



Marketing du tourisme

Submitted by Gemma Davies on Tue, 06/23/2015 - 14:22

Titre	Marketing du tourisme
Type de publication	Livre
Type	Ouvrage de vulgarisation
Année	2014
Langue	Français
Nombre de pages	326
Edition	3
Auteur	Frochot, Isabelle [1], Legoherel, Patrick [2]
Pays	France
Editeur	Dunod
Ville	Paris
ISBN	978-2-10-070820-8

4ème de couverture :

Le tourisme, premier secteur d'activité en France, s'est profondément professionnalisé et structuré, jusqu'à s'élever au rang d'industrie. Cette 3e édition expose l'ensemble des techniques marketing et e-marketing appliquées à la conception et à la commercialisation des produits touristiques :

- l'environnement et les tendances ;
- le processus de choix du consommateur ;
- le marketing expérientiel ;
- le marketing relationnel et les réseaux sociaux ;
- les stratégies marketing avec un approfondissement sur la tarification (revenue/yield management) ;
- les notions d'image et de communication.

Résolument concret, nourri de cas d'entreprises, ce livre de référence s'adresse à tous les acteurs privés et publics intervenant dans la production de prestations touristiques ou dans la gestion de destinations, ainsi qu'aux étudiants qui pourront appréhender l'étendue des outils et des techniques à leur disposition.

URL de la notice	http://okina.univ-angers.fr/publications/ua12816 [3]
Lien vers le document	http://www.dunod.com/entreprise-economie/entreprise-et-management/market... [4]

Liens

[1] [http://okina.univ-angers.fr/publications?f\[author\]=1686](http://okina.univ-angers.fr/publications?f[author]=1686)

[2] <http://okina.univ-angers.fr/p.legoherel/publications>

[3] <http://okina.univ-angers.fr/publications/ua12816>

[4] <http://www.dunod.com/entreprise-economie/entreprise-et-management/marketing-communication/ouvrages-professionnels/marketing-du-tourisme-1>

