

<<旅游市场营销与管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游市场营销与管理>>

13位ISBN编号：9787115152183

10位ISBN编号：7115152187

出版时间：2006-10

出版时间：人民邮电出版社

作者：任昕竺

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>

<<旅游市场营销与管理>>

内容概要

本书将市场营销学的一般规律、原理与旅游市场营销运作有机结合，深入、系统地阐述了旅游市场营销与管理的基本理论和方法。

本书在内容编写和形式编排上尽量体现“精”、“新”、“实”，注重系统性、科学性、实用性、创新性及新颖性。

营销理论的阐述注重引进该学科前沿量论，尽量做到简洁明了；营销策略的阐述注重应用性、创新性，并选编了大量与教学有关的最新案例，保证资料的新颖性、可应用性。

本书可作为高职高专旅游专业（如旅游管理、酒店管理、旅游外语、旅行社管理和导游等教材，也可作为旅游企业管理人员、旅游管理部门工作人员的培训教材。

<<旅游市场营销与管理>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 市场营销的发展历程 第二节 旅游市场营销 第三节 旅游市场营销学的发展
第二章 旅游市场营销环境分析 第一节 旅游市场营销环境 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 第四节 旅游企业SWOT分析 第五节 未来旅游市场的展望与旅游产品的发展
第三章 旅游者购买行为分析 第一节 客源市场的结构与特点 第二节 旅游者购买行为模式 第三节 影响旅游者购买决策的因素 第四节 旅游购买者 第五节 机构或组织购买行为
第四章 旅游市场调查与预测 第一节 旅游市场调查 第二节 旅游市场预测 第三节 旅游市场调查实例分析
第五章 旅游市场战略与营销组合 第一节 旅游市场细分 第二节 旅游目标市场选择 第三节 旅游市场定位 第四节 旅游市场营销组合策略
第六章 旅游产品策略 第一节 旅游产品概述 第二节 现有旅游产品分析 第三节 旅游产品组合策略 第四节 旅游产品生命周期
第七章 旅游促销 第一节 旅游促销概述 第二节 旅游广告 第三节 旅游人员推销 第四节 旅游营业推广 第五节 旅游公共关系
第八章 旅游目的地营销 第一节 旅游目的地概述 第二节 旅游目的地营销的特点与意义 第三节 旅游目的地营销的过程与方法 第四节 旅游目的地形象营销策略
第九章 旅游市场营销管理 第一节 旅游市场营销计划的制定与实施 第二节 旅游市场营销组织的设计 第三节 旅游市场营销活动的控制
第十章 旅游市场营销创新 第一节 旅游市场营销创新概述 第二节 观念创新与产品创新 第三节 旅游市场营销创新 第四节 管理创新 第五节 旅游市场营销创新源参考文献

<<旅游市场营销与管理>>

编辑推荐

本书将市场营销学的一般规律、原理与旅游市场营销运作有机结合，深入、系统地阐述了旅游市场营销与管理的基本理论和方法。

本书在内容编写和形式编排上尽量体现“精”、“新”、“实”，注重系统性、科学性、实用性、创新性及新颖性。

营销理论的阐述注重引进该学科前沿理论，尽量做到简洁明了；营销策略的阐述注重应用性、创新性，并选编了大量与教学有关的最新案例，保证资料的新颖性、可应用性。

本书可作为高职高专旅游专业(如旅游管理、酒店管理、旅游外语、旅行社管理和导游等)教材，也可作为旅游企业管理人员、旅游管理部门工作人员的培训教材。

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>