

<<旅游市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<旅游市场营销学>>

13位ISBN编号：9787562233701

10位ISBN编号：7562233705

出版时间：2006-4

出版时间：华中师范大学出版社

作者：杨志熙

页数：207

字数：242000

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>

<<旅游市场营销学>>

内容概要

本书总结旅游企业市场营销经验，体现旅游市场营销研究的最新成果；书中内容加强市场营销学基础理论的阐述，并使之与旅游市场营销学有机地结合；理论联系实际，每章后附有案例，便于教师进行启发式教学和引导学生开展案例讨论，体现市场学的教学特点。

<<旅游市场营销学>>

书籍目录

第一章 旅游市场营销导论 第一节 市场营销和营销管理的任务 第二节 市场营销导向观念 第三节 旅游市场营销学的研究对象、研究内容和研究方法 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 旅游市场营销的宏观环境 第三节 旅游市场营销的微观环境 第四节 旅游市场营销“机会-风险”分析 第三章 旅游者购买行为分析 第一节 旅游者购买行为概述 第二节 影响旅游者购买行为的因素分析 第三节 旅游者购买决策过程分析 第四章 旅游目标市场选择与定位战略 第一节 旅游市场与旅游市场细分 第二节 旅游目标市场的选择 第三节 旅游市场定位 第五章 旅游市场营销策略 第一节 旅游产品策略 第二节 旅游产品定价策略 第三节 旅游产品分销渠道策略 第四节 旅游产品促销策略 第六章 政府旅游市场营销 第一节 政府旅游营销概述 第二节 政府旅游营销过程 第三节 政府旅游营销战略 第七章 旅游企业市场营销 第一节 旅游企业营销概述 第二节 旅游饭店营销 第三节 旅游景区营销 第四节 旅行社营销 第八章 旅游市场营销管理与控制 第一节 旅游市场营销活动管理流程 第二节 旅游市场营销计划的制定 第三节 旅游市场营销组织 第四节 旅游市场营销控制 主要参考文献

<<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>