

【作者】	张翠, 范淑青
【单位】	徐州师范大学城市与环境学院, 江苏徐州
【卷号】	37
【发表年份】	2009
【发表刊期】	24
【发表页码】	11794-11795
【关键字】	旅游目的地; 目的地营销; 旅游目的地营销
【摘要】	国内旅游目的地营销研究较晚, 在20世纪90年代末才有相关的研究, 旅游目的地营销是旅游营销一种崭新的思路, 是在地区层次上进行的营销方式。在这种方式下, 地区将代表地区内所有旅游企业, 以旅游目的地的形象作为营销主体加入旅游市场的激烈竞争中。我国旅游目的地营销遵循了国外相同的发展过程, 即由最初的目的地形象研究向其他视角扩展, 并开始关注目的地营销组织和信息技术在地营销中的应用, 但在内容和方法上需进一步完善。
【附件】	 PDF下载 PDF阅读器下载

关闭