

<<旅游市场营销实务>>

图书基本信息

书名：<<旅游市场营销实务>>

13位ISBN编号：9787503242496

10位ISBN编号：7503242493

出版时间：2011-8

出版时间：中国旅游出版社

作者：张念萍

页数：284

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>

<<旅游市场营销实务>>

内容概要

本教材以“工作过程及典型任务”为主线，根据工作过程规划高职院校旅游管理专业课程体系，突出高等旅游职业教育人才实操能力的培养，并引导、激发学生的创新与发展能力。

本教材简明而实用，基于旅游市场营销工作过程技能，各模块、章节间相互连接，具有承接关系，层次逻辑清楚。

第一个模块(旅游市场导论)介绍旅游市场营销的基本概念、观念、理论与内容体系；第二个模块(旅游市场分析模块)重点讲授旅游市场营销调研预测与分析的相关理论与实际应用，阐述旅游市场营销调研与分析的基本概念和基本方法；第三个模块(旅游营销策划模块)围绕旅游市场营销战略战术组合理论与实践来展开，系统讲解旅游市场营销策划的涵义、营销策略组合及营销策划实务；第四个模块(旅游营销管理模块)将有关旅游市场营销原理运用于营销管理实务之中，阐述旅游市场营销管理所涉及的计划、组织、执行与控制等职能，强调其原理在管理实践中的运用；第五个模块(旅游市场营销新理论模块)介绍了市场营销理论的新发展及其在旅游市场营销方面的应用。

本教材定位为高职院校旅游管理、酒店管理等专业，是高职本、专科学生市场营销学专业教材。同时，也适合旅游管理、酒店管理行业从业人员参考使用。

<<旅游市场营销实务>>

书籍目录

前言

模块1 入门第：旅游市场营销导论

第一章 旅游市场营销的基本概念

第一节 市场营销与旅游市场营销

第二节 旅游市场营销观念

第三节 旅游市场营销理论及其内容体系

复习与思考

模块2 分析篇：旅游市场营销调研预测与分析

第二章 旅游市场营销环境

第一节 旅游市场营销环境概述

第二节 旅游市场营销一般环境

第三节 旅游市场营销的任务环境

第四节 旅游市场营销内部环境

第五节 旅游市场营销环境综合分析方法

复习与思考

第三章 旅游市场营销调研与预测

第一节 旅游市场营销调研的含义

第二节 旅游市场营销调研技术与测定尺度

第三节 旅游市场调研的程序

第四节 旅游市场需求测量与预测

第五节 旅游迪市场营销信息与旅游市场营销信息系统

复习与思考

第四章 旅游消费者购买行为分析

第一节 旅游消费者购买行为概述

第二节 旅游消费者购买决策过程

第三节 旅游消费者调查

模块3 策划篇：旅游市场营销战略战术组合

第五章 旅游目标市场营销战略

第一节 目标市场营销战略概述广

第二节 旅游市场细分

第三节 旅游目标市场选择

第四节 旅游市场定位

复习与思考

第六章 旅游产品策略

第一节 旅游产品的概念与特性

第二节 旅游产品的构成要素

第三节 旅游产品策略组合

第四节 旅游产品市场生命周期策略

第五节 旅游新产品的开发与营销

第六节 旅游产品品牌和营销文化的策划

.....

模块4 管理篇：旅游市场营销管理实务

模块5 创新篇：旅游市场营销新理论

参考文献

<<旅游市场营销实务>>

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>