第一图书网, tushu007.com

<<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：9787040179989

10位ISBN编号：7040179989

出版时间：2005-12

出版时间：高等教育出版社

作者：彭萍 编

页数：186

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

前言

本书是五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教材，是教育部职业教育与成人教育司推荐教材。
本书根据市场营销的规律，总结我国旅游市场营销的最新研究成果，对我国在转轨时期旅游企业市场营销的基本规律作了一系列的论述。
全书共分九章，主要内容包括：绪论、旅游市场分析、旅游市场调研与预测、旅游市场细分与市场定位、旅游产品策略、旅游产品定价策略、旅游产品营销渠道策略、旅游产品促销、旅游市场营销管理等。
本书的具体特色如下：
·结构完整。
本书根据市场营销活动的一般规律来组织内容结构。
这种内容结构不仅把握了科学的内在逻辑性，而且也有利于学生系统地掌握旅游市场营销的理论体系。
·取材广泛。
吸收国内外教材的优点，重视用图表、模型等表现手法直观说明观点；案例贯穿全书，描绘了众多旅游企业的成功运作方式及采用的营销技巧；链接的内容通俗易懂，能够激发学生对各章内容学习的兴趣。
·资料翔实。
编者引用的资料得益于长期积累的旅游市场营销教学经验；得益于理论和实践相结合的教学方法；得益于在国外进行访问时，国外兄弟院校的先进经验与方法；得益于在编写过程中参考和阅读的国内外大量的相关文献。
许多最新的外文资料在国内是第一次引用，新资料为教材的长时间使用奠定了基础。
·针对性强。
本书具有较强的可读性和针对性，除可作为中职、高职旅游专业的教材外，还可供旅游业在职人员学习、参考。
本书的每章结尾都提出了供学生讨论的问题，旨在帮助学生检查他们是否已经理解旅游市场营销最重要的理论知识，培养他们的旅游市场营销意识。

内容概要

《五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书：旅游市场营销》是五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书，是教育部职业教育与成人教育司推荐教材。

《五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书：旅游市场营销》共分九章，主要内容包括：绪论，旅游市场分析，旅游市场调研与预测，旅游市场细分与市场定位，旅游产品策略，旅游产品定价策略，旅游产品营销渠道策略，旅游产品促销，旅游市场营销管理等。

本书采用出版物短信防伪系统，用封底下方的防伪码，按照本书最后一页“郑重声明”下方的使用说明　　本书可作为职业院校旅游服务与管理专业的教学用书，也可作为旅游行业的岗位培训用书。

