

<<酒店营销与公关实务>>

图书基本信息

书名：<<酒店营销与公关实务>>

13位ISBN编号：9787807288084

10位ISBN编号：7807288086

出版时间：2008-1

出版时间：广东经济出版社有限公

作者：李丽,廖建华

页数：191

字数：212000

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>

<<酒店营销与公关实务>>

内容概要

中国旅游酒店业发展于中国改革开放之初，至今已成为国民经济中新的经济增长点和第三产业中的优势产业。

特别是近十年来，我国旅游酒店业的快速发展对全球旅游酒店业格局产生了很大的影响。

世界旅游组织预测，到2020年，中国将成为世界上第一位旅游接待大国和第四位客源输出国。

中国正成为世界旅游的强国。

因此，这对旅游酒店从业人员的素质提出了更高的要求，培养应用型、复合型的高级旅游酒店人才也成为旅游酒店职业教育和职业培训的光荣使命。

为了更好地适应全国旅游酒店业的职业教育和职业培训要求，我们组织全国有关学校的职业教育研究人员、一线教师和旅游酒店行业专家，根据近年来旅游酒店行业发展趋势，对旅游酒店管理专业精品教材进行规划和编写。

<<酒店营销与公关实务>>

作者简介

李丽，女，副教授，德国酒店行业协会酒店管理培训师，曾在欧洲学习和考察，学习国际先进的职业教育理论和经验。

1996年创办广东轻工职业技术学院酒店管理专业，并与广州白天鹅宾馆等著名企业建立校企合作关系，积极进行酒店业人才培养问题的探索和教学改革，致力广东地区星级涉外酒店人力资源开发与管理问题的研究，带领教师为酒店培养并输送一大批优秀学生和行业骨干。

<<酒店营销与公关实务>>

书籍目录

第一章 酒店营销概论 第一节 营销及营销管理 第二节 酒店市场营销活动及特点 第三节 酒店营销管理过程第二章 酒店营销市场调研分析 第一节 酒店营销环境 第二节 酒店客源市场调查 第三节 市场调查访问技巧 第四节 酒店的市场预测第三章 酒店营销市场细分和营销策略选择 第一节 酒店营销市场细分的原则和方法 第二节 酒店营销目标市场的选择 第三节 酒店营销目标市场的营销策略第四章 酒店营销市场定位 第一节 酒店市场定位的概念与意义 第二节 酒店市场定位的步骤 第三节 酒店市场定位策略第五章 酒店产品营销 第一节 酒店产品与产品组合 第二节 酒店产品的生命周期 第三节 酒店新产品开发第六章 酒店产品价格策略 第一节 影响酒店定价的因素 第二节 酒店有效定价的基本程序 第三节 酒店定价方法与策略第七章 酒店营销渠道概述 第一节 酒店营销渠道概念 第二节 酒店营销中介 第三节 酒店营销渠道的实施第八章 酒店促销策略 第一节 酒店促销组合策略 第二节 酒店广告促销策略 第三节 酒店人员促销策略 第四节 酒店营业推广策略 第五节 酒店公共关系策略第九章 酒店新型营销模式 第一节 酒店绿色营销 第二节 酒店网络营销 第三节 酒店文化与品牌营销 第四节 公益营销

<<酒店营销与公关实务>>

章节摘录

第一章 酒店营销概论 第一节 营销及营销管理一、市场营销的概念要了解酒店市场营销，首先必须了解市场营销的概念。

国内外市场营销学者从不同角度及发展的观点对市场营销下了不同的定义。

有些学者从宏观角度对市场营销下定义。

例如，E. J. McCarthy把市场营销定义为一种社会经济活动过程，其目的在于满足社会或人类需要，实现社会目标。

又如，Philip Kotler指出：“市场营销是与市场有关的人类活动。

市场营销意味着和市场打交道，为了满足人类需要和欲望，去实现潜在的交换。

”还有些定义是从微观角度来表述的。

J. E. McCarthy于1960年也对微观市场营销下了定义：市场营销“是企业经营活动的职责，它将产品及劳务从生产者直接引向消费者或使用者以便满足顾客需求及实现公司利润”。

这一定义指出了满足顾客需求及实现企业赢利成为公司的经营目标。

美国市场营销协会（AMA）于1985年对市场营销下了更完整和全面的定义：市场营销“是对思想、产品及劳务进行设计、定价、促销及分销的计划和实施的过程，从而产生满足个人和组织目标的交换”

。

这一定义比前面的诸多定义更为全面和完善。

主要表现是：（1）产品概念扩大了，它不仅包括产品和劳务，还包括思想。

（2）市场营销概念扩大了，市场营销活动不仅包括赢利性的经营活动，还包括非赢利组织的活动。

（3）强调了交换过程。

（4）突出了市场营销计划的制定与实施。

此外，这一概念还表明：（1）市场营销是一种企业活动，是企业有目的、有意识的行为。

<<酒店营销与公关实务>>

编辑推荐

<<酒店营销与公关实务>>

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