

<<中国酒店评论>>

图书基本信息

书名：<<中国酒店评论>>

13位ISBN编号：9787503230141

10位ISBN编号：7503230142

出版时间：2006-11

出版时间：王大悟、黄小春 中国旅游出版社 (2006-11出版)

作者：王大悟，黄小春 著

页数：343

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>

<<中国酒店评论>>

内容概要

《中国酒店评论》共分十一章，其中前十章对中国酒店的物、事与人进行全面评述，最后一章是近几年考察世界各国酒店的感悟，作为“他山之石”，多少有供借鉴启迪之处。

<<中国酒店评论>>

书籍目录

自序第一章 星级酒店评论 一、星光大道星光灿烂 二、开放不可动摇 三、坐标与轨迹 四、透视上海饭店业 五、“金星”化五彩 六、嬗变中的星级标准 一家之言 酒店“十化”第二章 集团化与品牌力评论 一、不以规模论英雄 二、三步曲：成型、扩张、做强 三、资本运作，长袖善舞 四、是品牌化，孰品牌力乎？ 五、锻造中国酒店集团的品牌力 一家之言 单体与集团对话，各有千秋第三章 餐饮评论 一、中华烹饪竞风流 二、创新创意异彩纷呈 三、胜在定位 四、餐饮经营五要素 五、餐饮管理出新招 一家之言 酒店餐饮VS社会餐饮第四章 服务评论 一、规范化与个性化 二、极品人性化 三、独具特色的中国式服务 四、从中国金钥匙的“变脸”说起 五、顾客满意小组 六、酒店创新 一家之言 采天下之长，创服务之优第五章 管理评论 一、仅仅做好店小二是不够的 二、从等级制到明星制 三、服务与用工的市场化和社会化 四、平衡记分卡在酒店中的应用 五、跳出“红海”，放眼“蓝海” 六、节约型社会呼唤“绿色” 一家之言从优秀走向卓越第六章 市场营销评论 一、营销百年，世纪回眸 二、谁是您的“上帝”？ 三、网站直销挑战GDS 四、积分营销如鱼得水 五、破解营销考核机制之惑 一家之言 魅力营销——关于王婆与瓜的思考第七章 企业文化评论 一、物质·制度·精神 二、由海尔引起的企业文化思辨 三、北京温特莱——没有冬天的酒店 四、深圳威尼斯——激越之魂，多彩之韵 五、酒泉宾馆——西部春光戈壁奇葩 六、之江饭店：拼搏的员工和谐的饭店 七、海航集团的文化嫁接 一家之言 随风潜入夜，润物细无声第八章 职业经理人评论 一、烈火炼真金市场造英雄 二、所有者、经营者与MBO 三、赌场、战场与官场 四、英才溢“华天” 五、职业经理人谈“职业经理人” 一家之言职业素养，路漫修远，不断求索第九章 主题酒店评论 一、功能奠基文化闪光 二、威尼斯传神深圳 三、鹤舞九天凤凰涅槃 四、古兜温泉飘逸“美丽” 五、藏羌文化九寨天堂 六、“京川”三国魂 一家之言走出传统创意未来第十章 经济型酒店评论 一、小康社会，小康酒店 二、经济型酒店认识辨误 三、“如家”为什么这样火？ 四、只做客房，做好客房 五、时尚家居168 六、成长中的“青年” 七、品牌彩练舞神州 八、与国际联姻 九、汉庭，从“蓝海”浮出水面 一家之言挑战·颠覆·回归第十一章 他山之石 一、今日美国酒店博览 二、话说法、意酒店“星级” 三、日本酒店两极观察 四、澳大利亚酒店“广角镜” 主要参考书目

<<中国酒店评论>>

编辑推荐

本书共分十一章，其中前十章对中国酒店的物、事与人进行全面评述，最后一章是近几年考察世界各国酒店的感悟，作为“他山之石”，多少有供借鉴启迪之处。

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>