

<<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：9787300076713

10位ISBN编号：7300076718

出版时间：2006-10

出版单位：人民大学

作者：梁昭

页数：281

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>

## &lt;&lt;旅游市场营销&gt;&gt;

## 内容概要

旅游业是一个比较特殊的服务行业，因此旅游市场营销有着与一般的市场营销所不同的规律，需要旅游业的从业人员特别关注。

同时，我国的旅游业在整个国民经济中占有举足轻重的地位，它既是拉动GDP的主要行业之一，又是展示我国崭新面貌的窗口。

因此旅游市场营销的研究在发展旅游事业、促进经济发展的过程中显得十分必要。

而且随着我国旅游业经营管理水平的整体提升，旅游市场营销学的研究目前已进入了一个新的阶段，从仅仅是简单地嫁接国外的理论体系，发展到已将国际通用的理论与中国旅游业的实际状况相结合，形成了具有中国特色的旅游市场营销学。

本教材共分为十一章，每章由“学习目标”、“案例导入”开篇，在内容编写上，结合高职教学的特点，力求将理论框架设计得简练明了，将内容安排得新颖有趣，并穿插了富于操作性的案例，使学生对学习充满兴趣，可以由浅入深、由表及里系统地掌握旅游市场营销学的专业知识。

应该看到，由于信息时代的到来，学生接受知识的渠道更加多元化，因此我们必须树立这样一个观念：让学生在一定的时间内，尽可能有效地掌握旅游市场营销的基本理论和实务，增强市场理念、竞争意识，提高实际操作的能力。

为此，本教材力求做到理论性与应用性并重，学术性与普及性兼顾，体现时代的特点，注重内容的科学性和创新性。

在编写过程中，作者吸收了国内外旅游市场营销理论的最新研究成果，参考了大量专业资料，结合作者多年从事实际市场营销工作的经验，希望呈现给大家一本有新意的教材。

## &lt;&lt;旅游市场营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 旅游市场营销学概述 第一节 市场营销与市场营销学 第二节 旅游市场营销与旅游市场营销学  
第三节 旅游市场营销的核心业务第二章 旅游市场营销计划的编制和实施 第一节 旅游市场营销计划概  
述 第二节 旅游市场营销计划的编制 第三节 对旅游市场营销计划的控制第三章 旅游市场营销调研 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和程序 第三节 旅游市场营销调研的方  
法及技术第四章 旅游市场营销环境分析 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  
境分析 第三节 旅游市场营销微观环境分析第五章 旅游消费者购买行为分析 第一节 旅游消费动机分  
析 第二节 影响旅游消费者购买行为的因素 第三节 旅游消费者购买决策分析 第四节 旅游消费者购  
买行为模式分析第六章 细分旅游市场及确定目标市场 第一节 旅游市场的细分 第二节 旅游目标市场  
的选择 第三节 旅游企业的市场定位第七章 旅游产品及其营销 第一节 旅游产品概述 第二节 旅游产品  
的生命周期及其营销策略 第三节 旅游产品的组合策略 第四节 旅游产品的品牌策略第八章 旅游产品  
的定价 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 第四节 旅  
游产品的价格调整第九章 旅游产品分销渠道的选择与管理 第一节 旅游产品分销渠道概述 第二节 旅  
游产品分销渠道的策略与管理 第三节 旅游产品中间商第十章 旅游产品的促销方式与方法 第一节 旅  
游产品促销概述 第二节 旅游产品的广告促销策略 第三节 旅游市场公共关系策略 第四节 旅游人  
员推销策略 第五节 旅游营业推广策略第十一章 旅游目的地营销 第一节 旅游目的地营销概述 第二  
节 旅游目的地营销系统参考资料

## <<旅游市场营销>>

### 编辑推荐

本教材吸收了国内外旅游市场营销理论的最新研究成果，结合作者多年从事实际市场营销工作的经验，理论性与应用性并重，学术性与普及性兼顾，全书内容共分为十一章，每章由“学习目标”、“案例导入”开篇，在内容编写上，结合高职教学的特点，力求将理论框架设计得简练明了，将内容安排得新颖有趣，并穿插了富于操作性的案例，使学生对学习充满兴趣，可以由浅入深、由表及里系统地掌握旅游市场营销学的专业知识。

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>