《酒店市场营销管理与实务》

图书基本信息

书名：《酒店市场营销管理与实务》

13位ISBN编号：9787313063434

10位ISBN编号：7313063431

出版时间：2010-5

出版社：上海交大

作者：李伟清//贺学良//李菊霞

页数：245

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

《酒店市场营销管理与实务》

内容概要

《酒店市场营销管理与实务》是旅游管理及酒店管理专业的教材，它将市场营销学的基本原理与酒店经营实践有机地结合起来，充分吸收国内外营销最新实践与理论研究成果，在市场营销理论的基础上，根据国内外酒店业的发展趋势，系统论述了当今国内外酒店业的营销理念、营销策划、营销方式、营销手段、营销战略和营销管理，理论与实务并重，内容全面与专业深化兼备。《酒店市场营销管理与实务》汇集了部分国内外酒店最新营销案例，有助于读者创新营销思路。
《酒店市场营销管理与实务》可作为高等院校酒店管理专业、旅游管理专业教材，也可作为酒店经营管理人员学习酒店营销的实践性读本，还可以作为酒店、旅游职业教育岗位培训用书，以及相关从业人员的参考用书。

《酒店市场营销管理与实务》

书籍目录

第1章 酒店市场营销概论 1．1 市场营销学的发展和研究方法 1．2 市场经营观念的演变 1．3 酒店市场营销要素组合 1．4 酒店市场营销观念创新 1．5 酒店市场营销模式创新第2章 酒店市场营销调研和市场预测 2．1 酒店市场营销调研的内容和类型 2．2 酒店市场营销的调研程序和方法 2．3 酒店市场预测第3章 酒店市场营销外部环境因素的关联分析 3．1 酒店消费者购买行为分析 3．2 酒店的SWOT分析和市场细分 3．3 酒店目标市场选择方法 3．4 酒店市场定位第4章 酒店内部营销内部环境因素的关联分析 4．1 满意的员工造就满意的顾客 4．2 忠诚的员工 4．3 酒店内部营销第5章酒店市场营销的产品策略 5．1酒店产品概述 5．2酒店产品的规划与设计 5．3酒店产品的评价与筛选 5．4顾客需求的变化和酒店新产品的开发第6章 酒店产品定价策略 6．1 影响酒店定价的因素 6．2 顾客对酒店价格的感知 6．3 酒店产品定价策略 6．4 酒店价格方案的制订和价目表的设计第7章 酒店市场营销的销售渠道策略 7．1 酒店销售渠道概述 7．2 酒店销售渠道成员 7．3 参加世界旅游贸易展销会 7．4 酒店销售渠道选择与评估第8章 酒店市场营销的促销策略 8．1 酒店市场营销促销要素组合与沟通系统 8．2 酒店广告策略 8．3 酒店其他宣传手段 8．4 酒店公共关系 8．5 酒店网络营销第9章 酒店市场销售部门的运行与管理 9．1 酒店销售部概述 9．2 酒店销售部的规章制度 9．3 酒店销售人员管理 9．4 酒店市场营销管理和营销控制第10章 酒店的市场营销策划 10．1 酒店市场营销策划概述 10．2 酒店市场营销机会的寻找与制造 10．3 酒店专项促销策划参考文献

《酒店市场营销管理与实务》

编辑推荐

本教材的编写内容根据当前市场营销的成熟理论体系逐渐展开，从基本概念和营销观念入手，围绕酒店进行市场营销活动的内在逻辑层次顺序推进。本教材有两个特点：一是将市场营销学的一般原理与酒店业的经营特点紧密结合起来，使其有很强的针对性和实践指导意义；二是根据学生的学习要求，以酒店营销基本知识介绍和能力培养为主。在正文中穿插了大量的资料和案例，既有助于学生对重点、难点、知识点的理解和把握，又锻炼了学生发现问题、分析问题和解决问题的实际应用能力。

《酒店市场营销管理与实务》

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