

<<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

出版时间：武汉理工大学出版社

作者：赵迁远 编

页数：234

字数：346000

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>

## <<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。

《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)》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。

## <<现代饭店市场营销>>

### 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

## <<现代饭店市场营销>>

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

## <<现代饭店市场营销>>

### 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

## <<现代饭店市场营销>>

### 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。

<<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:<http://www.tushu007.com>