

<<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：9787503828096

10位ISBN编号：7503828099

出版时间：2000-9

出版时间：中国林业

作者：华国梁 编

页数：284

字数：332000

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>>

### 内容概要

中国旅游经济与国际旅游经济接轨已成为必然趋势，旅游高等院校有责任有义务培养一批具有现代经营意识和现代经营理论的人才，并及时编写出适应时代气息的旅游教材，来满足旅游业发展的需要。为此，我们编写了《旅游市场营销》一书。

市场营销活动是旅游企业经营活动的重要组成部分。

经济发达国家的市场营销学者们对市场营销理论和实践进行了较长时期的研究，并将这方面的研究成果结合旅游企业的经营特点，形成了系统的理论体系，并应用于旅游企业的经营管理之中，其成功的经验和失败的教训为我国的旅游经营提供了借鉴。

我国的专家学者多年来也在旅游市场营销领域中进行了大量的理论研究和实践活动，发表了一批专著和论文，对包括旅游业在内的服务性行业、企业的营销活动，起到了科学的指导和推动作用。

这些研究成果为本书的编写提供了理论基础和资料上的支持。

## &lt;&lt;旅游市场营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 绪论 第一节 市场营销学概述 第二节 旅游市场营销学概述第二章 旅游市场营销环境 第一节 市场与旅游市场 第二节 旅游市场营销环境概述 第三节 旅游市场营销环境分析第三章 旅游市场调查和市场预测 第一节 旅游市场调查 第二节 旅游市场预测第四章 旅游消费需求与购买行为 第一节 旅游消费需求的特征 第二节 旅游产品购买行为分析第五章 旅游市场细分与目标市场 第一节 旅游市场细分及其价值 第二节 旅游市场细分的程序、标准和方法 第三节 旅游目标市场的确定第六章 旅游市场竞争 第一节 旅游市场竞争环境分析 第二节 旅游市场竞争者的类型 和 第三节 旅游目标市场的确定第七章 旅游市场营销活动的组织和管理 第一节 旅游市场营销计划的制定 第二节 旅游市场营销组织 第三节 旅游市场营销组合第八章 旅游产品开发策略 第一节 旅游产品概述 第二节 旅游产品生命周期策略 第三节 旅游新产品开发第九章 旅游产品价格策略 第一节 旅游产品的价格 第二节 旅游产品价格的制定 第三节 旅游产品价格策略第十章 旅游产品销售渠道策略 第一节 旅游产品销售渠道的功能和设计 第二节 旅游产品销售渠道的管理第十一章 旅游产品人员推销策略 第一节 旅游产品内部促销和营业推广 第二节 旅游产品人员推销 第三节 旅游产品人员推销的技巧第十二章 旅游广告促销策略 第一节 旅游广告概述 第二节 旅游广告的媒介选择 第三节 旅游广告的策划与创作 第四节 旅游广告的效果评介第十三章 旅游公共关系促销策略 第一节 旅游公共关系概述 第二节 旅游公共关系促销的运作第十四章 旅游市场营销控制 第一节 旅游市场营销控制概述 第二节 旅游市场营销计划控制 第三节 旅游市场营销利润控制 第四节 旅游市场营销战略控制

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>