

<<现代餐饮营销>>

图书基本信息

书名：<<现代餐饮营销>>

13位ISBN编号：9787564042394

10位ISBN编号：7564042397

出版时间：2011-2

出版时间：北京理工大学出版社

作者：沙艳荣，薄立伟 主编

页数：260

字数：324000

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>

<<现代餐饮营销>>

内容概要

本书共有十二章内容，分为三个部分：前四章为理论铺垫部分，主要阐述了现代餐饮营销导论、餐饮市场调查分析、餐饮业规范化营销和餐饮业营销策略；随后七章为营销策略的实践部分，内容依次是餐饮营销产品策略、品牌策略、价格策略、促销策略、广告策略、关系营销和CIS战略；最后一章作为本书的结束篇章，着重讨论了餐饮业的发展趋势、餐饮经营中的重点领域等内容。

本书可作为高等院校旅游相关专业教材，也可作为旅游企业高级管理人员的参考用书。

<<现代餐饮营销>>

书籍目录

- 第一章 现代餐饮营销导论
 - 第一节 餐饮业概述
 - 第二节 市场营销与餐饮营销
 - 第三节 餐饮经营
 - 第二章 餐饮市场调查分析
 - 第一节 餐饮市场
 - 第二节 餐饮市场调查
 - 第三节 餐饮市场细分
 - 第三章 餐饮业规范化营销
 - 第一节 餐饮业的理念
 - 第二节 餐饮业的质量标准
 - 第三节 餐饮业的质量控制
 - 第四章 餐饮业营销策略
 - 第一节 顾客满意战略
 - 第二节 餐饮业的知识营销
 - 第三节 餐饮业的特色营销
 - 第四节 餐饮业的企业文化营销
 - 第五章 餐饮业产品策略
 - 第一节 餐饮产品概述
 - 第二节 餐饮产品的生命周期
 - 第三节 餐饮业的新产品开发策略
 - 第四节 餐饮业的菜品策略
 - 第六章 餐饮业品牌策略
 - 第一节 餐饮品牌概述
 - 第二节 餐饮品牌的创立与发展
 - 第三节 餐饮品牌发展——连锁经营
 - 第七章 餐饮业价格策略
 - 第一节 餐饮产品价格概述
 - 第二节 餐饮产品的定价目标和方法
 - 第三节 餐饮产品的定价程序
 - 第四节 餐饮产品的定价策略
 - 第八章 餐饮业促销策略
 - 第一节 餐饮促销概述
 - 第二节 餐饮人员推销
 - 第三节 餐饮销售促进
 - 第九章 餐饮业广告策略
 - 第十章 餐饮业关系营销
 - 第十一章 餐饮业CIS战略
 - 第十二章 餐饮业未来展望
- 参考文献

<<现代餐饮营销>>

章节摘录

版权页：(1) 饭店(宾馆)餐饮。

各类饭店(宾馆)如商务型饭店、会议型饭店、长住型饭店、公寓型饭店、汽车旅馆和经济旅馆等，在满足旅游者住宿消费的同时，又为旅游者提供餐饮服务。

饭店(宾馆)为满足旅游者不同的餐饮消费，都设有多种餐饮服务场所，如中西零点餐厅、自助餐厅、咖啡厅、宴会厅、风味餐厅、酒吧、茶座和客房送餐服务等。

通常这类饭店(宾馆)的餐饮设施豪华，能够提供各种美味佳肴和一流的餐饮服务。

但是，有些经济型饭店的餐饮设施规模小，所提供的餐饮食品和餐饮服务水平一般。

(2) 普通餐馆。

从总体上来说，这类餐馆数量较多，城乡各地随处可见，经营品种广泛，服务于多元化的消费群体，占餐饮业营业额的比例较高。

普通餐馆按餐饮服务对象和餐饮内容的不同，可以分为便餐馆和高级餐馆两种。

便餐馆是一类经济实惠的大众化餐馆，一般投资额不大，客容量有限，其设施、装饰和布局注重简洁、明亮、舒适，大多经营家常菜肴和大众化饮食，服务快捷，主要面向中低档收入阶层。

高级餐馆无论是餐饮设施设备、环境布局、餐厅数量和餐位，还是经营项目、餐饮内容、服务方式均较规范，属于正规化的餐饮企业。

高级餐馆按经营餐饮食品类别的不同分为高级中餐馆和高级西餐馆。

这类餐馆讲究餐饮服务环境和就餐氛围，注重餐饮食品的品质特色、餐饮服务的规范化和服务质量。

(3) 风味餐馆。

因其经营的菜肴富有特色而区别于普通餐馆，亦常称特色餐馆。

风味餐馆可专营某一类菜肴，如海鲜、野味等；也可经营某一地方菜系，如鲁菜、闽菜、潮州菜等；还可突出经营某一民族的菜肴，如清真菜、朝鲜族菜、维吾尔族菜等；或专门经营以某种烹调方法为主的菜肴，如烤肉、火锅等。

风味餐馆因经营菜食较专一，菜单内容有限，餐饮服务因饮食风味特点的不同而在某些环节上有些差异。

(4) 自助餐。

自20世纪70年代开始推行“吃到饱”的自助餐，给餐饮业经营方式带来极大的震撼。

自助餐一般有两种形式：一种是客人自行从餐台选取食品，而后依照所取食品付款；另一种也是客人自行从餐台选取食品，但是一次付款后任客人吃到饱。

这种经营方式基本取消了餐桌服务，服务人工成本降低很多，加之可使消费者感觉不再受点菜或套餐组合的约束，故深受欢迎，成为餐饮业一种常见经营方式和广为流行的一种餐饮方式。

(5) 快餐店。

快餐业起源于20世纪20年代的美国，迅速发展于六七十年代。

快餐店以人们喜欢的餐饮食品、有限的菜单、最佳的品质、低廉的价格、标准化的技术、快捷的服务、明净和卫生的餐饮环境，为众多消费者所欢迎。

随着人们生活节奏的加快，许多消费者钟情于快餐，使快餐具有广阔的发展空间，加之快餐店多以连锁式集约经营为经营理念，因此其在世界各地得以迅速发展。

近年来，洋快餐店在我国咄咄逼人的增长势头对中式快餐造成很大的冲击。

<<现代餐饮营销>>

编辑推荐

《现代餐饮营销》是面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果。

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>