第一图书网, tushu007.com

<<饭店营销学>>

图书基本信息

书名：<<饭店营销学>>

13位ISBN编号：9787810258302

10位ISBN编号：7810258303

出版时间：1992-9

出版时间：云南大学出版社

作者：铁振国

页数：289

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

内容概要

《饭店营销学》共分为12章。
主要包括饭店营销学概述、饭店营销环境、饭店消费者购买行为分析、饭店营销调研及市场预测、饭店客源市场细分及目标市场选择、饭店产品策略、饭店产品价格策略、饭店营销渠道及其策略、饭店促进销售策略、饭店营销战略计划、饭店营销理论的具体运用、未来世界旅游市场的发展趋势、特点和营销战略等内容。

作者简介

铁振国，男，1936年生，现任云南省烟草公司副总经理兼总会计师，云南省烟草国际旅游总公司董事长。
发表《云南烟草发展战略思考》、《论财税体制改革后云南财政和“两烟”发展的关系》等多篇论文，主编《社会主义市场经济知识问答》、《企业财务管理学》等多部书。
曾先后被中国人民大学、昆明大学、云南财贸学院等院校聘任为客座教授。
享受国家政府特殊津贴人员。

<<饭店营销学>>

书籍目录

第一章 饭店营销学概述 第一节 饭店营销学的研究内容 第二节 饭店市场营销导向 第三节 饭店营肖的意义及其任务 第二章 饭店营销环境 第一节 饭店营销宏观环境分析 第二节 饭店营销微观环境分析 第三章 饭店消费者购买行为分析 第一节 饭店消费者的类型 第二节 饭店消费者的需求 第三节 影响饭店消费者行为的主要因素 第四章 饭店营销调研及市场预测 第一节 饭店市场营销调研 第二节 饭店营销调研的内容 第三节 饭店营销预测 第五章 饭店客源市场细分及目标市场选择 第一节 市场细分化 第二节 选择目标市场 第三节 目标市场营销策略及其选择 第六章 饭店产品策略 第一节 饭店产品概述 第二节 饭店产品市场生命周期与策略 第三节 饭店新产品的开发 第七章 饭店产品价格策略 第一节 价格在饭店营销中的作用 第二节 影响饭店定价的基本因素 第三节 饭店产品的定价目标 第四节 饭店产品的定价策略 第五节 饭店产品的定价方法 第六节 饭店产品价格的调整 第八章 饭店营销渠道及其策略 第一节 饭店营销渠道概述 第二节 饭店中间商及其作用 第三节 饭店营销渠道策略及其管理 第九章 饭店促进销售策略 第一节 饭店促进销售的概念和作用 第二节 饭店促销的策略 第三节 饭店销售预算 第十章 饭店营销战略计划 第一节 饭店营销战略计划的概念和特点 第二节 饭店营销战略 第三节 饭店营销战略计划的制定 第十一章 饭店营销理论的具体运用 第一节 对零散旅客的营销活动 第二节 对团体旅客的营销活动 第三节 对女性旅客的营销活动 第四节 饭店餐厅的营销活动 第十二章 未来世界旅游市场的发展趋势、特点和营销战略 第一节 世界旅游市场预测 第二节 世界旅游市场的发展趋和特点 第三节 未来旅游市场营销的战略对策 参考文献

第一图书网, tushu007.com

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