

# 《现代饭店市场营销》

## 图书基本信息

书名：《现代饭店市场营销》

13位ISBN编号：9787562938330

10位ISBN编号：7562938334

出版时间：2012-9

出版社：武汉理工大学出版社

作者：赵迁远 编

页数：234

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《现代饭店市场营销》

## 内容概要

《高职高专旅游与餐饮管理类专业规划教材:现代饭店市场营销(餐饮管理与服务类)》结合高职高专的教学特点,深入浅出地将市场营销学的一般规律、原理与饭店市场营销运作有机结合,系统地阐述了饭店市场营销的基本理论、方法和工具。全书共分10章,内容主要包括饭店市场营销概述、饭店营销环境与消费者购买行为、饭店营销调研与市场预测、饭店目标市场的选择与市场定位、饭店产品策略、饭店定价策略、饭店销售渠道策略、饭店促销策略、饭店营销部的运转与管理、饭店新型营销模式。

## 书籍目录

### 第一章 饭店市场营销概述

#### 学习目标

【引导案例】国际饭店危机中选择中国“避险”

#### 第一节 饭店市场营销的概念

##### 一、饭店市场

##### 二、饭店市场营销

#### 第二节 饭店市场营销观念及其演变

##### 一、营销观念的演变

##### 二、现代营销理论

##### 三、饭店营销新观念

#### 本章小结

#### 思考与练习

【案例分析】假日饭店的启示

### 第二章 饭店营销环境与消费者购买行为

#### 学习目标

【引导案例】赤脚、鞋子与市场

#### 第一节 饭店营销环境

##### 一、饭店营销环境的含义

##### 二、饭店营销环境研究的意义

##### 三、饭店宏观营销环境

##### 四、饭店微观营销环境

##### 五、饭店营销环境分析与营销对策

##### 六、SWOT分析

#### 第二节 饭店消费者购买行为分析

##### 一、影响饭店消费者购买行为的因素

##### 二、饭店消费者的购买决策

#### 本章小结

#### 课堂讨论

#### 思考与练习

#### 实训操作题

【案例分析】肯德基的营销环境分析

### 第三章 饭店营销调研与市场预测

#### 学习目标

【引导案例】马里奥特公司的市场调研

#### 第一节 饭店营销调研

##### 一、饭店营销调研的内容

##### 二、饭店营销调研的类型

##### 三、饭店营销调研的程序

##### 四、饭店营销调研的方法

#### 第二节 饭店市场预测

##### 一、市场预测的基本原理

##### 二、饭店市场预测的程序

##### 三、饭店市场预测的方法

#### 本章小结

#### 课堂讨论

#### 思考与练习

#### 实训操作题

【案例分析】 餐饮市场的假日营销

## 第四章 饭店目标市场的选择与市场定位

学习目标

【引导案例】 饭店市场细分专家——万豪酒店

### 第一节 饭店市场细分

- 一、饭店市场细分的概念与作用
- 二、饭店市场细分的要求与原则
- 三、饭店市场细分的依据
- 四、饭店市场细分的程序与方法
- 五、饭店市场细分的评价

### 第二节 饭店目标市场的选择

- 一、饭店目标市场的概念
- 二、饭店目标市场的选择模式
- 三、选择饭店目标市场的步骤
- 四、饭店目标市场的营销战略

### 第三节 饭店市场定位

- 一、饭店市场定位的概念与意义
- 二、饭店市场定位的步骤
- 三、饭店市场定位的战略

本章小结

课堂讨论

思考与练习

实训操作题

【案例分析】 凯宾斯基饭店：绝不降价——五星饭店五星价

## 第五章 饭店产品策略

学习目标

【引导案例】 如何留住刁钻的顾客

### 第一节 饭店产品及其特征

- 一、饭店产品的概念
- 二、饭店产品的构成
- 三、饭店整体产品的构成
- 四、饭店产品组合
- 五、饭店产品的特征

### 第二节 饭店产品的生命周期

- 一、饭店产品的生命周期理论
- 二、饭店产品生命周期各阶段的特征
- 三、饭店产品生命周期理论在饭店营销中的应用

### 第三节 饭店新产品的开发

- 一、饭店新产品的概念
- 二、饭店新产品的开发策略
- 三、饭店新产品的开发过程
- 四、饭店新产品开发工作应注意的问题

### 第四节 饭店产品的规划

- 一、饭店产品规划的含义
- 二、饭店产品规划的分类

### 第五节 饭店产品品牌的创立与管理

- 一、品牌的含义
- 二、品牌的创立
- 三、饭店品牌生命周期各阶段的特征

## 四、品牌生命周期各阶段的传播策略

本章小结

思考与练习

实训操作题

【案例分析】案例1 老客户的新需求

案例2 南菜北引

## 第六章 饭店定价策略

学习目标

【引导案例】区分时段的弹性房价

### 第一节 饭店定价概述

一、饭店产品价格

二、影响饭店产品定价的因素

### 第二节 饭店定价目标及方法

一、饭店定价目标

二、饭店定价方法

### 第三节 饭店定价策略

一、心理定价策略

二、折扣定价策略

三、竞争定价策略

四、产品组合定价策略

### 第四节 饭店产品价格的实行和调整

一、饭店产品价格的实行

二、饭店产品价格的调整

### 第五节 饭店价目表的设计

本章小结

思考与练习

实训操作题

【案例分析】案例1 多种定价方法实例

案例2 海南在2010年“五一”期间对宾馆、酒店客房价格实施的综合调控

.....

## 第七章 饭店销售渠道策略

## 第八章 饭店促销策略

## 第九章 饭店营销部的运转与管理

## 第十章 饭店新型营销模式

参考文献

## 章节摘录

(六) 营业额预测 根据表3—12中的预测数,再增加以下三个变量,就可估计今后一年的营业额。

(1) 预计向各细分市场的平均房价。预测人员可根据本饭店在最近的12个月里所实现的实际平均房价,预测今后一年内的平均房价。当然,如果本饭店计划调整房价,就应相应地调整客房营业额的计算方法。

(2) 预计从各细分市场中所获得的食物、饮料营业收入和其他营业收入与客房营业收入之比。预测人员可根据本饭店的客史和财会资料,分析每出租一间客房,平均能获得多少食物、饮料营业收入和其他营业收入,计算出这些服务项目的营业

# 《现代饭店市场营销》

## 编辑推荐

《高职高专旅游与餐饮管理类专业规划教材：现代饭店市场营销》主要作为高职高专饭店管理类专业学生的基础教材，同时也适合饭店营销人员、饭店服务与管理人员阅读。

## 精彩短评

1、给弟弟买的，他说挺好的。



# 《现代饭店市场营销》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)