书籍目录

第一章 绪论第一节 市场营销与旅游市场营销一、市场二、市场营销三、旅游市场营销第二节 旅游市场营销的产生和发展一、市场营销理念的发展演变二、旅游市场营销的产生与发展第三节 旅游市场营销的研究内容和方法一、旅游市场营销的研究内容二、旅游市场营销的研究方法本章小结案例分析复习思考题第二章 旅游市场分析第一节 旅游市场营销环境分析一、旅游市场营销环境的涵义及特点二、旅游市场营销环境分析三、市场风险分析第二节 旅游市场营销信息系统一、旅游市场营销信息的概念及作用二、旅游市场营销信息系统的概念及构成第三节 旅游者购买行为分析一、旅游者购买行为的概念二、旅游者购买行为的类型三、旅游者购买行为的模式四、影响旅游者购买行为的因素五、旅游者购买决策过程本章小结案例分析复习思考题第三章 旅游市场调研与预测第一节 旅游市场调研一、旅游市场调研内容二、旅游市场调研过程三、旅游市场调研的方法第二节 旅游市场预测一、旅游市场预测的类型与内容二、旅游市场预测步骤三、旅游市场预测的方法第三节 旅游市场调研问卷设计一、问卷设计的过程二、问卷中提出问题的方式三、问卷设计中应注意的问题及其范例本章小结案例分析复习思考题第四章 旅游市场细分与市场定位第一节 旅游市场细分一、旅游市场细分的概念二、旅游市场细分应遵循的原则三、旅游市场细分的一般程序四、旅游市场细分的标准及细分因素第二节 旅游目标市场的选择一、旅游细分市场评估二、旅游目标市场的策略三、旅游目标市场选择的一般过程第三节 旅游市场定位一、市场定位的概念二、旅游市场定位的标准三、旅游市场定位的类别四、旅游市场定位的过程第四节 旅游市场营销组合一、旅游市场营销组合的概念二、旅游市场营销组合的特点三、旅游市场营销的分类方法四、旅游市场营销组合策略本章小结案例分析复习思考题第五章 旅游产品策略第一节 旅游产品概述一、旅游产品的整体概念二、旅游产品的构成三、旅游产品的特点第二节 旅游产品开发策略一、旅游产品的生命周期二、旅游产品开发三、旅游产品开发策略第三节 旅游产品组合策略一、产品组合的有关概念二、旅游产品组合策略三、品牌策略本章小结案例分析一案例分析二复习思考题第六章 旅游产品定价策略第一节 旅游产品定价目标一、旅游产品价格的概念二、旅游差价与旅游优惠价三、旅游产品价格的决定因素四、旅游产品的定价目标第二节 旅游产品定价步骤一、确定定价目标二、了解目标市场消费者的购买能力和对价格的态度三、判断市场需要四、估算成本、需求量和利润之间的关系五、分析竞争者反应六、选择定价策略七、最终确定价格第三节 旅游产品的定价方法一、成本导向定价法二、需求导向定价法三、竞争导向定价法第四节 旅游产品价格调整一、旅游产品价格修订二、旅游产品价格调整本章小结案例分析案例分析二复习思考题第七章 旅游产品营销渠道策略第一节 旅游产品营销渠道类型一、旅游产品营销渠道的概念二、旅游产品营销渠道的作用三、旅游产品营销渠道的类型四、选择营销渠道类型的影响因素第二节 旅游中间商一、旅游中间商的概念二、旅游中间商的类型三、旅游中间商的功能四、选择旅游中间商的原则第三节 旅游产品营销渠道策略一、良好的旅游产品营销渠道的特征二、旅游产品营销渠道形式的选择策略三、旅游产品营销渠道的管理四、旅游产品营销渠道的调整五、旅游营销渠道的发展趋势本章小结案例分析复习思考题第八章 旅游产品促销第一节 旅游产品促销概述一、旅游产品成功促销的十大要诀二、旅游产品促销预算与促销组合三、旅游产品促销类型与效果的衡量第二节 旅游广告一、广告的作用与种类二、广告媒体类型与选择的原则三、广告策划和实施过程第三节 公共关系一、公共关系的作用二、公共关系的主要形式三、公共关系活动的实施过程第四节 旅游营业推广与人员推销一、旅游营业推广的种类二、旅游营业推广的策划三、人员推销种类和推销过程本章小结案例分析复习思考题第九章 旅游市场营销管理第一节 旅游市场营销管理的任务一、旅游市场营销管理的定义二、旅游市场营销管理的任务第二节 旅游市场营销组织、计划与实施一、旅游市场营销组织二、旅游市场营销计划三、旅游市场营销的实施第三节 旅游市场营销控制一、年度计划控制二、赢利能力控制三、效率控制四、战略控制本章小结案例分析复习思考题参考文献

章节摘录

插图：

编辑推荐

本书是五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书，是教育部职业教育与成人教育司推荐教材。
全书共分九章，主要内容包括：绪论，旅游市场分析，旅游市场调研与预测，旅游市场细分与市场定位，旅游产品策略，旅游产品定价策略，旅游产品营销渠道策略，旅游产品促销，旅游市场营销管理等。
　本书可作为职业院校旅游服务与管理专业的教学用书，也可作为旅游行业的岗位培训用书。

第一图书网, tushu007.com

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