

Marketing du Tourisme

Submitted by Emmanuel Lemoine on Wed, 12/18/2013 - 16:18

Titre	Marketing du Tourisme
Type de publication	Livre
Type	Ouvrage scientifique
Année	2010
Langue	Français
Nombre de pages	384
Edition	2
Auteur	Frochot, Isabelle [1], Legoherel, Patrick [2]
Pays	France
Editeur	Dunod
Ville	Paris
ISBN	9782100555932

Résumé en français L'importance du tourisme pour la France et sur le plan international n'est plus à démontrer. C'est un secteur de l'économie en pleine croissance et dont l'évolution à long terme est prometteuse. Le tourisme s'est fortement professionnalisé et structuré au cours des précédentes décennies et la nature de l'activité touristique implique une reconsidération des connaissances marketing pour s'adapter aux spécificités de ce secteur. L'ouvrage propose une vision globale des techniques marketing appliquées à la conception et à la commercialisation des produits touristiques.

URL de la notice <http://okina.univ-angers.fr/publications/ua1290> [3]

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/ua1290>

Publié sur *Okina* (<http://okina.univ-angers.fr>)