

<<酒店营销原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<酒店营销原理与实务>>

13位ISBN编号：9787503245268

10位ISBN编号：7503245263

出版时间：2012-10

出版时间：中国旅游出版社

作者：贺学良，王华 编

页数：337

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>

<<酒店营销原理与实务>>

内容概要

《国家示范性高职高专院校重点建设专业酒店管理专业系列教材：酒店营销原理与实务》总学时为54学时。

课程定位为培养学生掌握酒店初、中级营销职业岗位的能力。

本课程教学过程以学生为主体，以实现酒店营销的职业能力目标为核心，实现专业知识、专业技能以及专业能力三位一体，使学生具备相应的专业能力、方法能力和社会能力。

《国家示范性高职高专院校重点建设专业酒店管理专业系列教材：酒店营销原理与实务》在构建框架体系时，从酒店营销的实用性出发，提炼酒店营销的典型工作任务并按照从具体过渡到抽象，从服务上升到管理的思路，把提炼出的酒店营销的典型工作任务转化为能够体现能力和素质要求的行动领域，再根据酒店职业成长的一般规律以及学生的认知规律，将这些职业行动领域进一步加工重构，形成以工作过程为导向的学习领域。

《国家示范性高职高专院校重点建设专业酒店管理专业系列教材：酒店营销原理与实务》在具体内容安排上，本着理论与实务并重、内容全面与专业深化兼备的原则，既有对酒店营销一般原理的阐述，又有实际操作办法的介绍。

为了便于读者学习和运用，在形式上，在每章正文前设有“教学目标”、“引导案例”；正文中穿插“相关链接”；正文后有“复习与思考”等，既方便教师教学，又对学生有启发引导作用。

<<酒店营销原理与实务>>

书籍目录

前言第一章 市场营销与酒店营销创新第一节 企业经营观念的演变第二节 酒店营销观念创新第三节 酒店营销模式创新复习与思考第二章 酒店市场分析与营销调研第一节 酒店STP分析和SWOT分析第二节 旅游者住宿消费特点分析第三节 中国酒店行业分析第四节 酒店市场营销调研的内容和类型第五节 酒店营销调研的程序和方法复习与思考第三章 酒店营销要素分析第一节 酒店营销要素及其组合第二节 酒店产品设计与创新第三节 酒店产品定价方法与策略第四节 酒店市场销售渠道策略复习与思考第四章 酒店市场推广与促销第一节 促销及促销组合第二节 酒店广告与酒店公共关系第三节 酒店其他宣传促销手段第四节 酒店市场销售促进的方法第五节 酒店内部营销第六节 酒店网络营销复习与思考第五章 酒店销售人员培训与技能第一节 酒店销售人员的素质要求第二节 酒店销售人员的自我管理第三节 酒店销售人员的推销技巧第四节 酒店电话销售技巧复习与思考第六章 酒店营销计划与营销策划第一节 酒店营销计划的编制第二节 酒店营销机会的寻找与创造第三节 酒店专项促销策划第四节 酒店餐饮促销策划复习与思考第七章 酒店营销部机构设置与管理制度设计第一节 酒店营销部的组织机构与岗位设置第二节 酒店营销部的管理制度第三节 酒店营销部销售人员的管理复习与思考参考文献

<<酒店营销原理与实务>>

章节摘录

1.观察法 收集最新资料的一种方法是观察有关的对象和事物。

例如，美国航空公司的研究人员可以逗留在飞机场、航空办事处和旅行社内，听取旅行者谈论不同航空公司和代理机构处理飞行安排的方法。

研究人员也可以乘坐美国航空公司和竞争者的飞机，观察航班服务质量和听取乘客反映。

这些观察都可能产生关于旅行者如何选择航空公司的一些有用设想。

调研人员可以通过观察、记录每个人或团体的活动类型，以及各种行为在何时、何地发生，发生的频率和持续的时间。

常见的观察方法有：（1）人员观察：观察人员从侧面观察人们的行为，系统地记载某种行为的频率、地点和持续时间。

例如，调研人员可以观察、记录每位宾客在前台需等待多久才能办理登记手续。

（2）器械观察：调研人员可以使用录像机、录音机等仪器和设备记录观察对象的行为。

观察法简便易行，但只能获得描述性资料，如果只用观察法搜集资料，调研人员就无法分析因果关系。

另外，观察人员的偏向或机械装置的局限性会影响调研结果的正确性。

2.调查法 调查法介于观察法的偶然性和实验法的严谨性之间。

一般说来，观察法最适用于探测性研究，调查法则最适用于描述性研究，而实验法最行之有效于因果研究。

一些公司采取调查法，以了解人们的认知、信任、偏好、满意等，并衡量其在人口中的数量比例。

例如，美国航空公司的调研人员可能需要调查有多少人知道它，有多少人乘坐过它，有多少人偏爱它。

调查法包括电话询问、邮寄调查表、店内宾客问卷调查和面谈调查等形式。

调研人员应根据问题的性质、检验假设所需的资料、调研经费和人员情况，决定采取哪一种形式。

（1）邮寄调查表：调研人员将调查问卷寄给调查对象，由调查对象填写后寄回。

适用于征询对象分布范围广泛、调查经费有限的情况，但该调查法的回收率低。

（2）电话询问：采用电话询问法时，调查对象对调查问卷的答复是由调查人员记录的。

该方法适用于解决简要的普遍性问题。

.....

<<酒店营销原理与实务>>

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>