

<<旅游业营销>>

图书基本信息

书名：<<旅游业营销>>

13位ISBN编号：9787302111184

10位ISBN编号：7302111189

出版时间：2005-7

出版时间：清华大学出版社

作者：刘德光

页数：357

字数：473000

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>

<<旅游业营销>>

内容概要

本书用通俗易懂的语言、深入浅出的方法阐述了旅游营销的理论和方法，使深奥的营销理论和方法易于学习和理解，并重视可操作性。

对于一些具体的营销活动，如市场调查、市场细分、产品差异化和营销策划等，不仅给出具体的操作方法，而且配以相应的案例，便于读者学习和实践。

本书针对不同的旅游产品提出了不同的营销策略，便于指导不同的旅游从业人员的实践。

除此以外，本书还非常重视吸收旅游营销的最新理论和方法。

本书的读者对象是旅游从业人员、大专院校旅游管理专业的学生。

<<旅游业营销>>

书籍目录

第1章 旅游市场与旅游营销 第一节 蓬勃发展的旅游业 第二节 旅游需求 第三节 旅游产品 第四节 旅游营销与旅游营销的观念 第五节 中国旅游业营销存在的问题第2章 认识旅游产品的购买者 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重要因素分析 第三节 个体旅游购买者行为分析 第四节 组织旅游购买者行为分析第3章 把握旅游营销的时势 第一节 旅游市场营销环境概述 第二节 旅游市场微观营销环境分析 第三节 旅游市场宏观营销环境分析 第四节 旅游营销环境分析及战略思考第4章 透视旅游市场 第一节 旅游营销信息 第二节 旅游营销信息系统 第三节 旅游市场调研 第四节 旅游市场预测第5章 成功地进入旅游市场 第一节 旅游市场细分 第二节 旅游目标市场 第三节 旅游市场定位 第四节 旅游市场营销组合第6章 赢得旅游市场竞争的优势 第一节 现有业务的调整战略 第二节 新业务的发展战略 第三节 赢得旅游市场竞争优势的战略第7章 推出市场需要的旅游产品 第一节 旅游新产品的开发 第二节 旅游产品的有形展示 第三节 旅游产品的差异化及其卖点第8章 准确地给旅游产品定价 第一节 旅游产品定价要考虑的主要因素 第二节 旅游产品定价的一般方法与策略 第三节 酒店产品的定价 第四节 旅行社产品定价 第五节 旅游景区的定价第9章 构建畅通高效的销售渠道 第一节 旅游产品销售渠道设计的一般原则 第二节 饭店销售渠道的设计和管理 第三节 旅行社销售渠道的设计与管理 第四节 旅游景区销售渠道的设计和管理第10章 促进旅游产品的销售 第一节 旅游促销概论 第二节 旅游广告策略 第三节 旅游销售促进 第四节 公共关系及宣传 第五节 人员推销 第六节 旅游印刷品 第七节 专题：旅游目的地促销第11章 策划旅游营销活动 第一节 策划与旅游营销策划及类别 第二节 旅游营销策划的基本要求 第三节 旅游营销策划的基本程序 第四节 旅游营销策划的技巧 第五节 旅游营销节庆策划案例分析 第六节 旅游营销综合策划案例分析 第七节 旅游目的地形象策划 第八节 酒店营销策划 第九节 旅行社营销策划第12章 管理与控制旅游营销活动 第一节 旅游市场营销活动的组织管理 第二节 旅游市场营销活动的计划管理 第三节 旅游营销活动的控制与评价主要参考文献

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>