

<<现代旅游市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<现代旅游市场营销学>>

13位ISBN编号：9787543616257

10位ISBN编号：7543616254

出版时间：1998-03

出版时间：青岛出版社

作者：徐德宽 王平

页数：234

字数：200000

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>

## <<现代旅游市场营销学>>

### 内容概要

《现代旅游市场营销学》一书系统地体现了旅游市场营销学的理论体系，又注重体现旅游企业营销的实践性，并力图使营销学的最新研究成果在本书中得到反映。

该书可作为高等院校、成人教育、自学考试、职业教育的教材，又可用于旅游营销服务工作者的培训教材。

## <<现代旅游市场营销学>>

### 书籍目录

前言第一章 绪论 第一节 市场营销学的产生、发展和研究对象 第二节 旅游市场营销学概述 第三节 旅游市场营销学的研究对象、内容及方法第二章 旅游市场营销环境与旅游营销组合 第一节 宏观环境 第二节 微观环境 第三节 旅游市场营销组合第三章 旅游市场行为分析 第一节 旅游消费的购买行为分析 第二节 影响旅游消费购买行为的主要因素 第三节 旅游消费者的购买决策过程第四章 旅游市场调研和预测 第一节 旅游市场营销信息系统 第二节 旅游市场营销调研 第三节 旅游市场预测第五章 旅游市场细分和定位 第一节 旅游市场的特点和作用 第二节 旅游市场细分 第三节 市场定位策略 第四节 目标市场的选择第六章 旅游产品策略 第一节 旅游产品的概念及特点 第二节 旅游产品生命周期及相应策略 第三节 旅游新产品开发策略 第四节 旅游产品组合第七章 旅游价格策略 第一节 旅游产品定价的影响因素和基本原则 第二节 旅游产品的定价程序 第三节 旅游产品的定价方法 第四节 旅游产品的定价策略第八章 旅游销售渠道策略 第一节 旅游产品销售渠道的概念和影响因素 第二节 旅行社 第三节 旅游产品销售渠道的选择第九章 旅游产品的促销策略 第一节 促销概念 第二节 旅游广告 第三节 人员推销 第四节 公共关系 第五节 营业推广和宣传报道第十章 旅游市场营销战略与计划 第一节 旅游市场营销战略 第二节 旅游市场的管理程序 第三节 旅游市场营销计划第十一章 旅游营销控制 第一节 旅游营销控制概述 第二节 旅游市场营销计划控制 第三节 旅游市场营销成本利润控制 第四节 旅游市场营销信誉控制 第五节 旅游市场营销战略控制主要参考文献

<<现代旅游市场营销学>>

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>