

<<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：9787310023592

10位ISBN编号：7310023595

出版时间：2005-10

出版时间：南开大学出版社

作者：俞慧君

页数：318

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

本教材旨在将旅游市场的运行规律和实际操作程序深入浅出、生动实用地介绍给广大的读者。由于旅游市场营销是一个管理过程，为了让读者更深刻地体会到这一点，本教材共分为十二章，特以旅游市场营销的管理过程作为逻辑线索，不仅保持了旅游市场营销基本理论的完整性和系统性，而且考虑到了读者在实践当中对营销管理过程的把握和实践性。

本教材通过第一章对旅游市场营销进行概述，旨在让读者能够全面地把握旅游市场营销的研究和适用体系。

然后，本教材根据上述的逻辑线索将内容分为四个部分，旅游市场营销管理过程：分析市场机会；旅游市场营销管理过程二：研究和选择目标市场；旅游市场营销管理过程三：旅游市场营销组合策略；以及旅游市场营销管理过程四、五：旅游市场营销活动的计划、实施与控制。

本书吸收了国内外旅游市场营销理论的研究成果以及旅游业的经典案例和最新案例，将市场营销的一般原理与旅游市场营销的实践结合起来，完整和系统地阐述了旅游市场营销的基本理论和策略，并注重理论与实践相结合。

书中每部分后都附有讨论题、复习思考题，有利于培养和提高读者分析和解决问题的能力。

<<旅游市场营销>>

书籍目录

前言第一章 旅游市场营销概论 [本章案例]英国伦敦塔的成功 第一节 市场营销的产生与发展 第二节 旅游市场营销与其他传统行业市场营销的比较 第三节 旅游市场营销管理过程 第四节 旅游市场营销的未来 [补充阅读材料]第一部分 旅游市场营销管理过程一：分析市场机会 第二章 旅游市场营销环境分析 [本章案例]捷足者先登，先入者为主 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 第三节 旅游市场宏观营销环境 第四节 旅游市场营销环境分析方法 第三章 旅游消费者行为分析 [本章案例]理解客户的行为——“花被单”乡村旅馆 第一节 旅游消费者行为模式概述 第二节 影响旅游者购买行为的因素 第三节 旅游者的购买过程 第四节 组织机构的购买行为分析 第四章 旅游市场营销系统与市场调研 [本章案例]泛美公司：忽视预测 第一节 旅游营销信息系统 第二节 旅游市场营销调研概述 第三节 旅游市场营销调研的过程 第四节 旅游市场需求测量 第五节 旅游市场预测 [补充阅读材料]Internet与旅游营销第二部分 旅游市场营销管理过程二：研究和选择目标市场 第五章 旅游市场细分 [本章案例]广之旅拓展廉价旅游市场 市场细分竞争白热化 第一节 旅游市场 第二节 旅游市场细分概述 第三节 旅游市场细分的标准 第六章 目标市场选择 [本章案例]Contac假日公司 第一节 目标市场选择的评价依据 第二节 旅游目标市场策略 第七章 旅游市场定位 [本章案例]南京路步行街：市场定位 第一节 市场定位概述 第二节 旅游市场定位策略 [补充阅读材料]世界青年旅游发展现状分析第三部分 旅游市场营销管理过程三：旅游市场营销组合策略第四部分 旅游市场营销管理过程四、五：旅游市场营销活动的计划、实施与控制主要参考文献

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>