

<<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：9787307068292

10位ISBN编号：730706829X

出版时间：2009-1

出版时间：武汉大学出版社

作者：胡自华，曹洪 著

页数：256

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>

前言

随着旅游业的蓬勃发展，旅游市场的竞争日趋白热化，旅游企业在面对残酷的市场竞争时不得不提高自身适应市场和运作市场的能力。

在这种环境下，旅游市场营销人才的培养显得尤为重要。

为适应旅游市场人才的需求，我们汇集了众多的旅游高职院校市场营销教师和一线旅游市场营销人员的智慧，吸收和借鉴旅游企业市场营销的成功经验，编写了《旅游市场营销》一书，以期能在旅游市场营销职业能力的培养与训练方面尽一点微薄之力。

本书在编写过程中，遵循了“突出特色、注重实际”的设计思路，力求体现“以全面素质为基础，以就业为导向，以能力为本位，以学生为主体”的职业教育课程改革的指导思想。

从旅游企业营销职业岗位的实际需求出发，以职业能力培养为核心，体现新知识、新技术、新方法的应用，着重强调了知识的应用性，即学生旅游营销职业能力的培养。

本教材适用于旅游管理专业，也可用作旅游市场营销短期培训教材。

<<旅游市场营销>>

内容概要

本书分为三编，分别从旅游市场营销基础知识、旅游市场营销策略与管理、旅游市场营销的应用与创新等方面较为系统地阐述了旅游市场营销的基本知识并介绍了旅游市场营销的基本实务。在编写过程中，遵循“突出特色、注重实际”的设计思路，力求体现“以全面素质为基础，以就业为导向，以能力为本位，以学生为主体”的职业教育课程改革的指导思想。从旅游企业营销职业岗位的实际需求出发，以职业能力培养为核心，体现新知识、新技术、新方法的应用，着重强调了知识的应用性，即学生旅游营销职业能力的培养。本教材适用于旅游管理专业，也可用作旅游市场营销短期培训教材。

<<旅游市场营销>>

书籍目录

第一编 旅游市场营销基础知识第一章 旅游市场营销概述第一节 市场营销概述第二节 旅游市场营销第二章 旅游市场营销环境分析第一节 旅游市场营销环境概述第二节 旅游市场宏观环境分析第三节 旅游市场微观环境分析第四节 旅游市场营销机会风险分析第三章 旅游者消费行为分析第一节 旅游需求及特点第二节 旅游者购买行为模式第三节 影响旅游购买行为的因素第四节 旅游者购买决策过程第四章 旅游市场调查第一节 旅游市场调查第二节 旅游市场调查的文案设计第二编 旅游市场营销策略与管理第五章 旅游市场细分与定位第一节 旅游市场细分第二节 旅游目标市场选择与市场定位第六章 旅游市场营销组合策略第一节 旅游产品策略第二节 旅游产品定价策略第三节 旅游产品分销渠道策略第四节 旅游产品促销策略第七章 旅游市场营销管理第一节 旅游市场营销管理过程第二节 旅游市场营销计划的制订第三节 旅游市场营销组织第四节 旅游市场营销控制第三编 旅游市场营销的应用与创新第八章 旅游企业市场营销策略第一节 旅行社营销第二节 旅游景区营销第三节 旅游饭店市场营销策略第四节 旅游商品市场营销策略第九章 旅游目的的营销第一节 旅游目的地营销概述第二节 旅游目的地营销的特点与意义第三节 旅游目的地营销战略与营销系统第十章 旅游市场营销的创新第一节 旅游市场营销观念创新第二节 旅游市场营销战略创新参考文献

<<旅游市场营销>>

章节摘录

科技环境的变化，给旅游企业带来了前所未有的机遇与挑战。

首先，新技术的发明和应用，为旅游企业开发新产品创造了条件，增加了旅游供给产品的吸引力，提高了旅游服务的水平和质量，提高了服务效率和服务的准确性，也给旅游企业创造了新的市场，带来了新的消费利润。

例如，电脑的广泛应用，可以提高饭店的工作效率，使饭店开展一对一营销、为客人提供定制化产品成为可能。

又如，交通技术的飞速发展使得旅游者的出行更加便捷，旅游需求量也随之增加。

再如，声控技术和光学技术在旅游人造景观上的运用，强化了模拟功能，增强了旅游景点对游人的吸引力，刺激了旅游需求量的增加。

企业营销人员可以通过互联网提供的信息平台进行跟踪查询，及时了解对企业有价值的各种信息，为企业的快速决策提供依据。

网络的应用为旅游企业提供了更为便利的促销手段；旅游者也可以通过网络了解最新的旅游信息，足不出户就可以在网上挑选旅游产品，并通过旅游企业的预订系统购买需要的旅游产品。

其次，科技的进步带动了经济的发展，人们的收入水平得到提高。

生产效率的提高减少了人们的工作时间，人们有了更多的空闲时间去旅游。

科技环境的因素给旅游企业带来深远的影响，同时带来一些挑战，如互联网的应用。

弱化了旅行社的代理功能，使不少旅行社面临生存危机。

新材料的不断出现，使饭店硬件的更新速度加快，这无疑加大了饭店的成本。

旅游企业应密切关注科学技术的发展带来的旅游市场变化，适时调整本企业的营销策略，这样才能在激烈竞争的市场上赢得主动、赢得顾客。

总之，科学技术的进步和发展，必将给社会经济、政治、军事以及社会生活等各个方面带来深刻的变化，这些变化也必将深刻地影响旅游企业的营销活动，给企业造成有利或不利的影响，甚至关系到企业的生存和发展。

因此，企业应特别重视科学技术这一重要的环境因素对企业营销活动的影响，以使企业能够抓住机会，避免风险，求得生存和发展。

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>