

<<旅游服务营销(第3版)>>

图书基本信息

书名：<<旅游服务营销(第3版)>>

13位ISBN编号：9787505393172

10位ISBN编号：7505393170

出版时间：2004-1

出版时间：电子工业

作者：莫里森

页数：429

字数：523000

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>

## <<旅游服务营销(第3版)>>

### 内容概要

本书以从事或即将从事旅游服务业的读者为对象，阐述了旅游服务营销的规划、实施和评估，并着重强调酒店、航空公司、餐馆和旅行社的运作如何注入更多的营销理念。旅游服务业营销系统、PRICE模型和8P理论的阐释，深入浅出地道出了旅游服务营销的精髓。本书结合现代旅游服务业的最新发展，醒目地列出了学习目标、关键术语、优秀案例、技术博览等栏目和内容充实的附录，可读性很强，是一本被美国多所大学选用的经典教材。

<<旅游服务营销(第3版)>>

作者简介

阿拉斯塔·莫里森是美国普渡大学旅游和酒店管理系的教授。他同时也是普渡大学旅游和酒店研究中心的主任以及消费者与家庭科学学院副院长、国际项目主任。莫里森博士在美国、加拿大、英国和澳大利亚有多年的旅游和酒店业从业经验。

本书充分反映了莫里森博士的国际背

<<旅游服务营销(第3版)>>

书籍目录

第一部分 营销导论 第1章 营销的定义 第2章 旅游服务业营销 第3章 旅游服务营销系统 第二部分 营销调研与分析 第4章 顾客行为 第5章 分析营销机会 第6章 营销调研 第三部分 营销战略与规划 第7章 营销战略：市场细分和趋势 第8章 营销战略：战略、定位和营销目标 第四部分 营销计划的实施 第9章 营销计划和8P理论 第10章 产品开发与合作 第11章 以人为本：服务和服务质量 第12章 项目包装与活动策划 第13章 分销组合与旅游行业中间商 第14章 传播和促销组合 第15章 广告 第16章 促销和材料促销 第17章 推销和销售管理 第18章 公共关系和宣传 第19章 定价 第五部分 营销计划的控制与评价 第20章 营销管理、评价与控制 附录A 产业纵览 附录B 产业资源

<<旅游服务营销(第3版)>>

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>