

<<旅游产品营销>>

图书基本信息

书名：<<旅游产品营销>>

13位ISBN编号：9787040153293

10位ISBN编号：7040153297

出版时间：2004-10

出版时间：高等教育出版社

作者：A.V.西顿 (Seaton A.V.)

页数：542

字数：640000

译者：张俐俐

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>

<<旅游产品营销>>

内容概要

本书是国外旅游管理前沿教材译丛之一。

本系列丛书不仅仅是业界颇具影响和力作，而且是由国内外知名旅游研究学者根据我国目前的现状需要，从不同的系列图书中精选出来的，从这个角度说，这套丛书是为我国旅游管理专业的教育、教学、科研订制的。

本书由三个部分构成：第一部分精炼地阐述了旅游市场营销的基本原理；第二部分考察了当前一系列对旅游市场营销产生影响的重要问题；第三部分从提供旅游产品的主要部门中挑选出5个扩展的案例，即航空公司、酒店、旅行代理商、旅游经营商和旅游目的地。

本书突出的特点是使用了各种不同类型的国际性实例（这些案例取材于理论界和业界对游客的研究成果、商业调查资料、会议论文、期刊文章以及相当重要的业内人士访谈等）来阐述主要观点。

本书既可以作为旅游管理专业本科生及研究生教材，也可供从事旅游管理工作的人员参考使用。

作者简介

主要作者

托尼·西顿 (Tony Seaton) 是英国斯特拉思克莱德大学旅游学讲师和该校苏格兰旅游研究中心 (Scottish Tourism Research Unit, University of Strathclyde) 负责人。他在牛津沃德汉学院 (Wadham College, Oxford) 获得英语文学硕士后曾经从事酒店管理工作, 之后在

书籍目录

第一编 基本原理 第一章 旅游市场营销的概念 第二章 旅游需求分析：市场细分 第三章 旅游需求分析：旅游行为 第四章 旅游市场营销调研 第五章 市场营销组合：旅游产品 第六章 市场营销组合：旅游价格 第七章 市场营销组合：旅游分销渠道 第八章 市场营销组合：旅游促销 第九章 整合为一：旅游市场营销的过去和现在第二编 焦点问题 第十章 东欧旅游市场营销 第十一章 欧盟休闲旅游市场 第十二章 英国短期度假市场 第十三章 商务旅游市场 第十四章 目的地市场营销 第十五章 航空公司市场营销 第十六章 小型旅游企业市场营销 第十七章 信息技术与旅游数据库 第十八章 服务、质量与旅游业第三编 案例研究 第十九章 航空公司市场营销：西北航空公司 第二十章 酒店市场营销：加拿大酒店业市场营销计划 第二十一章 旅行代理商市场营销：英国托马斯·库克公司 第二十二章 旅游经营商市场营销：英国直销假日公司 第二十三章 目的地市场营销：佛罗里达——对调研的利用主要术语

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>