

# 《旅游市场营销学》

## 图书基本信息

书名：《旅游市场营销学》

13位ISBN编号：9787308043243

10位ISBN编号：730804324X

出版时间：2005-7

出版社：浙江大学出版社

作者：于由

页数：287

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](http://www.tushu000.com)

# 《旅游市场营销学》

## 内容概要

本书分六大部分共二十三章，主要阐述市场营销的基本概念、理念及营销价值观念；旅游营销信息系统及营销调研；旅游企业战略、目标市场战略以及竞争策略；旅游市场营销组合策略；旅游饭店、旅游目的地、旅行社及旅游交通营销策略；旅游市场营销组织、策划及控制等。文字通俗，材料翔实，论点鲜明。本书可作为旅游系的教材，也可作为旅游从业人员的培训教材。同时，对各行各业的营销人员有很大的参考价值。

# 《旅游市场营销学》

## 书籍目录

第一部分 旅游市场营销导论第一章 市场营销基本概念与理念第二章 旅游与服务市场营销第三章 旅游市场营销的价值观念第二部分 旅游市场机会分析第四章 旅游市场营销环境第五章 旅游营销信息系统与市场调查第六章 旅游者购买行为分析第七章 旅游市场需求与预测第三部分 旅游市场营销战略第八章 旅游企业战略第九章 旅游市场细分第十章 旅游目标市场选择与市场定位第十一章 旅游市场营销竞争策略第四部分 旅游市场营销组合策略第十二章 旅游产品策略第十三章 旅游价格策略第十四章 旅游营销渠道策略第十五章 旅游销售促进与人员推销第十六章 旅游广告与公共关系第五部分 旅游业市场营销第十七部分 旅游饭店业营销第十八部分 旅游目的地营销第十九部分 旅行社市场营销第二十章 旅游交通市场营销第六部分 旅游市场营销管理与控制第二十一章 旅游市场营销组织第二十二章 旅游市场营销策划第二十三章 旅游市场营销控制.....附录 农家乐旅游建设标准参考文献后记

# 《旅游市场营销学》

## 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](http://www.tushu000.com)