

<<旅游景区市场营销>>

图书基本信息

书名：<<旅游景区市场营销>>

13位ISBN编号：9787563713974

10位ISBN编号：7563713972

出版时间：2006-10

出版时间：旅游教育出版社

作者：李红、郝振文

页数：198

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>

<<旅游景区市场营销>>

内容概要

本书具以下三个特点：第一，内容充实，框架完整，体系严密。

本书较为全面地涵盖了旅游景区市场营销的理论体系和实际应用成果，包括市场营销的基本原理、实际操作方法，以及从实践到理论的发展和创新。

第二，量论与实际紧密联系。

本书以大量的旅游景区市场营销实际问题和案例研究证实和支撑了旅游景区市场营销基本理论的正确性和先进性。

书中所有的案例均是由编者从国内外多种渠道收集和整理而成。

这些案例和操作方法对旅游从业人员具有很好的应用价值，对旅游院校的教师和学生也具有较高的教学参考价值。

第三，整合了国内外先进的营销理论，是集体智慧的结晶。

本书观点新颖、取材广泛、论述流畅、信息量大，在编写过程中整合了大量国外旅游景区市场营销的先进理论和理念。

第四，为了便于课堂教学使用，各章之有本章导读，之后提供本章小结、思考与练习，从中提炼了每章的知识点、学习重点和难点，方便了教学。

<<旅游景区市场营销>>

书籍目录

第一章 旅游景区市场营销概述 本章导读 第一节 旅游景区市场营销的相关概念 第二节 旅游景区市场营销的特点 第三节 旅游景区市场营销的内容 本章小结 思考与练习第二章 旅游景区市场营销的管理体系、环境与任务 本章志读 第一节 旅游景区市场营销的管理体系 第二节 旅游景区市场营销的环境 第三节 旅游景区市场营销的任务 本章小结 思考与练习第三章 旅游景区的市场营销调研 本章导读 第一节 旅游景区市场营销调研概述 第二节 旅游景区的市场营销调研的方法 第三节 旅游景区市场营销的调研问卷设计要求与技巧 本章小结 思考与练习第四章 旅游景区的市场细分及定位 本章导读 第一节 旅游景区的市场细分 第二节 旅游景区的市场定位 本章小结 思考与练习第五章 旅游景区的市场预测方法 本章导读 第一节 旅游景区市场预测的定性方法 第二节 旅游景区市场预测的定量方法 本章小结 思考与练习第六章 旅游景区的市场营销策略 本章导读 第一节 旅游景区的主题产品策划 第二节 旅游景区的宣传与定价技巧 第三节 旅游景区的促销方法 第四节 旅游景区的促销技巧 本章小结 思考与练习第七章 旅游景区的市场营销预算 本章导读 第一节 旅游景区市场营销预算的编制方法 第二节 旅游景区市场营销预算的影响因素 本章小结 思考与练习第八章 旅游景区市场营销的控制 本章导读 第一节 旅游景区市场营销的控制系统与控制网络 第二节 旅游景区市场营销的控制类型参考书目后记

<<旅游景区市场营销>>

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>