

<<酒店市场营销管理>>

图书基本信息

书名：<<酒店市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787563723928

10位ISBN编号：7563723927

出版时间：2012-5

出版时间：旅游教育出版社

作者：石增业

页数：257

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>

<<酒店市场营销管理>>

内容概要

《新编高职高专旅游管理类专业规划教材：酒店市场营销管理》针对旅游管理、酒店管理、市场营销等专业高职高专层次学生的特点，由青岛酒店管理学院旅游与酒店管理学院骨干教师合作编写。该书理论联系实际，实践内容丰富，强调应用性，力求反映当前酒店市场营销的最新理论、方法与实践。

《新编高职高专旅游管理类专业规划教材：酒店市场营销管理》在对现代营销理论进行有针对性的阐述的同时，对国内外酒店成功的营销案例和营销技巧进行研究，并探讨了在中国国情下如何有效地开展酒店市场营销工作。

<<酒店市场营销管理>>

书籍目录

第一章 酒店市场营销概述第一节 酒店市场营销概念第二节 酒店市场营销人员的基本素质第三节 酒店市场营销管理的功能第四节 酒店市场营销面临的挑战与发展趋势第二章 酒店市场营销中的环境分析第一节 酒店市场营销环境概述第二节 酒店微观营销环境因素第三节 酒店宏观营销环境因素第四节 酒店市场营销环境分析方法第三章 酒店营销中的心理学——人们为何购买酒店产品第一节 酒店营销中的黑箱——刺激—反应模式第二节 酒店顾客的购买决策——探究“黑箱”内幕第三节 酒店主要顾客市场分析第四章 酒店市场营销的顾客调研——营销的生命线第一节 酒店市场营销信息系统第二节 酒店市场营销调研第三节 酒店市场预测第五章 酒店市场营销分析第一节 酒店市场细分第二节 选择酒店目标市场第三节 酒店的市场定位第六章 酒店产品的营销第一节 酒店产品概述第二节 酒店产品生命周期策略第三节 酒店新产品开发第七章 酒店产品定价和收益管理第一节 理解酒店产品定价第二节 酒店产品定价常用方法第三节 酒店收益管理第四节 酒店产品定价的实施第八章 酒店营销渠道的分析与选择第一节 营销渠道与酒店营销渠道第二节 酒店营销渠道管理第三节 营销渠道开拓第九章 建立良好的酒店顾客关系第一节 酒店顾客忠诚度管理第二节 酒店公共关系管理第三节 酒店广告策略第十章 酒店市场营销的发展趋势第一节 中国酒店业的发展现状和趋势第二节 酒店市场营销的发展趋势参考文献

<<酒店市场营销管理>>

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>