

<<饭店市场营销原理与案例研究>>

图书基本信息

书名：<<饭店市场营销原理与案例研究>>

13位ISBN编号：9787503215643

10位ISBN编号：750321564X

出版时间：1999-01

出版时间：中国旅游出版社

作者：王文君

页数：715

字数：550000

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：<http://www.tushu007.com>

## <<饭店市场营销原理与案例研究>>

### 内容概要

本书，旨在传播和强调这一基本的经营指导观念和方法。

该书作者广泛吸收了国内外饭店管理的理论和实践经验，密切结合我国国情，力争做到理论与实践的统一。

本书立意包含三个层次：一是对现代营销理论的系统阐述；二是对国内外饭店成功的营销案例的研究；三是探讨在中国国情下，如何有效地开展饭店营销工作。

本书是中国旅游协会人力资源开发培训中心组织编写的系列教材之一。  
可作为饭店管理人员、营销人员的业务用书和高等旅游院校的教学用书。

## <<饭店市场营销原理与案例研究>>

### 书籍目录

第一章 市场营销学导论 第一节 市场营销学的性质 一、市场营销学是一门关于企业微观市场营销管理的学问 二、市场营销学是一门关于企业的整体经营管理的学问 第二节 市场营销学的研究对象 第三节 市场营销学的研究方法 一、传统研究法 二、历史研究法 三、管理研究法 四、系统研究法 五、社会研究法 第四节 市场营销学的产生与发展 一、市场营销学的产生 二、市场营销学的发展 第五节 市场营销观念的演进 一、生产观念 二、产品观念 三、推销观念 四、市场营销观念 五、社会营销观念 六、大市场营销观念 七、全球营销观念 第六节 市场营销观念在饭店业中的应用 一、市场营销观念对饭店营销的意义 二、饭店营销与其他行业营销的区别 三、市场营销观念在饭店业中的应用 第七节 专题研究 一、宾客需要的是什么？ 二、面向21世纪的市场营销取向 三、企业如何运用大市场营销战略获取竞争优势 四、对营销理论发展趋势的探索 复习思考题第二章 饭店市场营销管理过程 第一节 饭店市场营销机会分析 一、市场机会的特点 二、市场机会的价值分析 三、市场营销机会的类型 第二节 选择饭店目标市场 一、预测市场需求量 二、细分市场 三、选择目标市场 四、市场定位 第三节 确定饭店营销组合 一、营销组合的概念 二、营销组合的特点 第四节 管理饭店营销活动 一、饭店市场营销信息系统 二、饭店市场营销计划系统 三、饭店市场营销组织系统 四、饭店市场营销控制系统 第五节 专题研究 现代饭店业服务营销的管理策略 复习思考题第三章 饭店市场营销环境分析 第一节 市场 一、市场的概念 二、市场的类型 三、市场需求的基本形态 第二节 饭店市场营销环境 一、饭店市场营销环境的概念 二、饭店市场营销环境的特点 第三节 饭店市场营销环境的分析 一、营销环境分析的意义 二、饭店内部营销环境的分析 三、饭店外部微观营销环境的分析 四、饭店外部宏观营销环境的分析 第四节 专题研究 一、东南亚金融风波对饭店市场的影响及其对策 二、中国外资饭店市场综述 三、1998年中国旅游饭店市场分析 复习思考题第四章 饭店营销信息系统与营销调研预测第五章 饭店宾客购买行为分析第六章 饭店市场细分与市场定位第七章 饭店产品策略第八章 饭店价格策略第九章 饭店销售渠道策略第十章 饭店销售渠道策略第十一章 饭店促销策略第十二章 饭店市场营销战略与计划第十三章 饭店市场营销体制与饭店营销组织机构第十四章 饭店市场营销控制与财务分析第十五章 饭店销售部门的管理参考文献、附录

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:<http://www.tushu007.com>