

<<市场营销管理规程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销管理规程>>

13位ISBN编号：9787505822597

10位ISBN编号：7505822594

出版时间：2000-8

出版时间：经济科学出版社

作者：张润刚

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>

<<市场营销管理规程>>

内容概要

《东方模式》从企业实际情况出发，依据酒店行业标准、国际通行惯例和现代企业管理制度编写而成，该书本着“源于实践、高于实践，博采众长，自成一体”的指导思想，突出体现了三个基本原则：
科学性原则：《东方模式》以客人住店需求和活动规律为主线，以酒店接待服务和业务活动为对象，用标准化原理和方法将酒店经营管理活动中反复出现的常规性的事物做出统一的界定，促进酒店建立起高效、有序的运行秩序。

系统性原则：《东方模

<<市场营销管理规程>>

书籍目录

第一章 市场营销部概述

第一节 部门概述

一、 部门概述

二、 组织机构

三、 岗位设置

(一) 中型酒店(拥有约400间客房的酒店)

(二) 小型酒店(拥有约200或200间以下客房的酒店)

第二节 岗位职责

一、 市场营销总监

二、 考评对象

三、 考评内容

四、 考评办法

<<市场营销管理规程>>

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>