

《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：9787810844512

10位ISBN编号：7810844512

出版时间：2006-8

出版社：东北财经大学出版社

作者：菲利普,

页数：593

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以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《旅游市场营销》

内容概要

被誉为“现代营销学之父”的科特勒博士，取得了众多举世瞩目的非凡成就，他多次获得美国国家级勋章和褒奖，培养了一代又一代美国跨国公司的企业家，在国际上享有很高的声誉。他著作等身，并有数部营销经典被译成多种语言，在世界范围内广泛传播，而这本《旅游市场营销》正是其中之一。

书中，科翁从世界旅游研究的大视角、大思路出发，注意探索旅游市场营销研究方面的新观点，精辟论述了旅游市场营销的成熟理论、方法和应用。书中的每一章都是经过作者缜密设计而编写的，结构严谨，体例合理。在这一版中，大量的案例作了更新，但仍保持其原有的取材广泛、运用得当等特色。更难得的是，全书叙述深入浅出，使整个阅读和学习过程充满了乐趣。因此，我们有充足的理由相信，它在中国的出版无论对于原作及作者，还是对于中国的读者，都有着非凡的意义。

《旅游市场营销》

作者简介

菲利普·科特勒，世界市场营销学权威。美国西北大学凯洛格管理研究生院国际营销学教授，曾获得芝加哥大学经济学硕士学位和麻省理工学院经济学博士学位。撰有20多部著作，包括《营销学原理》、《营销学导论》和《非营利组织的战略营销》。除此之外，他还为一些著名期刊，

《旅游市场营销》

书籍目录

| | | | | | | |
|----------------------|--------------------|----------------------------|----------------------|----------------------|-------------------|-----------------------------|
| 第一部分 理解接待业与旅游业市场营销过程 | 第1章 导论：接待业与旅游业市场营销 | 1.1 迈向成功的通行证 | 1.2 顾客导向 | 1.3 什么是接待业与旅游业营销 | 1.4 接待业营销 | 1.5 营销管理 |
| | | 1.6 营销管理哲学 | 1.7 营销的未来 | 1.8 伟大的先驱者 | 1.9 网站 | 第2章 接待业与旅游业营销的服务特征 |
| | | 2.1 服务文化 | 2.2 服务营销的特征 | 2.3 服务企业管理战略 | 2.4 服务特征总览：服务生产模型 | 第3章 营销在战略规划中的作用 |
| | | 3.1 业绩良好的企业的特征 | 3.2 公司战略规划 | 3.3 业务单位战略规划 | 3.4 饭店业所面临的特殊挑战 | 第二部分 抓住接待业与旅游业的营销机遇并制定战略 |
| | | 第4章 营销环境 | 4.1 公司的微观环境 | 4.2 公司的宏观环境 | 4.3 相互联系的环境因素 | 4.4 对营销环境的回应 |
| | | 第5章 营销信息系统与营销调研 | 5.1 营销信息系统 | 5.2 小型组织的营销调研 | 第6章 消费者市场与消费者购买行为 | 6.1 消费者行为模式 |
| | | 6.2 影响消费者行为的各种特征 | 6.3 购买决策过程 | 第7章 团体市场的组织机构购买行为 | 7.1 组织机构购买过程 | 7.2 组织机构购买过程的参与者 |
| | | 7.3 对组织机构购买者的主要影响因素 | 7.4 组织机构的购买决策 | 7.5 团体商业市场 | 7.6 与会议策划人打交道 | 7.7 公司账户与公司旅行经理 |
| | | 第8章 市场细分、目标市场选择和市场定位 | 8.1 市场 | 8.2 市场细分 | 8.3 目标市场选择 | 8.4 市场定位 |
| | | 8.5 创造值得回味的体验 | 第三部分 开发接待业与旅游业营销组合 | 第9章 产品的设计与管理 | 9.1 什么是产品 | 9.2 产品的层次 |
| | | 9.3 扩展性产品 | 9.4 品牌决策 | 9.5 新产品开发 | 9.6 通过兼并并进行产品开发 | 9.7 产品生命周期策略 |
| | | 第10章 内部营销 | 10.1 内部营销 | 10.2 内部营销过程 | 10.3 非常规性业务 | 第11章 通过质量建立顾客忠诚 |
| | | 11.1 顾客价值与顾客满意 | 11.2 关系营销 | 11.3 顾客忠诚的效益 | 11.4 营销与质量之间的联系 | 11.5 什么是质量 |
| | | 11.6 服务质量的效益 | 11.7 生产能力与需求管理 | 附录A 服务质量的五类缺口模型 | 附录B 预测市场需求 | 第12章 产品定价：定价的影响因素、定价方法和定价策略 |
| | | 第13章 分销渠道 | 第14章 产品促销：沟通、促销政策与广告 | 第15章 产品促销：公共关系和营业推广 | 第16章 专职人员推销 | 第四部分 接待业与旅游业营销管理 |
| | | 第17章 电子营销：互联网营销、数据库营销与直接营销 | 第18章 旅游目的地营销 | 第19章 下一年的营销计划案例研究译后记 | | |

