

《旅游营销》

图书基本信息

书名：《旅游营销》

13位ISBN编号：9787040148268

10位ISBN编号：7040148269

出版时间：2004-6

出版社：高等教育出版社

作者：林增学 编

页数：242

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

《旅游营销》

内容概要

《新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材：旅游营销》是新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材之一。《新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材：旅游营销》系统地介绍了旅游市场营销的基本理论，内容包括：导论、旅游市场营销环境分析、旅游者购买行为分析、旅游市场及市场细分、旅游产品策略、旅游价格策略、旅游促销策略、旅游营销渠道策略、旅游企业CIS设计及旅游市场营销管理。本书内容深入浅出，言简意赅，通俗易懂，每章后配有案例和案例分析题，并附有小结、关键概念与词语和思考题，便于教学和自学。本书可作为高职高专院校旅游服务专业教材，也可供企事业单位相关从业人员培训、自学使用。

书籍目录

第一章 导论第一节 市场营销的概念及研究内容第二节 市场营销观念的产生与发展第三节 市场营销观念的运用本章小结关键概念与词语思考题案例一 呼叫中心为旅游企业添上了翅膀第二章 旅游市场营销环境分析第一节 旅游市场营销的微观环境第二节 旅游市场营销的宏观环境第三节 旅游市场营销机会和威胁分析第四节 旅游市场调查和市场预测本章小结关键概念与词语思考题案例二 IMC案例——策动热点 自创神话——番禺香江野生动物世界整合营销传播策划记实第三章 旅游者购买行为分析第一节 旅游者的购买行为分析第二节 影响旅游者购买行为的因素第三节 组织机构旅游者的购买行为分析本章小结关键概念与词语思考题案例三 澳大利亚出境及旅华市场特征第四章 旅游市场及市场细分第一节 旅游市场第二节 旅游市场细分第三节 旅游目标市场选择第四节 旅游市场定位本章小结关键概念与词语思考题案例四 旅游市场的全新定位——营销战略第五章 旅游产品策略第一节 旅游产品第二节 旅游产品组合第三节 旅游产品的生命周期第四节 旅游新产品的开发本章小结关键概念与词语思考题案例五 21世纪的饭店客房第六章 旅游价格策略第一节 旅游价格第二节 旅游企业定价程序第三节 旅游企业定价策略第四节 旅游价格的制定与调整第五节 非价格竞争本章小结关键概念与词语思考题案例六 休布雷公司的定价策略第七章 旅游促销策略第一节 促销与促销策略第二节 公共关系关键概念与词语思考题案例十 山西吉县“瀑布经济”——壶口瀑布主要参考文献

《旅游营销》

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