

<<旅游目的地营销与管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游目的地营销与管理>>

13位ISBN编号：9787503241178

10位ISBN编号：7503241179

出版时间：2011-3

出版时间：徐虹、姚延波 中国旅游出版社 (2011-03出版)

作者：徐虹，姚延波 编

页数：429

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>

## <<旅游目的地营销与管理>>

### 内容概要

《旅游目的地营销与管理》基于团体购买者行为的天津会奖旅游营销创新、北京奥运旅游的平台竞争优势与整合营销策略研究、旅游目的地形象塑造中的公共关系策略研究等内容。

## &lt;&lt;旅游目的地营销与管理&gt;&gt;

## 书籍目录

专题一 旅游目的地营销与品牌建设 Chinese MICE Enterprise ' S Integrated Marketing Communications Model Discussion on Public Marketing Mode of Tourism Destination from the View of Integration--- · Positioning Mainland China as an International Destination of American Travelers : A Competitive Analysis 基于团体购买者行为的天津会奖旅游营销创新 北京奥运旅游的平台竞争优势与整合营销策略研究 “内部营销”理论在旅游目的地营销中的应用研究 ——以陕西省西安市为例 旅游目的地形象塑造中的公共关系策略研究 古都城市国内游客感知评价研究 ——以西安市为例 旅游目的地联合营销研究 国外旅游目的地品牌化概念研究综述 旅游目的地整合营销传播：概念辨析与模式构建 遗产旅游地营销管理中的组织机制及其解析 基于文化视角的旅游营销 ——以淄川聊斋城为例 专题二 旅游目的地竞争力与可持续发展 旅游接待地社会文化保护问题新论 我国旅游产业竞争力提升的集群化发展策略研究 上海世博会旅游经济增量效应及优化对策研究 我国城市型旅游目的地的区域差异分析 ——以中国优秀旅游城市为例 文化旅游教育功能发挥策略研究 ——以汤池镇文化旅游为例 基于因子熵值法的省域旅游目的地竞争力评价研究 乡村旅游目的地开发中的“公地悲剧”与“反公地悲剧”研究 ——以济南市南部山区为例 基于因子分析的旅游目的地竞争力评价指标体系研究 专题三 旅游目的地企业管理与产品开发 A Comparative Study on Destination Selection of Female Tourists of Korea , China and Japan 遗产性旅游景点开发与管理的社会营销思考 关于旅游企业公司治理与绩效的实证研究 ——来自山东省的调查证据 城市遗产 ——老字号铺名的文化诠释 我国入境旅游市场特征及其趋势分析 国际金融危机下的中国高端饭店经营形势分析及对策研究 论天津饭店餐饮企业核心竞争力的提升 顾客对旅游服务生产力的影响及其管理研究 国内自然遗产地的解说系统重构 ——从“愚民”教育走向“启智”教育 我国邮轮旅游供应链管理刍议 新疆旅游产品市场需求潜力分析 ——基于新疆游客的市场问卷调查 少数民族地区民俗旅游节庆经营模式研究 ——以延边朝鲜族民俗旅游博览会为例 博物馆旅游产品创新设计研究 专题四 旅游目的地宏观管理与区域合作 Residents ' Attitudes toward Tourism Development in Shandong , China 金融危机影响下中国旅游经济：趋势与对策 海峡旅游区域合作策略探究 ——基于与粤港澳旅游区域合作的比较 少数民族地区旅游安全问题研究 遗产廊道型资源旅游合作开发模式研究 ——以丝绸之路跨国联合申遗为例 基于生态位理论的区域旅游竞合模式研究 ——以山东十地市为例 遗产资源与文化旅游和谐发展理论研究 论国际旅游与国家形象塑造 湖南省旅游经济发展的地域差异分析 泛珠三角区域合作中的广东旅游未来发展路向

## <<旅游目的地营销与管理>>

### 编辑推荐

《旅游目的地营销与管理(第一届南开旅游国际研讨会论文集)》由徐虹和姚延波主编,本书内容包括:基于团体购买者行为的天津会奖旅游营销创新、北京奥运旅游的平台竞争优势与整合营销策略研究、旅游目的地形象塑造中的公共关系策略研究等内容。

<<旅游目的地营销与管理>>

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>