

<<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：9787566102393

10位ISBN编号：7566102397

出版时间：2012-1

出版时间：哈尔滨工程大学出版社

作者：王红，余力力 编著

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

本教材共10章，内容分为三个部分：

第一部分，旅游营销理论基础与主要的实践分析工具，包括第一章绪论(王红)；第二章旅游市场营销环境分析、第三章旅游消费者行为分析(余力力)；第四章旅游市场营销战略(王红)。

第二部分，旅游营销战略与策略，包括第五章旅游市场细分、目标市场选择与市场定位(季雨、王红)；第六章旅游产品策略、第七章旅游价格策略(王红)；第八章旅游营销渠道策略、第九章旅游促销策略(庄丽琴)。

第三部分，旅游营销理念与实践，包括第十章旅游营销理念及其策略(王红、季雨)。

<<旅游市场营销>>

书籍目录

第一章 绪论

第一节 市场营销与市场营销学

一、市场与市场营销的含义

二、市场营销学的产生与发展

第二节 旅游市场与旅游市场营销

一、旅游市场的概念

二、旅游市场营销的概念与特征

第三节 旅游市场营销观念

一、旅游市场营销观念的含义

二、旅游市场营销观念的演变

第四节 我国的旅游市场与旅游市场营销总述

一、我国的旅游市场总述

二、我国的旅游市场营销总述

第二章 旅游市场营销环境分析

第一节 旅游市场营销环境概述

一、旅游市场营销环境的含义

二、旅游市场营销环境的特征

第二节 旅游市场营销的宏观环境

一、人口环境

二、经济环境

三、政治法律环境

四、文化环境

五、自然环境

六、技术环境

第三节 旅游市场营销的微观环境

一、顾客

二、竞争者

三、公众

四、供应商

五、中间商

第四节 旅游市场营销的环境分析方法

一、机会与威胁的分析与评价

二、SWOT分析法

第五节 我国的旅游市场营销环境现状分析

一、我国旅游市场营销的宏观环境分析

二、我国旅游市场营销的微观环境分析

第三章 旅游消费者行为分析

第一节 旅游消费者行为及其类型

一、旅游消费者行为的含义

二、旅游消费者行为的类型

第二节 影响旅游消费者行为的因素

一、影响旅游消费者行为的内在心理因素

二、影响旅游消费者行为的外在环境因素

第三节 旅游购买决策过程

一、需要觉醒(need recognition)

<<旅游市场营销>>

- 二、搜集信息(information search)
- 三、判断选择(evaluation of alternatives)
- 四、购买决策(purchase decision)
- 五、购后行为(postpurchase behavior)
- 第四节 组织购买行为
 - 一、组织市场的类型与特点
 - 二、生产者市场消费行为分析
 - 三、中间商市场消费行为分析
 - 四、非营利组织、政府市场消费行为分析

.....
参考文献

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>