

旅游营销



[旅游营销 下载链接1](#)

著者:徐惠群

出版者:

出版时间:2009-4

装帧:

isbn:9787300096261

《旅游营销》的主要内容包括：
• 营销以及旅游营销概念的界定；
• 旅游产品特点，旅游服务系统中营销与运营职能之间的相互关系，旅游企业服务营销系统及服务质量与控制，旅游企业内部营销的重要性；
• 旅游营销宏观及微观环境，影响旅游者购买行为的主要要素，旅游购买决策形成以及购买行为发生的过程及影响因素；
• 市场细分概念及对旅游企业营销的重要意义，旅游企业对消费者及组织型顾客市场细分所遵循的具体标准；
• 旅游市场信息来源，市场营销研究的具体过程，设计市场营销研究方法的主要原理，数据库营销的原理和应用价值；
• 旅游企业制定战略规划的具体步骤，企业资产组合分析的定义和具体方法，市场竞争状况分析（SWOT分析）在旅游企业中的应用，一般性战略和成导向的拓展型战略模式，市场定位和定位声明；
• 营销规划的过程和结构

，旅游企业营销计划的制定；· 旅游产品定位和品牌塑造，旅游企业品牌塑造的主要形式，旅游产品生命周期，旅游新产品开发的过程；· 旅游企业的零缺陷目标和服务补救措施，有形展示概念和服务场景对旅游企业顾客感知的影响，服务场景的分类、作用及其对旅游企业的战略启示；· 旅游分销渠道，全球分销系统和中央预订系统在旅游业的实际运用，直复营销的含义及旅行社直复营销，旅游企业选址原则；· 旅游企业定价目标导向与价格的决定因素，收益管理概念，差别化定价策略；· 旅游企业的整合营销沟通策略，广告、销售推广、危机管理、销售洽谈；· 旅游目的地营销面临的问题及其优势，旅游目的地的品牌身份、品牌定位和品牌形象，节事活动作为目的地营销的有力手段。

作者简介:

目录:

[旅游营销_下载链接1](#)

标签

评论

[旅游营销_下载链接1](#)

书评

[旅游营销_下载链接1](#)