第一图书网, tushu007.com

<<旅游目的地营销>>

图书基本信息

书名：<<旅游目的地营销>>

13位ISBN编号：9787505849211

10位ISBN编号：7505849212

出版时间：2005-6

出版时间：经济科学出版社

作者：王晨光

页数：255

字数：270000

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

<<旅游目的地营销>>

内容概要

本书是国内第一本系统诠释旅游目的地营销理论与方法的学术著作。
全书共分为五章。
第一章介绍了旅游目的地与旅游目的地营销的基本概念、原理和管理过程；第二章从定性和定量两个角度对旅游市场研究方法做了系统分析和说明；第三章介绍了旅游目的地营销战略的基本构成和五种主要模式；第四章分别提供了四种常用的旅游目的地营销技术，为旅游目的地组织(或旅游企业)改进和完善日常营销管理活动提供了科学依据和指导思路；第五章主要分析旅游目的地营销活动的组织与计划管理，并介绍了危机时期旅游组织的营销方法。
本书在每章结尾处还附设了案例内容，以帮助读者更好地理解和掌握正文内容。
　本书既重视对旅游目的地营销理论的系统介绍，同时也强调了对具体营销与管理方法的分析和说明，因此对各级旅游组织、旅游企业改进和加强旅游目的地营销管理活动的较大的指导意义。
同时，本书也适合作为高等院校旅游及相关专业研究生和本科阶段高年级学生的专业教材，或作为旅游研究人员的参考资料使用。

<<旅游目的地营销>>

书籍目录

第一章 概述 第一节 旅游目的地的涵义 一、旅游目的地的概念 二、旅游目的地的空间运行规律 三、旅游目的地的核心概念 第二节 旅游目的地营销 一、市场营销的涵义 二、营销观念 三、旅游目的地营销 四、研究旅游目的地营销的意义 第三节 旅游目的地营销管理的过程与方法 一、旅游目的地营销的参与主体 二、旅游目的地营销管理过程第二章 旅游目的地市场研究 第一节 旅游市场特征分析 一、旅游市场的涵义 二、旅游者 三、旅游需求与旅游消费 四、世界旅游市场格局与发展趋势 第二节 旅游市场调研 一、旅游市场调研的概念 二、旅游市场调研的内容 三、旅游市场调研的步骤 四、旅游市场调研的方法 五、旅游市场调研的技术 第三节 旅游市场预测 一、旅游市场预测的涵义 二、旅游市场预测的内容 三、旅游市场预测的程序 四、旅游市场预测的方法第三章 旅游目的地营销战略 第一节 营销战略概述 一、战略的涵义 二、营销战略分析方法 三、营销战略的规划 第二节 目标市场营销战略与定位战略 一、市场细分 二、目标市场选择战略 三、定位战略 第三节 营销组合战略 一、营销组合 二、旅游营销组合策略 三、旅游营销组合战略 第四节 品牌战略 一、品牌战略的涵义 二、旅游目的地品牌特性分析 三、旅游目的地品牌营销战略 第五节 合作营销战略 一、合作营销的涵义 二、合作营销战略第四章 旅游目的地营销技术第五章 旅游目的地营销活动的组织与管理参考文献后记

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