

《空运市场营销》

图书基本信息

书名：《空运市场营销》

13位ISBN编号：9787114072857

10位ISBN编号：7114072856

出版时间：2008-8

出版社：人民交通出版社

页数：495

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《空运市场营销》

内容概要

《空运市场营销（第2版）》共分十一章，从市场营销观念、运输市场和空运市场、空运市场需求分析、空运市场细分与目标市场选择、空运产品策略、销售渠道策略、促销组合策略、民航运价和定价策略、航空服务营销策略、航空货运与现代物流、航空港经营等方面进行了全面介绍。《空运市场营销（第2版）》理论依据充分，举例详实，对我国空运市场营销有一定的指导作用。《空运市场营销（第2版）》适用于大专院校相关专业的教学用书，还可供国内外空运市场营销人员参考使用，是相关单位员工培训的必备用书。

《空运市场营销》

书籍目录

第一章 市场、市场学和市场营销观念第一节市场的基本概念和类型一、市场和社会经济活动二、市场的基本概念三、市场的类型第二节市场学的由来和发展一、市场学的由来二、市场学的发展三、我国对市场学的研究四、市场学和空运市场营销的概念第三节市场营销观念及其演变一、产品观念和生产经营型（产品型）结构形式二、销售观念和生产经营型结构形式三、市场营销观念和经营型结构形式四、生态营销观念五、社会营销观念六、新旧市场营销观念的区别第二章 运输市场和空运市场第一节运输业的产业特征一、运输产业的一般特征二、航空运输的特点和航空货运的经济意义第二节运输业的经济属性一、货运业是一个重要的物质生产部门二、客运业的经济属性第三节运输市场和空运市场的特点一、运输市场的一般特征二、空运市场的特点第三章 空运市场需求分析第一节影响空运市场消费需求的因素一、政治法律环境二、经济发展因素三、个人的社会经济因素四、旅游资源和旅游业第二节航空旅行者的旅行动机和购买行为一、消费者需求的基本规律二、消费者的购买动机三、消费者的购买行为第三节空运市场调查和预测一、运输市场调查的组织二、市场调查的内容三、市场调查信息资料来源和收集四、空运市场需求预测方法第四章 空运市场细分和目标市场选择第一节市场细分化一、市场细分化的概念和依据二、市场细分化的作用三、市场细分化的要求四、市场细分的标准第二节空运市场细分一、运输市场细分标准二、一条航线就是一个细分空运市场三、接待新旅客，运输新货种，即开辟了新市场四、支线航空市场.....第五章 空运产品策略第六章 销售渠道策略第七章 促销组合策略第八章 民航运价和定价策略第九章 航空服务营销策略第十章 航空货运与现代物流第十一章 航空港经营附录一部分航空公司和航空港代码附录二国际民航运输的八项航权附录三综合练习题参考文献

《空运市场营销》

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:www.tushu000.com