

<<旅游市场营销>>

图书基本信息

书名：<<旅游市场营销>>

13位ISBN编号：9787563709977

10位ISBN编号：7563709975

出版时间：2002-3

出版时间：旅游教育出版社

作者：科特勒

译者：谢彦君

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>>

内容概要

本书的每一章都经过了缜密的研究和编排，使用的成熟的营销概念，而阐释这些概念的例证则来自接待业与旅游业。

所以，这是一本包含大量实际例子并能付之应用的营销学教材，它阐述了接待业与旅游业的管理人员在谋求组织的目标和资源与不同的顾客需要以及全球化市场环境中的机会之间的平衡时，经常遇到的各种主要问题。

《旅游市场营销》涉及许多其他学科——如经济学、行为科学和现代管理理论——形成的研究成果，包括一些原理和概念。

但是，本书采取的是实用的、营销管理的研究方法。

许多概念通过大量的例证来加以应用，这些例证，阐释了那些有名和无名的公司是如何评估和解决其营销问题的。

彩色图你、“营销专栏”展示，公司案例以及案例录像则进一步强化了这种应用。

作者简介

约翰·保文：内华达拉斯维加斯大学威廉·F·海拉饭店管理学院研究生的教授和主任。

约翰在接待业营销、营销战略以及服务营销的教学与研究方面享有盛誉。

他曾在亚洲、大洋洲、美洲中部和欧洲讲学，并发表了40多篇营销方面的学术文章。

约翰是《餐馆与食品服务营销学报》的编辑，《现代国际接待业管理学报》美国地区的总编辑。

约翰曾担任过接待业企业的部门和公司经理。

目前他为接待业企业所做的咨询工作主要在顾客忠诚、数据库营销和营销战略方面。

约翰所接受的教育包括康奈尔大学的饭店管理学士、考普斯·克里斯蒂州立大学的MBA和理学硕士、

得克萨斯A&M大学的营销学博士学位。

目前他是HCIMA的研究员。

<<旅游市场营销>>

书籍目录

前言作者介绍第一章 导论：接待业与旅游业市场营销第二章 旅游与接待业营销的服务特征第三章 营销在战略规划中的作用第四章 营销环境第五章 营销信息系统与营销调研第六章 消费者市场与消费者购买行为第七章 团体市场的组织机构购买行为第八章 市场细分、目标市场选择和市场定位第九章 产品的设计与管理第十章 内部营销第十一章 通过质量建立顾客忠诚第十二章 产品定价：定价的影响因素、定价方法和定价策略第十三章 分销渠道第十四章 产品促销：沟通与促销政策第十五章 产品促销：广告、直接营销和营业推广第十六章 产品促销：公共关系第十七章 专职人员推销第十八章 旅游目的地营销第十九章 下一年的营销计划案例研究译后记

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>