

<<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：9787111344674

10位ISBN编号：7111344677

出版时间：2011-9

出版时间：机械工业出版社

作者：邓安娜，秦鹏 主编

页数：177

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

邓安娜、秦鹏主编的《旅游市场营销》以增强高职院校旅游管理专业学生动手能力为出发点，以市场营销为构架线索，用项目管理的方法，对旅游市场营销的基本理论和实际应用作了全面的阐述。

《旅游市场营销》采用项目管理流程安排章节内容，有利于学生养成系统的行为习惯，有利于培养学生的实际工作能力。

《旅游市场营销》设计了旅游市场营销认知、如何对旅游市场进行调研、如何确定旅游目标市场、如何优化旅游产品、如何给旅游产品定价、如何拥有顺畅的旅游产品分销渠道、如何促进旅游产品的销售业绩、如何对旅游市场营销实施管理等8个项目。

每个项目中包含若干个任务以及子任务，通过分析任务目标、收集工作信息、拟定工作计划、执行工作计划及评价执行结果等环节来帮助学生完成每一个任务或子任务，最终完成一个个项目，从而达到锻炼学生实际工作能力的目的。

《旅游市场营销》可作为高等职业院校旅游管理专业教学用书，也可供旅游企业相关从业人员培训、自学使用。

## <<旅游市场营销>>

### 书籍目录

前言

项目1 旅游市场营销认知

任务1 旅游市场营销职业认知

任务2 市场营销和旅游市场营销基础认知

任务3 了解中国旅游市场营销发展态势

拓展练习

项目2 如何对旅游市场进行调研

任务1 旅游市场调研认知

任务2 调研计划制定

任务3 问卷设计

任务4 调研实施与管理

任务5 调研报告编写和调研结果汇报

拓展练习

项目3 如何确定旅游目标市场

任务1 旅游市场细分

任务2 旅游目标市场选择

任务3 旅游市场定位

拓展练习

项目4 如何优化旅游产品

任务1 旅游产品整体概念与旅游产品生命周期

任务2 优化旅游产品组合

任务3 旅游产品品牌建设

任务4 如何开发新旅游产品

拓展练习

项目5 如何给旅游产品定价

任务1 旅游产品价格认知

任务2 运用多种方法给旅游产品定价

拓展练习

项目6 如何拥有顺畅的旅游产品分销渠道

拓展练习

项目7 如何促进旅游产品的销售业绩

任务1 如何参与旅游广告活动

任务2 如何参与旅游营业推广活动

任务3 如何实行旅游人员推销

任务4 如何开展旅游公共关系活动

拓展练习

项目8 如何对旅游市场营销实施管理

拓展练习

参考文献

## 章节摘录

版权页：插图：询问调查法是调查人员与被调查者直接接触的实地调查方法。

旅游市场调查人员通过将事先拟订好的调查问题以各种方式向被调查者提出询问，通过其回答获取所需资料。

为了方便调查人员收集资料与整理资料的方便，事先拟定的问题一般以调查问卷的形式出现，所以调查问卷的设计直接影响调查的效果。

询问调查法一般分为以下4种：（1）访谈法由调查人员访问被调查者，根据调查提纲进行提问。

有个人访谈、小组访谈、会议访谈等方式。

采用这种方法，调查人员可以依据被调查者的具体情况，灵活决定谈话方式、谈话内容和时间，并有助于消除被调查者的疑虑，建立融洽的访谈气氛，因而效果好、质量高。

但是，这种方法费时间、费用也比较高，又容易受调查人员素质的影响，管理操作比较困难。

（2）邮寄法调查人员将设计好的调查问卷通过各种媒介（如邮寄、电子邮件、报刊等）传递给被调查者，请其填写后寄回。

这种方法调查内容比较多，被调查者也有时间认真考虑，但这种调查的回收率低、信息反馈时间长，从表格中也很难判断被调查者回答的真实性。

（3）留置法这种方式是调查人员在访问过程中留下调查问卷，让被调查者自由填写，过后再回收。

这种方法可以避免访谈法时间比较短、问题比较简单的缺点，也避免了邮寄法回收率低的不足；但是费时间，成本高。

（4）电话法由调查人员通过电话向被调查者直接征询意见。

这种方法的优点是信息反馈快，费用比较低，但是，问题不可能太多，也无法深入交谈。

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>