

《旅游营销策略》

图书基本信息

书名：《旅游营销策略》

13位ISBN编号：9787542908384

10位ISBN编号：7542908383

出版时间：2001-3

出版社：第1版 (2001年3月1日)

作者：刘志远

页数：219

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

《旅游营销策略》

内容概要

本书，一方面可供旅游企业经营管理人员学习参考，另一方面有助于对旅游营销策略的深入研究，以进一步促进旅游业的发展和旅游市场营销少动的开展。本书理论联系实际，借鉴了国内外有关旅游营销的研究成果，本书较全面地阐述了现代旅游的形成与发展、旅游市场的特点以及旅游营销的基本原理，特别是系统地论述了旅游产品策略、旅游产品定价策略、旅游产品销售渠道策略、旅游促销策略和旅游企业的人员管理策略，并概述了国际旅游市场营销策略。它力求体现科学性、理论性、知识性、实用性强的特点。

《旅游营销策略》

作者简介

刘志运，生于1954年9月，浙江鄞县人。1983年毕业于上海财经学院贸易经济系。现为上海财经大学研究员，并任该校学术期刊编辑部主任兼《财经研究》副主编。多年来，从事贸易经济和旅游经济等方面的研究，单独或与他人合作，公开发表“关于发展我国旅游业的几个问题”等论文30多篇，出版《市场管理学》、《现工企业激励机制》等著作15本。并作为主持人之一或参与者完成了“发展国际旅游业的财税政策研究”、“改善我国旅游汽车行业经营管理研究”等部、市级研究课题8项。

林云，生于1955年6月，浙江慈溪人。1983、1988年在上海财经在学分别获得经济学学士度和经济学硕士学位。现为上海财经大学《财经研究》编辑部副研究员。单独与他人合作在《中国工业经济》等刊物上发表论文近30篇，出版《现代企业激励机制》等著作4本，并参加部级研究课题2项。

《旅游营销策略》

书籍目录

第一章 绪论 第一节 现代旅游 第二节 旅游市场 第三节 旅游营销 第二章 旅游市场细分与营销组合 第一节 旅游市场细分 第二节 旅游目标市场的选择与定位 第三节 旅游市场开拓策略 第四节 旅游市场营销组事的内容与特点 第三章 旅游产品与旅游产品生命周期营销策略 第一节 旅游产品 第二节 旅游产品生命周期及其营销策略 第四章 旅游产品组合与旅游新产品开发策略 第一节 旅游产品组合策略 第二节 旅游产品组

《旅游营销策略》

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