

市场营销管理规程



[市场营销管理规程 下载链接1](#)

著者:张润刚

出版者:经济科学出版社

出版时间:2000-8

装帧:

isbn:9787505822597

《东方模式》从企业实际情况出发，依据酒店行业标准、国际通行惯例和现代企业管理制度编写而成，该书本着“源于实践、高于实践，博采众长，自成一体”的指导思想，突出体现了三个基本原则：科学性原则：《东方模式》以客人住店需求和活动规律为主线，以酒店接待服务和业务活动为对象，用标准化原理和方法将酒店经营管理活动中反复出现的常规性的事物做出统一的界定，促进酒店建立起高效、有序的运营秩序。系统性原则：《东方模

作者介绍:

目录:第一章 市场营销部概述

第一节 部门概述

一、 部门概述

二、 组织机构

三、 岗位设置

(一) 中型酒店 (拥有约400间客房的酒店)

(二) 小型酒店 (拥有约200或200间以下客房的酒店)

第二节 岗位职责

一、市场营销总监

二、考评对象

三、考评内容

四、考评办法

• • • • • (收起)

[市场营销管理规程](#) [下载链接1](#)

标签

营销

管理

旅游营销

评论

[市场营销管理规程](#) [下载链接1](#)

书评

[市场营销管理规程](#) [下载链接1](#)