

<<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：9787562426691

10位ISBN编号：7562426694

出版时间：2003-2

出版时间：重庆大学出版社

作者：吴金林

页数：273

字数：358000

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

本书以旅游市场营销国际化、知识化趋势为背景，本着“理论够用为度、突出实用”的原则，对现代旅游市场的理论和方法进行了较为详细的阐述。

全书分为三个部分，包括树立正确的旅游市场营销理念、确定正确的旅游市场营销战略和策略以及为保证战略和策略正确实施的旅游市场营销管理。

本书内容注意贴近旅游工作实际，把握旅游市场脉搏，对旅游市场营销实践有较强的指导作用。

<<旅游市场营销>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 市场营销的发展历程 第二节 市场经营观念的演进 第三节 面向知识化、国际化时代的旅游市场营销 第四节 旅游市场营销的研究内容与方法 本章小结 复习思考题 案例分析

第二章 旅游市场营销环境分析 第一节 旅游市场营销环境概念与特点 第二节 国际国内旅游市场环境新变化 第三节 宏观环境及影响 第四节 微观环境及影响 第五节 SWOT分析 本章小结 复习思考题 案例分析

第三章 旅游者购买行为分析 第一节 旅游者购买行为分析的作用与意义 第二节 影响旅游者购买行为的外部因素 第三节 影响旅游者购买行为的内部因素 第四节 旅游者购买行为模式 第五节 旅游者购买决策过程 第六节 旅游者购买行为的引导策略 本章小结 复习思考题 案例分析

第四章 旅游市场营销战略 第一节 旅游市场营销战略概念 第二节 制定旅游市场营销战略规划的内容、方法及原则 第三节 旅游市场营销战略类型 第四节 旅游市场营销战略规划与策略的关系 本章小结 复习思考题 案例分析

第五章 旅游市场营销信息系统、调研与预测 第一节 旅游市场营销信息系统 第二节 旅游市场调研 第三节 旅游市场预测 本章小结 复习思考题

第六章 旅游市场细分及目标市场选择与定位 第一节 旅游市场细分 第二节 旅游目标市场的选择 第三节 旅游市场定位 本章小结 复习思考题 案例分析

第七章 旅游产品策略 第一节 旅游产品的界定 第二节 旅游产品市场生命周期 第三节 旅游产品组合策略 第四节 旅游新产品开发 第五节 旅游产品的“绿化” 本章小结 复习思考题 案例分析

第八章 旅游产品定价策略 第一节 旅游产品定价步骤 第二节 旅游产品定价策略 第三节 旅游产品定价方法 第四节 旅游产品价格调整 第五节 旅游企业非价格竞争策略 本章小结 复习思考题 案例分析

第九章 旅游产品销售渠道策略 第一节 概述 第二节 旅游产品销售渠道的类型 第三节 旅游产品销售渠道的选择 第四节 旅游产品销售渠道选择策略 第五节 网络营销在旅游业中的应用 本章小结 复习思考题 案例分析

第十章 旅游产品促销策略 第一节 概述 第二节 旅游广告 第三节 旅游营业推广 第四节 旅游公共关系 第五节 旅游人员推销 本章小结 复习思考题 案例分析

第十一章 旅游企业营销管理 第一节 旅游企业营销管理任务 第二节 旅游企业营销矛盾冲突与协调 第三节 旅游企业营销组织 第四节 旅游企业营销实施 第五节 旅游企业营销控制 第六节 旅游企业内部营销管理 本章小结 复习思考题 案例分析

主要参考文献

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>