

<<中国旅游的国际营销>>

图书基本信息

书名：<<中国旅游的国际营销>>

13位ISBN编号：9787112138708

10位ISBN编号：7112138701

出版时间：2012-2

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：阿拉斯塔·莫里森

页数：190

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>

<<中国旅游的国际营销>>

内容概要

旅游产业已经上升为国家战略，中国旅游迎来了发展的黄金时期，但是据权威数据统计，中国的入境游与出境游相比，并没有展现其应有的状态。

如何在满足国内游客需求的同时，吸引更多外国游客，是很多旅游目的地百思不得其解的问题；旅游营销，尤其是旅游的国际营销，对于众多旅游目的地管理机构而言还是一个全新的课题。

《中国旅游的国际营销》从全球旅游营销的机遇与趋势切入，探讨中国旅游国际营销的现有问题与未来挑战，阐述了向全球营销中国旅游的专业理论、实践和方法，并将目的地管理机构网络营销这一最为普遍和有效的方法加以详细梳理，辅助以若干成功国际营销的中国案例，实为对旅游目的地国际营销答疑解惑的佳作。

<<中国旅游的国际营销>>

作者简介

阿拉斯塔·莫里森教授，国际旅游学著名专家，苏格兰人，现任享有“旅游界的哈佛”美誉的美国普渡大学酒店及旅游管理系终身教授，博士生与博士后导师，并在英国斯特莱斯克莱德大学、澳大利亚詹姆斯·库克大学及中国香港大学兼任客座教授职务，同时也是世界旅游组织（UNWTO）、欧盟、意大利、西班牙等国际组织及国家相关重大旅游项目的首席项目专家。莫里森教授先后主持和担任了全世界30个国家及地区多项国家级旅游重点研究项目。为全世界培养了大量的高级旅游专门人才，是国际公认的旅游学界5位泰斗级人物之一。

莫里森教授同时也是业内知名的国际旅游及酒店管理咨询公司——彼路旅游国际公司的项目总监及首席执行官。

该公司已为中国多个省份及城市完成了非常成功及准确有效的旅游发展咨询及研究项目。

莫里森教授是旅游学界杰出的教授、培训师，也是成果累累的研究者和学术带头人，出版了如《酒店与旅行营销》、《旅游系统（第四版）》、《旅游：大陆之间的桥梁》等旅游及服务业方面的领航性学术专著及超过350篇的学术、会议论文及研究报告，并已翻译成中文、韩文等语言；而且他也是国际旅游学界11种重要学术期刊杂志的编委会成员，例如《旅游营销》、《旅游管理》、《国际旅游观察》等，并且有超过十年以上从事咨询行业的成功经验。

莫里森教授曾多次获得世界级、国家级和校级荣誉及奖励。

其中较重要的有：国际旅游教育学会终生成就奖、美国普渡大学杰出教授奖、普渡大学杰出本科教育奖、国际CHRIE协会及国际旅游教育者联合会颁发的最佳论文奖，并获得目的地管理执行官（CDME）及旅行市场营销执行官（CTME）认证，以及其他多项国际学术奖励。

莫里森教授一直从事国际旅游营销，酒店运营及消费者行为学的教学和研究，尤其在旅游市场营销战略与策划、国际旅游市场开发与推广、网络营销与网站评估、市场细分研究、旅游策划与开发、开发/执行教育与培训项目以及可行性研究与财务分析等方面有深入、系统和独到的研究和建树。

<<中国旅游的国际营销>>

书籍目录

序

大地风景国际咨询公司对莫里森教授就中国未来国际化旅游营销进行的访谈
中国旅游目的地管理和营销的关键与战略抉择
旅游目的地营销和管理都是系统性、战略性工作
DMO的领导角色和专业化进程
中国旅游发展新趋势

第1章 全球旅游营销机遇与趋势

世界旅游新趋势
中国国际游客接待量趋势
总接待量趋势
中国的海外客源市场
未来中国的国际游客接待量预测
预计到2015年，中国入境游客数量排名世界第一
市场趋势
人口统计学特征
客源国
出行目的
旅行计划与行程安排
消费心态与生活方式
特殊兴趣
技术应用
目的地管理是什么？

目的地构成与目的地产品
目的地管理机构在目的地管理中的角色
小结：中国目的地管理机构所面临的未来机会与趋势

第2章 中国旅游国际营销的现有问题与未来挑战

引言
中国的目的地管理与营销：中国是什么样的目的地？

目的地管理与营销：总体规划式营销是什么样？

目的地营销策略与规划：当前中国的现状如何？

基于调研的营销：如何倾听消费者的声音？

互联网营销：如何从网络营销中获益更多？

WebEVAL DMO China中国目的地管理机构网站评估系统：
中国省级目的地管理机构网站的效率如何？

社交媒体与用户自创内容：如何鼓励与目的地相关的在线会话？

<<中国旅游的国际营销>>

社交媒体渠道：如何参与社交媒体上的讨论？

旅游印刷品：如何恰当设计纸质旅游宣传材料？

解说：如何别具风格地讲述有趣的故事？

外语沟通：为什么旅游领域随处可见中国式英语？

业绩评估：如何考核目的地管理机构的营销成效？

走出去，去学习、去营销：海外营销时如何做到最具成效？

目的地管理与营销的专业化标准：如何促进目的地管理机构更加专业化？

卓越旅游教育与培训，真如何为未来储备目的地管理人才？

中国目的地管理机构所面临的问题及未来挑战总结

目的地管理机构的专业化

目的地管理机构的沟通渠道

目的地管理机构的营销

小结：中国的目的地管理机构的未来日程

第3章 向全球营销中国旅游的专业理论、实践与方法

什么是目的地管理？

什么是目的地营销？

.....

第4章 全球旅游目的地管理机构网络营销

第5章 中国旅游国际营销案例研究

译者跋

<<中国旅游的国际营销>>

编辑推荐

中国已经逐步进入目的地营销时代，旅游总体规划世界领先，但旅游目的地管理与营销仍任重道远。阿拉斯塔·莫里森编著的《中国旅游的国际营销》面向中国目的地营销机构以及旅游营销从业人员，应用目的地管理与营销DRICE模型及营销组合8P理论结合国内外优秀目的地国际营销实践案例，从战略和战术层面，为中国旅游的国际营销指明了发展方向和实际操作方法。本书图文并茂，深入浅出，实为对旅游目的地国际营销答疑解惑的佳作。

<<中国旅游的国际营销>>

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>