第一图书网, tushu007.com

<<餐饮市场营销管理>>

图书基本信息

书名：<<餐饮市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787302127925

10位ISBN编号：7302127921

出版时间：2006-6

出版时间：清华大学出版社

作者：张建业

页数：442

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书系统阐述了餐饮市场营销的基本理论、理念和方法，具有鲜明的科学性和可操作性，它结合了餐饮行业的特征和实践，从营销角度为餐饮企业的经营与管理提供了运作上的知识和策略。
书中还配有不少典型案例和练习自测题，具有行业指导的现实意义。

本书可作为高职高专餐饮管理专业及成人教育或培训的教材，还可以作为餐饮企业中、高级管理人员的业务用书，以及中等职业学校餐饮管理专业教师的教学参考用书。

<<餐饮市场营销管理>>

书籍目录

第一章　餐饮市场营销导论　第一节　市场营销及市场营销管理　一、市场营销的一组核心概念　二、市场营销管理　第二节　餐饮市场营销理念及体现　一、餐饮市场营销　二、餐饮市场营销的特点与服务营销策略　三、餐饮市场营销观念及其演变　第三节　餐饮市场营销理论的新发展　一、顾客让渡价值　二、Ps市营销组合到Cs市场营销组合　典型案例　第二章　餐饮市场营销环境及顾客购买行为分析与管理　第一节　餐饮市场营销环境分析与管理　一、餐饮市场营销环境的概念、构成、特征和作用　二、餐饮市场营销环境的SWOT分析　三、餐饮市场营销机会的捕捉　第二节　餐饮市场顾客购买行为分析与管理　一、餐饮消费者购买行为的内容及模式　二、影响餐饮市场顾客消费行为的主要因素　三、餐饮市场顾客购买决策的过程　四、餐饮消费者外出就餐的动机分析　典型案例　第三章　餐饮市场营销信息的分析与管理　第一节　餐饮市场信息过程管理　一、餐饮信息源及其特点　二、餐饮市场信息采集的原则、渠道与方法及程序　三、餐饮市场信息的整理、加工与存储　第二节　餐饮市场信息采集常用的技术　一、问卷调查技术　二、文案调查技术　三、询问调查技术　四、观察实验技术　第三节　餐饮市场竞争对手信息剖析　一、竞争对手本信息剖析　二、竞争对手价格信息剖析　三、竞争对手经营活动信息剖析　第四节　餐饮企业选址信息分析与管理　一、经营区域的界定　二、选址信息内容的确定　三、餐饮企业选址原则和信息采集的方法　四选址信息分析报告　典型案例　第四章　餐饮目标市场营销决策　第一节　餐饮目标市场营销决策概述　一目标市场营销决策的内容　二、目标市场营销决策的作用　第二节　餐饮市场细分　一、餐饮市场细分的概念、原则、原因及作用　二、餐饮市场细分的依据　三、追求利益细分的餐饮子市场及其营销对策　四、常见餐饮类型与细分市场需求的匹配　第三节　餐饮目标市场的选择　一、餐饮目标市场的定义及其基本条件　……第五章　餐饮产品决策　第六章　餐饮价格策略　第七章　餐饮市场促销与推广　第八章　餐饮市销售技巧　第一节　餐饮市场人员推销　第九章　餐饮企业员工和内部营销　第十章　餐饮营销管理　参考献

编辑推荐

随着经济的稳步发展和生活水平的不断提高，我国的餐饮业在近二十多年来一直保持着高速增长的态势，行业规模和经营领域不断扩大，已经成为国内消费需求市场中增长幅度最高、发展速度最快的行业之一。

能取得这样的成绩，营销在餐饮业的发展壮大过程中发挥了不小的作用。

本书比较系统地阐述了餐饮营销的基本理论、理念和方法，具有鲜明的科学性。

同时，本书又具有可操作性，它结合了餐饮行业的特征和实践，从营销角度为餐饮企业的经营与管理提供了运作上的知识和策略！

第一图书网, tushu007.com

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