

<<酒店营销实务>>

图书基本信息

书名：<<酒店营销实务>>

13位ISBN编号：9787545411300

10位ISBN编号：7545411307

出版时间：2012-2

出版时间：广东经济

作者：何丽芳

页数：253

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>

## <<酒店营销实务>>

### 内容概要

《新博亚酒店丛书》由新博亚酒店培训机构组织编写。  
新博亚酒店培训创立于2002年，现已成为中国酒店业最具影响力的培训品牌。

本套丛书作者包括酒店教育业专家、酒店培训师、酒店资深从业人员。  
作者的大量一线工作经验，保证了本丛书的实用价值。

我们希望通过编辑出版《新博亚酒店丛书》，提高酒店从业人员的工作素质、工作效率、敬业精神、职业道德水准和持续学习能力。

## <<酒店营销实务>>

### 书籍目录

- 第一章 现代酒店营销
  - 第一节 酒店市场营销概念
    - 一、酒店、酒店市场、酒店市场营销
    - 二、现代酒店市场营销的特点
  - 第二节 现代酒店的营销观念和竞争方式
    - 一、酒店营销的现代观念
    - 二、酒店业的价格竞争
    - 三、酒店业的非价格竞争
- 第二章 酒店市场调研与分析
  - 第一节 酒店市场的环境分析
    - 一、酒店市场的微观环境
    - 二、酒店市场的宏观环境
  - 第二节 酒店市场调研
    - 一、酒店市场调研活动的范围
    - 二、酒店市场调研的类型和过程
    - 三、酒店市场调研的方法
    - 四、酒店市场调查报告的撰写
  - 第三节 市场调查访问技巧
    - 一、访问面谈技巧
    - 二、问卷设计及试调查技巧
    - 三、实际调查数据处理技巧
  - 第四节 酒店的市场预测
    - 一、酒店市场预测的概念
    - 二、酒店市场预测的基本原则
    - 三、酒店市场预测的内容
    - 四、酒店市场预测的步骤
    - 五、酒店市场预测的方法
- 第三章 酒店目标市场营销
  - 第一节 酒店市场细分
    - 一、酒店市场细分的概念、作用及原则
    - 二、酒店市场细分的依据
    - 三、酒店市场细分的步骤及方法
  - 第二节 酒店目标市场的选择
    - 一、酒店目标市场的含义及选择标准
    - 二、酒店选择目标市场的模式
    - 三、酒店选择目标市场的步骤
  - 第三节 酒店目标市场营销策略
    - 一、无差异目标市场营销策略
    - 二、差异目标市场营销策略
    - 三、集中市场营销策略
    - 四、选择目标市场策略应考虑的因素
- 第四章 酒店市场定位
- 第五章 酒店营销渠道与促销策略
- 第六章 酒店内部营销
- 第七章 酒店促销策略

<<酒店营销实务>>

- 第八章 酒店新型营销模式
- 第九章 酒店文化与品牌营销
- 第十章 酒店网络营销
- 参考文献

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>