

<<饭店市场营销管理>>

图书基本信息

书名：<<饭店市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787503225819

10位ISBN编号：7503225815

出版时间：2005-1

出版时间：中国旅游出版社

作者：胡宇橙

页数：373

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>

## <<饭店市场营销管理>>

### 内容概要

这套系列教材，是对改革开放以来我国饭店服务与管理各岗位在借鉴国际经验基础上不断开拓创新的理论与实践的总结。

既有必要的理论基础，又侧重应用能力和创新能力的培养；既注重知识的系统性，又注重在内容划分上的侧重性；既可为当前和未来的饭店各岗位从业人员提供实用性很强的学习培训教材，又可帮助饭店经营管理者全面熟悉业务和提高经营管理能力。

本书从饭店经营环境的要求和饭店产品本身具有的特点出发，并考虑到现代饭店经营发展的新的变化，系统论述了饭店市场营销的基本理论和具体的操作方法，新增了如饭店关系营销、内部营销、品牌管理、网络营销等新的观念和操作方法，有较好的专业性和可操作性。

该书是高等旅游职业教育饭店管理专业的教材。

## &lt;&lt;饭店市场营销管理&gt;&gt;

## 书籍目录

序前言第一章 饭店市场营销导论 第一节 饭店市场营销概念 第二节 饭店市场营销管理 第三节 饭店市场营销管理观念的演进 第四节 饭店市场营销面临的挑战与发展趋势 案例分析 宾至如归——希尔顿饭店独特的营销文化理念第二章 饭店市场营销的服务性特征 第一节 饭店产品的服务性本质 第二节 饭店市场营销特征 第三节 饭店市场营销对策 案例分析 曼谷东方饭店探秘第三章 饭店市场营销环境分析 第一节 饭店市场营销环境 第二节 饭店的微观营销环境因素 第三节 饭店的宏观营销环境因素 第四节 饭店市场营销环境分析方法 案例分析 广州花园酒店以“变”应变的全方位营销战略第四章 饭店营销信息系统与信息开发 第一节 饭店市场营销信息系统 第二节 饭店市场营销信息的开发 第三节 饭店市场预测 案例分析 知己知彼——设立客户档案卡第五章 饭店顾客消费行为分析 第一节 市场与消费者市场 第二节 饭店顾客消费行为 第三节 饭店主要顾客市场分析 案例分析 瞄准学子——高校饭店的经营策略第六章 饭店市场细分、目标市场的选择和市场定位 第一节 饭店市场细分 第二节 饭店目标市场的选择 第三节 饭店市场定位 案例分析 市场细分永不停息——来自万豪酒店的启示第七章 饭店产品策略 第一节 饭店产品概述 第二节 饭店新产品开发 第三节 饭店产品生命周期 案例分析 “港丽”变位定乾坤第八章 饭店价格策略 第一节 影响饭店定价的因素 第二节 饭店有效定价的基本程序 第三节 饭店定价方法 第四节 饭店价格策略 第五节 饭店价格调整 案例分析 决不降价——五星酒店五星价第九章 饭店销售渠道策略第十章 饭店促销策略第十一章 饭店营销计划、执行与控制参考文献后记

<<饭店市场营销管理>>

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>