

《星级酒店营销手册》

图书基本信息

书名：《星级酒店营销手册》

13位ISBN编号：9787802061132

10位ISBN编号：780206113X

出版时间：2006-1

出版社：光明日报出版社

作者：宿春礼

页数：319

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.tushu111.com

《星级酒店营销手册》

内容概要

坚持以宾客为中心，以需求为导向的方针，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。从营销环境分析开始，以营销调研和预测为先导，经过消费者行为分析，进行准确的市场细分和定位，然后以产品、价格、渠道、促销的营销组合策略攻占市场。本书将营销的一般原理与酒店的实际情况结合在一起，努力做到更有针对性和更具指导意义。同时我们在书中插入了大量的阅读材料和案例，使其更具有操作性和可读性。

《星级酒店营销手册》

书籍目录

第一章 酒店营销导论第一节 营销概述一、营销的概念二、营销观念的演变三、市场营销学的性质、研究对象和内容第二节 酒店与酒店营销一、酒店的概念和特征二、酒店市场与酒店营销三、酒店营销的特殊性第三节 酒店营销组合一、营销要素及其组合二、酒店营销组合三、酒店营销组合模型·案例链接：香格里拉的营销理念第二章 酒店营销环境分析-第一节 酒店营销环境概述一、营销环境二、酒店营销环境的概念与内容三、酒店营销环境的特点第二节 酒店宏观营销环境一、政治环境二、经济环境三、社会文化环境的影响四、自然环境五、科技环境的影响六、人口环境第三节 酒店微观营销环境一、酒店二、供应商三、市场中介四、竞争对手五、顾客六、公众第四节 酒店营销环境分析一、优势与劣势分析二、机会与威胁分析案例链接1：“千岛湖事件”之后案例链接2：东南亚金融危机对酒店市场的影响及对策·第三章 酒店营销调研与预测第一节 酒店营销信息系统一、营销信息系统概述二、市场信息在酒店营销中的应用三、酒店营销系统应用的三个阶段第二节 酒店营销调研一、酒店营销调研的概念与类型二、酒店营销调研的内容三、酒店营销调研的步骤第三节 酒店市场预测一、酒店预测的概念……

《星级酒店营销手册》

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.tushu111.com