

教 学 大 纲

《酒店市场营销》课程教学大纲

课程名称：酒店市场营销 任课教师：毛莉娜

授课学时：48 学时 学分数：3 学分

一、课程性质和任务

《酒店市场营销》是酒店管理专业的专业课。本课程对培养满足 21 世纪我国旅游业发展需要的应用型酒店管理人才具有很强的理论性和实用性。本课程的内容涉及酒店市场营销的各方面，主要内容包括酒店市场营销概述、酒店营销环境分析、酒店营销战略管理、酒店市场调研与预测、消费者与组织购买行为、市场细分与目标市场营销等内容。学习本教程的任务是让学生掌握酒店市场营销方面的知识，能应用市场营销知识分析具体案例，培养学生思考问题的系统性和逻辑性。

二、教学内容和要求

1、课程基本要求

学生学习完本课程之后，应掌握市场营销方面的知识，并运用相应的知识分析案例。

2、课程的主要内容

- 酒店市场营销概述（3 学时）
- 酒店营销环境分析（6 学时）
- 酒店营销战略分析（3 学时）
- 酒店市场调研与预测（3 学时）
- 消费者与组织购买行为（6 学时）
- 市场细分与目标市场营销（3 学时）
- 酒店产品组合与开发（3 学时）
- 产品价格制定与调整（3 学时）
- 营销渠道选择与管理（6 学时）
- 信息传播与促销管理（6 学时）
- 餐饮营销与菜单设计（3 学时）
- 酒店营销理论与社会责任（3 学时）

三、教材和参考资料

1、教材

《酒店市场营销》，王天佑、胡彩霞，天津大学出版社，2014

2、参考书目

《酒店市场营销和管理案例》，罗比特 C、刘易斯，大连理工大学出版社，2003

《饭店营销原理与实务》，贺学良，上海人民出版社，2007