精彩短评

- 1、实惠 正版
- 2、这本书我现在是当教材来用，我觉得比国内的旅游市场营销书写的好，也好用。真希望国内的学者也能写出这样的好书，让中国的学生受益。
- 3、公司培训的书，还没有仔细看，不过印刷和纸质都还不错
- 4、旅游市场营销这本书是我在上香港理工学MBA班时老师的授课教材，对正在从事旅游事业或者学习研究此行业的人来说，很有指导性，里面的观念结合了国际的很多先进经验，前卫，且耐读。值得推荐！
- 5、教科书，看看有收获
- 6、皱皱巴巴的，乍看还以为是旧的呢.....但是书还是好书的~
- 7、书的内容很好 但是书很破啊 很脏啊 像N手的书
- 8、书很好，很不错哦 就是速度希望更快
- 9、书面有些花，不过总体还是不错的...建议更小心的进行保管...
- 10、外观像二手书，实际可以确定是盗版的书。因为印刷的颜色的竟然是蓝色。
- 11、书还没有看，可是收到的书也太脏太旧了。
- 12、这本书是倒是让看的，很好的，对营销感兴趣的同学可以看一下的。
- 13、商品不错的
- 14、作为旅游业内人士，这本工具书非常值得推荐。内容丰富，印刷质量也不错。
- 15、搞旅游的人不得不看的书哦
- 16、书内容和科特勒的营销管理差不多，但收到得时候书面有点破，虽然不大
- 17、第四版是中文的，第五版是英文的。非常好，对照阅读！
- 18、失望至极，书皮上不但有破损 另外有很多划痕，还有很多折痕，我安慰自己不堪书皮看里面的内容，但是想想我花钱买一本旧书，心里很难平衡啊 我休息时同时帮我签收的 败败的了
- 19、本书的英文名是Marketing for Hospitality and Tourism,所以内容一直围绕酒店业来展开。书中有大量的例子便于读者理解。是适合学习酒店营销人士的一本好书。
- 20、不知道大师怎么想的，我觉得这本书完全就是一本市场营销的书，只是采用了一些酒店营销的案例，关于旅游营销的内容太少了，和我的预期有很大差距。
- 21、挺好看的，关于服务业的营销讲的比较多。
- 22、好书！不愧是大师级别的书，细节，战略都很详细，不过非市场营销专业的人看着应该会比较吃力
- 23、书的内容很好，但是脏脏的.....不知道是从那个犄角旮旯找出来的...
- 24、国外学者的思维，有很大的启发，可供借鉴和参考。
- 25、这样很伤爱书人的心啊
- 26、内容很详实，营销的基本思想都已经体现。列为教科书类，启发性还是不足。
- 27、在读硕士课程，很好的参考。
- 28、任何销售都是从心理学的角度出发，多看书没有坏处~~~塑封书的封皮略有摩擦痕迹，非常好~
- 29、如题，能卖到第四版，还是不错吧
- 30、毕业后再啃这种600多页的专业书简直如鲠在喉，唯一的想法是看完这本书可以更好的帮魏昊宇写作业了，当然也推荐魏昊宇看，这样就不用我帮你写作业了。
- 31、很好,能从行业的本质入手,解读行业的特征.
- 32、虽然觉得估计是营销前灌了个旅游，还是准备看哈。
- 33、如果没有每章后面的内容提要，这样一个大部头理论教科书实在是很难啃完的啊！万分感谢编辑！
- 34、多长时间能到货啊？
- 35、我们酒店用的，内容很有帮助
- 36、应该不错的，大概浏览一下，买了送给别人看的，呵呵
- 37、我已经读到第二章快结束了，说真的，这本书的名字应该改为：服务业营销（酒店业）+旅游营销，里面涉及旅游专业的营销内容太少了

《旅游市场营销》

38、内容充实，对我现在工作实用

39、如果这本书学通了，就是高手和专家了

40、这是一本值得旅游专业好好学习一本书，很经典的！书的质量也很好，呵呵~真的不错！

41、经典之作，值得读

42、刚收到，看到内容却是很丰富，但是封面太脏太花了，看起来就像是拿来垫桌角给磨的，希望以后注意书本的包养问题。

43、看来国外的东西要和本土的东西还是有差距的，有些东西只能看看，实用上非常的一般。特别对于营销而言，也许亲身去感受市场的脉搏才是最重要的。

《旅游市场营销》

精彩书评

1、这本书其实更应该叫饭店市场营销，大部分都是讲酒店，饭店的，很少涉及到旅行社这本书其实更应该叫饭店市场营销，大部分都是讲酒店，饭店的，很少涉及到旅行社这本书其实更应该叫饭店市场营销，大部分都是讲酒店，饭店的，很少涉及到旅行社这本书其实更应该叫饭店市场营销，大部分都是讲酒店，饭店的，很少涉及到旅行社

《旅游市场营销》

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