

<<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：9787502572204

10位ISBN编号：7502572201

出版时间：2005-7

出版时间：化学工业出版社发行部

作者：孙庆群

页数：204

字数：326000

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

旅游市场营销学是研究旅游商品供求双方的矛盾关系及其发展变化规律的一门科学。

本书在介绍市场营销与旅游营销基本理论的基础上，重点介绍旅游市场营销环境分析、旅游市场营销调研、旅游消费者购买行为分析、旅游市场营销管理过程、旅游产品策略、旅游产品的定价策略、旅游分销渠道策略、旅游产品促销策略、服务市场营销、旅游业各行业战略性营销等内容。

本书适合作为旅游经济类高职高专院校教材，也可作为旅游企业员工培训教材。

## &lt;&lt;旅游市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 绪论 第一节 市场营销理论的发展 一、市场营销学的产生和发展 二、市场营销的基本含义 三、市场营销管理哲学 第二节 旅游市场营销 一、旅游市场 二、旅游市场营销 第三节 旅游市场营销学及其内容体系 一、旅游市场营销学的研究对象 二、旅游市场营销学的研究方法 三、旅游市场营销学的内容体系 本章小结 复习与思考题第二章 旅游市场营销环境分析 第一节 旅游市场营销环境的概念和特征 一、旅游市场营销环境的概念 二、旅游市场营销环境的特征 第二节 宏观环境分析 一、政治法律环境 二、人口环境 三、经济环境 四、社会文化环境 五、自然环境 六、技术环境 第三节 微观环境分析 一、营销组织自身(企业内部环境) 二、旅游供应者 三、旅游中间商 四、顾客群 五、竞争者 六、公众 第四节 企业对环境影响的对策 一、营销环境机会与威胁 二、营销环境机会与威胁分析 三、企业对环境威胁的对策 本章小结 复习与思考题第三章 旅游市场营销调研 第一节 旅游市场营销调研概述 一、旅游市场营销调研的意义 二、旅游市场营销调研的类型 第二节 旅游市场营销调查的内容与程序 一、需要开展旅游营销调查的重要时机 二、旅游市场营销调查的内容 三、市场营销调查程序 第三节 旅游市场营销调查的方法与技术 一、调查方法 二、抽样调查方法 三、问卷设计技术 第四节 旅游市场预测 一、定性预测法 二、定量预测法 第五节 旅游市场营销信息系统 一、企业内部信息情报系统 二、外部市场营销情报系统 三、市场调研信息系统 四、市场营销决策支持系统 本章小结 复习与思考题第四章 旅游消费者购买行为分析 第一节 旅游消费者的动机分析 一、旅游消费者的动机过程 二、旅游消费动机产生的条件 三、旅游动机分类 第二节 旅游消费者购买行为的影响因素 一、文化因素 二、社会因素 三、个人因素 四、心理因素 第三节 旅游消费者购买决策过程 一、旅游消费者购买行为的决策过程 二、旅游消费者购买行为类型 本章小结 复习与思考题第五章 旅游市场营销管理过程 第一节 旅游市场营销管理的实质与任务 一、旅游市场营销管理的实质 二、旅游市场营销管理的任务 第二节 旅游市场营销管理过程 一、发现和评价市场机会 二、旅游市场细分和目标市场选择 三、旅游市场营销组合与旅游市场营销预算 四、执行和控制旅游市场营销计划 本章小结 复习与思考题第六章 旅游产品策略 第一节 旅游产品的概念 一、产品的整体概念 二、旅游产品及其特点 第二节 旅游产品组合策略 一、有关旅游产品组合的几个概念 二、旅游产品组合决策的步骤 第三节 旅游产品的生命周期 一、旅游产品生命周期的概念 二、旅游产品生命周期各阶段的特点及营销策略 第四节 旅游新产品开发策略 一、旅游新产品的含义 二、现代旅游产品的发展趋势 三、旅游产品的开发程序 第五节 旅游产品品牌策略 一、品牌的有关概念 二、旅游产品品牌的作用 三、旅游产品品牌策略 本章小结 复习与思考题第七章 旅游产品的定价策略 第一节 旅游产品定价目标和定价步骤 一、旅游产品价格的形式 二、旅游产品定价的影响因素 三、旅游产品定价的目标 四、旅游产品定价的步骤 第二节 旅游产品定价方法 一、成本导向定价 二、需求导向定价 三、竞争导向价格 第三节 旅游产品定价策略 一、新产品价格策略 二、心理定价策略 三、折扣价格策略 四、招徕价格策略 五、区分需求价格策略 本章小结 复习与思考题第八章 旅游分销渠道策略 第一节 分销渠道的概念、功能和类型 一、分销渠道的概念 二、旅游产品分销渠道的类型 三、旅游产品分销渠道的特点 四、旅游产品分销渠道的功能 第二节 影响旅游产品分销渠道选择的因素 一、旅游产品 二、市场因素 三、旅游企业本身的因素 四、旅游中间商的情况 五、外界环境因素 第三节 旅游中间商 一、旅游中间商的功能 二、旅游中间商的类型 第四节 旅游产品营销渠道策略 一、旅游产品分销渠道策略 二、旅游产品分销渠道的管理 三、旅游产品分销渠道的冲突 本章小结 复习与思考题第九章 旅游产品促销策略 第一节 旅游产品促销概述 一、旅游促销的概念及作用 二、促销信息的传递 三、旅游促销组合及促销策略 第二节 旅游广告 一、广告的类型和作用 二、旅游广告决策 第三节 旅游人员推销 一、旅游人员推销的含义及特点 二、旅游人员推销的功能 三、旅游人员推销的基本原则 四、旅游人员推销的过程 第四节 旅游营业推广 一、营业推广的概念和特点 二、营业推广的作用 三、选择营业推广方式 四、营业推广决策 第五节 旅游公共关系 一、公共关系的概念 二、公共关系的特点 三、公共关系的基本功能 四、公共关系的方法 本章小结 复习与思考题第十章 服务市场营销 第一节 服务市场营销概述 一、服务市场营销的概念 二、服务的特征 三、服务市场营销组合 第二节 旅游服务质量管理 一、旅游服务质量的含义 二、旅游服务质量的内容 三、服务质量的

<<旅游市场营销学>>

评估 四、旅游企业提高服务质量的策略 第三节 服务质量营销技术 一、管理顾客期望 二、超出顾客的期望 三、服务承诺 四、服务补救 本章小结 复习与思考题第十一章 旅游业各行业战略性营销 第一节 旅游目的地战略性营销 一、旅游目的地营销的概念与特征 二、旅游目的地营销战略 第二节 旅游交通战略性营销 一、旅游交通的作用及特征 二、旅游交通营销战略 第三节 旅游饭店战略性营销 一、旅游饭店营销的意义及特征 二、旅游饭店营销战略 第四节 旅行社战略性营销 一、旅行社营销的方式及发展趋势 二、旅行社营销战略 本章小结 复习与思考题参考文献

<<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>