

<<餐饮营销>>

图书基本信息

书名：<<餐饮营销>>

13位ISBN编号：9787562444084

10位ISBN编号：7562444080

出版时间：2008-7

出版时间：重庆大学出版社

作者：陆朋

页数：244

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>

前言

21世纪是中国成为旅游强国的世纪。

根据世界旅游组织的预测，2020年中国将成为世界第一大旅游目的地国家，并成为世界第四大旅游客源国。

在我国旅游业迅速发展，需要大量优秀的专业人才。

高职高专教育作为中国旅游教育的重要组成部分，肩负着为中国旅游业培养大量的一线旅游专业人才的使命。

教材建设是旅游人才教育的基础。

随着我国旅游教育层次与结构的完整与多元，旅游高职高专教育对旅游专业人才的培养目标更为明确。

旅游高职高专人才培养需要一套根据高职高专教育特点、符合高职高专教育要求和人才培养目标，既有理论广度和深度，又能提升学生实践能力，满足一线旅游专业人才培养需要的专业教材。

目前，我国旅游高职高专教材建设已有一定的规模和基础。

在各级行政管理部门、学校和出版社的共同努力下，已出版了一大批旅游高职高专教材。

但从整体性看，已有的多数系列教材有以下两个方面的缺陷：一是系列教材虽多，但各系列教材的课程覆盖面小，使用学校范围不大，各院校使用教材分散，常出现一个专业使用多个版本的系列教材而不利于专业教学的一体化和系统化；二是不能适应目前多种教学体制和授课方式的需要，在不同课时要求和多媒体教学、案例教学、实操讲解等多种教学方式中显得无能为力。

<<餐饮营销>>

内容概要

本书是全国100所高职高专院校旅游类专业规划教材之一。

本书将市场营销学的一般规律和原理与餐饮营销运作结合起来，深入、系统地阐述餐饮营销的基本理论和方法。

在结构上采用渐进式推进，从餐饮营销观念的发展过程出发，介绍目前餐饮营销的新趋势，明确提出餐饮市场调研的程序和方法，对餐饮市场细分、目标市场选择和市场定位过程进行分析，建立餐饮产品、餐饮产品价格、餐饮营销渠道、餐饮促销的组合运作系统，并提出CIS战略和品牌营销在餐饮企业中的运作方法，最后对餐饮营销策划和绩效评估作了论述。

本书可作为高职高专院校旅游类相关专业学生学习用书，也可供旅游、饭店、餐饮企业员工自学和培训使用。

书籍目录

第1章 绪论 1.1 餐饮与餐饮营销 1.2 餐饮营销观念 1.3 餐饮营销新趋势 1.4 餐饮营销组合第2章 餐饮市场调研 2.1 餐饮市场调研的概念与作用 2.2 餐饮市场调研的内容与类型 2.3 餐饮市场调研的程序 2.4 餐饮市场调研的方法第3章 餐饮市场细分、目标市场选择与市场定位 3.1 餐饮市场细分 3.2 餐饮目标市场选择 3.3 餐饮市场定位第4章 餐饮产品策略 4.1 餐饮产品概述 4.2 餐饮产品生命周期 4.3 餐饮产品组合 4.4 餐饮新产品开发第5章 餐饮产品价格策略 5.1 餐饮产品价格构成 5.2 餐饮产品价格的制定 5.3 餐饮产品定价方法 5.4 餐饮产品定价的策略第6章 餐饮营销渠道策略 6.1 餐饮营销渠道概述 6.2 餐饮产品营销渠道选择 6.3 餐饮产品营销渠道管理第7章 餐饮促销策略 7.1 餐饮促销概述 7.2 餐饮广告 7.3 餐饮营业推广 7.4 餐饮人员推销第8章 餐饮CIS战略与餐饮品牌营销 8.1 餐饮营销中的公共关系 8.2 餐饮营销与CIS战略 8.3 CIS战略在餐饮企业中的运用 8.4 餐饮品牌营销策略 8.5 餐饮品牌营销手段与餐饮品牌决策第9章 餐饮营销策划 9.1 餐饮营销策划概述 9.2 餐饮策划市场调研 9.3 餐饮营销综合、专项策划 9.4 餐饮营销策划书 9.5 餐饮节庆专案设计第10章 餐饮营销绩效评价与控制 10.1 餐饮营销绩效评价与控制 10.2 营销人员的考核体系参考文献

<<餐饮营销>>

章节摘录

第1章 绪论1.1餐饮与餐饮营销俗话说：“民以食为天。

”饮食是人类赖以生存的最重要的物质条件之一。

餐饮，作为人类赖以生存的首要物质基础和社会前进的重要条件，其发展水平不仅反映着一个地区和国家在开发和利用自然资源方面的能力，而且也标志着一个国家和民族的物质文明和精神文明程度。

1.1.1餐饮的含义餐饮，字面上有两层含义，《辞海》解释：餐为“饮食”，饮为“喝”、为“饮料”

。

中国古代指餐饮为“饮食”，非常恰当。

因为食指“吃”，也指“食物”，饮指“喝”，又指“饮料”，故“饮食”也就是“喝酒（古时除水以外，酒是主要饮料）、吃食物”。

在改革开放之前，中国的酒楼称饮食店，餐饮业称饮食业。

随着饭店的增多，新词汇的丰富，诞生了餐饮一词。

又据说餐饮来源于餐馆（Restaurant）一词，按照法国百科大辞典的解释，是使人恢复精神与气力的意思。

顾名思义，可以帮人恢复精神与疲劳的方法，不外乎进食和休息。

于是人们开始以“Restaurant”为名称，在特定场所提供餐食、点心、饮料，使客人在此场所中得到充分休息，而且能够恢复精神，在这一种方式进行获利，这就是西方餐饮的雏形。

由此可见，餐饮业是一个历史悠久的行业，是指利用餐饮设备、场所和餐饮原料，从事饮食烹饪加工，为社会服务的生产经营性服务行业。

古今中外，餐饮业为客人提供饱食就餐服务的社会职能并没有改变。

随着人类社会生产力的迅速发展，人民生活水平的不断提高，在各个领域的交流日益频繁，家务劳动社会化程度日益提高，旅游和休闲的日程增加，现代餐饮业也发生了极大的变化，正朝着设备先进、环境优美、产品特色突出、服务质量优良的方向发展。

同时餐饮的发展也反映着一个地区或国家在开发和利用自然资源方面的能力，而且也标志着一个国家和民族的物质文明和精神文明程度。

如今餐饮业主要包括以下3大类： 饭店（度假村、招待所、旅社、汽车旅馆）所属的餐饮部。

各类独立经营的餐饮服务机构。

a.社会餐厅、餐馆、酒楼、餐饮店。

b.快餐店、小吃店。

c.茶馆。

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>