

# 《旅游消费者行为学》

## 图书基本信息

书名：《旅游消费者行为学》

13位ISBN编号：9787120000134

10位ISBN编号：7120000136

出版时间：2004-9

出版社：电子工业出版社

作者：斯沃布鲁克

页数：329

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《旅游消费者行为学》

## 内容概要

旅游消费者行为学（旅游服务管理精选精译），ISBN：9787120000134，作者：（英）约翰·斯沃布鲁克（John Swarbrooke），（英）苏珊·霍纳（Susan Horner）著；俞慧君，张鸥，漆小艳译；俞慧君译

## 书籍目录

第1部分 背景 第1章 导论 第2章 旅游消费者行为的历史进程

2.1 简介

2.2 不同地区的旅游发展进程

2.3 不同的旅游类型

结论

讨论要点和本章问题

练习 第3章 消费者行为的主要概念以及旅游业中的消费者行为模型 3.1 简介 结论 讨论要点和本章问题 练习

第2部分 购买决策过程 第4章 动机 4.1 简介 4.2 动机的范围与数量 4.3 休闲动机等级

4.4 动机和个体旅游者 4.5 多重动机 4.6 共享动机 4.7 表达清晰的、真正的动机 4.8 动机与不同的细分市场 4.9 动机与性别 4.10 民族和文化差异 4.11 动机与不同类型的旅游产品 4.12 动机和购买决策的时间

结论 讨论要点和本章问题

练习

第5章 决定因素 5.1 决定因素的类型 5.2 团体旅游的决定因素 5.3 理性决策的神话

5.4 不可预见的情况和机会主义的作用 5.5 最后一分钟打折购买现象 5.6 旅游行业的影响因素 5.7 时间因素 5.8 旅游者的一次经历成为决定因素 结论

讨论要点和本章问题 练习

第6章 购买决策过程模型 6.1 简介 6.2 旅游产品和服务 6.3 旅游者的决策过程 6.4 旅游购买决策模型

6.5 旅游购买决策模型的关键 6.6 旅游购买决策和旅游营销 结论 讨论要点和本章问题 练习 第3部分 旅游消费者行为的类型 第7章 旅游消费者行为的类型及旅游市场细分 7.1 学术上对于旅游消费者行为的分类 7.2 分类方法的比较 7.3 对分类方法的批评 7.4 分类方法的市场营销应用 7.5 市场细分 7.6 旅游所特有的市场细分方法 结论

讨论要点和本章问题 练习

第4部分 旅游需求和市场 第8章 全球旅游需求模式

第9章 国家的差异——国内旅游、出境旅游和入境旅游 第10章 不同旅游细分市场的需求特点 第11章

消费者行为及旅游业中不同部门的市场状况 第5部分 消费者行为和市场营销 第12章 旅游消费者行为的市场调研

第13章 市场营销组合及旅游消费者行为 第6部分 消费者行为中的热门问题 第14章 “绿色旅游者”——梦想还是现实

第15章 全球型旅游者和欧洲型旅游者

第16章 旅游者需求中出现的新市场和新变化 第17章 质量和旅游者满意度

第7部分 结论和展望 第18章 结论

第19章 旅游消费者行为的展望

第8部分 案例分析

# 《旅游消费者行为学》

## 精彩短评

- 1、这本书和另外一本旅游消费者行为学都写的不错，这一本偏重实务，另外一本偏重理论
- 2、书到货很快，而且又是货到付款，非常好！

# 《旅游消费者行为学》

## 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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)