第一图书网, tushu007.com

<<旅游营销学>>

图书基本信息

书名：<<旅游营销学>>

13位ISBN编号：9787811234411

10位ISBN编号：7811234416

出版时间：2009-1

出版时间：清华大学出版社有限公司

作者：王德静，贺湘辉　主编

页数：188

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本教材共分10章，全面系统地阐述了旅游市场营销中的基本要点和具体内容。
在编写过程中，本教材注重将市场营销理论与企业市场营销实际相结合，增加了案例分析的比重，将新观点、新技术、新方法等融入其中，以反映旅游市场营销发展的新动态及新趋势。
本教材主要适用于高职高专院校旅游管理专业教学，也可作为旅游从业人员的培训和自学用书。

<<旅游营销学>>

书籍目录

第1章　旅游市场营销概论　1.1　市场营销　　1.2　旅游市场营销　　1.3　旅游市场营销学　第2章　旅游营销环境分析　　2.1　旅游市场营销环境　　2.2　旅游市场营销的宏观环境　　2.3　旅游市场营销的微观环境　第3章　旅游购买行为分析　　3.1　旅游者购买行为概述　　3.2　旅游者购买决策行为的心理特征分析　　3.3　旅游者购买决策过程　　3.4　组织机构的购买行为分析　第4章　旅游市场调研与预测　　4.1　旅游市场调研　　4.2　旅游市场预测　第5章　旅游目标市场营销　　5.1　旅游市场细分　　5.2　旅游目标市场选择及策略　5.3　旅游产品的市场定位第6章　旅游产品策略　6.1　旅游产品生命周期策略　6.2　旅游新产品开发设计　6.3　旅游产品组合策略第7章　旅游产品价格策略　7.1　旅游产品价格　7.2　旅游产品定价的方法　7.3　旅游产品定价策略第8章　旅游分销渠道策略第9章　旅游促销策略第10章　旅游市场营销的计划、组织、实施与控制参考文献

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