

<<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：9787563724901

10位ISBN编号：7563724907

出版时间：2012-9

出版时间：吴海 旅游教育出版社 (2012-09出版)

作者：吴海

页数：227

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》在大量参考国内外的有关著作、教材的基础上，结合我国旅游发展的实践和编者多年来的理论研究、教学经验，系统地对旅游市场营销的理论和操作方法进行了总结和研究。

《旅游市场营销》对旅游市场营销环境分析、旅游调查与预测、旅游目标市场、旅游产品策略、旅游价格策略、分销渠道的选择与管理、旅游促销以及旅游市场营销管理与控制等内容都做了比较详细的阐述与分析。

每一章都强调了学习目标和要求，并附有典型案例、案例思考题、复习思考题。

本书力求简明扼要，中心突出，深浅得宜，注重贴近旅游工作实际，对旅游市场营销实践有较强的指导作用，可供旅游院校的专业教学使用，也可作为旅游从业人员的培训教材，对旅游企业经营管理人员具有参考价值。

<<旅游市场营销>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 市场与市场营销 第二节 旅游市场营销 第三节 旅游市场营销的产生与发展第二章 旅游市场营销环境分析 第一节 旅游市场营销环境概述 第二节 旅游市场营销宏观环境分析 第三节 旅游市场营销微观环境分析第三章 旅游者购买行为分析 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分析 第三节 旅游者购买决策过程分析第四章 旅游市场调查与预测 第一节 旅游市场营销信息系统概述 第二节 旅游市场调查 第三节 旅游市场预测第五章 旅游目标市场营销 第一节 旅游市场细分 第二节 旅游目标市场选择及策略 第三节 旅游市场定位第六章 旅游产品策略 第一节 旅游产品概述 第二节 旅游产品生命周期 第三节 旅游产品开发第七章 旅游产品价格策略 第一节 旅游产品价格概述 第二节 旅游产品的定价方法 第三节 旅游产品定价策略第八章 旅游营销渠道的选择与管理 第一节 旅游营销渠道概述 第二节 旅游中间商 第三节 旅游营销渠道的选择与管理 第四节 网络营销渠道的设计与应用第九章 旅游产品促销策略 第一节 旅游促销概述 第二节 旅游广告 第三节 旅游销售促进 第四节 旅游公共关系 第五节 旅游人员推广第十章 旅游市场营销管理与控制 第一节 旅游市场营销管理过程 第二节 旅游市场营销计划的制订 第三节 旅游市场营销控制参考文献

<<旅游市场营销>>

编辑推荐

吴海主编的《旅游市场营销》在大量参考国内外的有关著作、教材的基础上，结合我国旅游发展的实践和编者多年来的理论研究、教学经验，系统地对旅游市场营销的理论和操作方法进行了总结和研究。

本书对旅游市场营销环境分析、旅游调查与预测、旅游目标市场、旅游产品策略、旅游价格策略、分销渠道的选择与管理、旅游促销以及旅游市场营销管理与控制等内容都做了比较详细的阐述与分析。

每一章都强调了学习目标和要求，并附有典型案例、案例思考题、复习思考题。

本书力求简明扼要，中心突出，深浅得宜，注重贴近旅游工作实际，对旅游市场营销实践有较强的指导作用，可供旅游院校的专业教学使用，也可作为旅游从业人员的培训教材，对旅游企业经营管理人员具有参考价值。

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>