品生命周期理论及营销策略6.3旅游产品现状及新品开发6.4旅游产品组合第7章 旅游产品定价策略7.1旅游产品定价简介7.2旅游产品定价方法7.3旅游产品或服务定价策略与技巧第8章 旅游产品营销渠道策略8.1旅游产品的营销渠道综述8.2重要的渠道中介——旅游中间商8.3旅游产品营销渠道的决策和策略第9章 旅游促销策略9.1认识旅游促销9.2高效信息传播方式旅游广告9.3短期促销——旅游营业推广9.4面对面沟通——旅游人员推销第3篇 旅游市场营销管理第10章 旅游市场营销控制与管理10.1旅游市场营销活动的管理过程10.2旅游市场营销计划的制定10.3旅游市场营销组织10.4人力资源管理10.5危机管理第11章 旅游市场营销创新11.1旅游市场营销创新11.2旅游市场营销观念创新11.3旅游市场营销战略创新第12章 第五个“P”——旅游市场营销中的公共形象12.1公共关系与公共形象概述12.2旅游企业形象与形象调查12.3企业整体形象识别系统(CIS)第13章 整合营销的应用——旅游目的地地区营销策略13.1旅游目的地地区营销概述13.2旅游目的地形象营销策略13.3旅游目的地产品促销策略第14章 中国出入境旅游市场管理14.1中国入境旅游市场与开发14.2中国出境旅游市场和管理14.3边境旅游市场特征及管理参考文献

<<旅游市场营销学>>

编辑推荐

《旅游市场营销学:原理方法案例》的编写以科学性、系统性、创新性和可操作性为指导思想,将市场营销学的理论与旅游市场运作紧密结合起来,融会贯通。

首先,建立旅游市场营销的概念,重点通过对环境分析、旅游市场营销信息系统、市场调研、市场细分等理论和方法的介绍,使学生掌握确定目标市场的方法、步骤,接着,对如何制定营销战略、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略等进行了详细的论述,最后,归纳了营销活动的实施、控制和创新,介绍了旅游市场营销中的公共关系问题、目的地营销、我国出入境旅游市场管理等内容。

《旅游市场营销学:原理方法案例》的特色是广泛吸取了大量的国内外最新营销管理理论与操作实践,每一章皆由一个小案例开启,之后不断深入,将基本理论和方法寓于案例研究之中,深入浅出,可读性强。

<<旅游市场营销学>>

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>