

<<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：9787563709946

10位ISBN编号：7563709940

出版时间：2001-1

出版时间：旅游教育出版社

作者：谷慧敏

页数：311

字数：227000

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

旅游市场营销是已被列为旅游管理专业的主要专业课程。

为了适应教学的需要，作者编写了此书。

当然，本书也可用作旅游管理部门和旅游企业对在职干部进行岗位培训的教材。

全书共分上、中、下三篇。

上篇介绍旅游市场营销的基本概念及其发展趋势，中篇介绍旅游市场营销管理的基本流程，下篇则从旅游业的主要构成要素出发，分别介绍了开展市场营销的实践。

在各章末还编写了与教学内容有关的案例。

这些案例有成功的经验，也有失败的教训，希望读者能从中得到启迪。

<<旅游市场营销>>

书籍目录

前言上篇 旅游市场营销总论 第1章 概论 第一节 市场营销概念 第二节 旅游市场概念 第三节 旅游产品的特点 第四节 未来旅游市场特点及旅游产品发展 思考题 本章案例： 1.澳大利亚自然和生态旅游认证计划 2.亚洲旅游市场遍地黄金 第二章 旅游市场营销观念的演变及其发展 第一节 旅游市场营销 第二节 旅游市场营销观念的演进 第三节 旅游关系营销 第四节 旅游网络营销 思考题 本章案例：青旅在线中篇 旅游市场营销管理 第三章 旅游购买者行为分析 第一节 旅游者购买行为概述 第二节 影响旅游者购买行为的因素 第三节 旅游者的购买过程 第四节 组织机构的购买行为分析 思考题 本章案例：澳大利亚出境及旅华市场特征 第四章 旅游市场营销管理 第一节 旅游营销信息系统 第二节 旅游市场细分 第三节 旅游目标市场选择 第四节 旅游市场营销计划 思考题 本章案例： 1.旅游托起日本经济的明天——日本制定21世纪基础旅游振兴战略 2.“白色贵妇人”——谁能供养的世界名轮 第五章 旅游市场营销策略组合 第一节 旅游产品策略 第二节 旅游产品的定价策略 第三节 旅游促销策略 第四节 旅游分销渠道策略 思考题 本章案例：新加坡旅游促进局的促销行动下篇 旅游市场营销应用 第六章 旅游目的地营销 第七章 旅游景点营销 第八章 旅游交通营销 第九章 旅游饭店营销 第十章 旅行社营销主要参考文献

<<旅游市场营销>>

编辑推荐

全书共分上、中、下三篇。

上篇介绍旅游市场营销的基本概念及其发展趋势，中篇介绍旅游市场营销管理的基本流程，下篇则从旅游业的主要构成要素出发，分别介绍了开展市场营销的实践。

在各章末还编写了与教学内容有关的案例。

这些案例有成功的经验，也有失败的教训，希望读者能从中得到启迪。

在本书的编写中，笔者力图体现如下原则：第一，系统性。

如前所述，本书作为教科书，内容涵盖了旅游市场营销的基本概念和旅游市场营销实践的主要子系统。

读者通过学习，会对该学科的整体框架有清晰的认识。

第二，前瞻性。

观点和信息滞后通常是教材编写的一大缺陷，在本书写作过程中，虽然也有这样的困惑，但笔者尽力克服这一不足，在内容的安排上注意引入本学科的前沿理论。

第三，实践性。

旅游市场营销是一门应用科学，因此，本书在编写过程中，始终从实用出发，力图使读者获得可用的知识和信息。

本书没有停留在一般市场营销的理论框架之内，而是在此基础上，从旅游产品和旅游需求的特点出发，对构成旅游业的各个子系统的特殊性进行分析，并着力研究如何开展针对性的营销。

第四，简洁性。

本书力图在有限的篇幅内，对旅游市场营销理论进行准确和简明的阐述，剔除有关复杂的理论模型内容，同时避免使用过于晦涩的学术语言和冗长的论述，使之具有更广泛的读者层面。

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>