

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические аспекты организации маркетинговой деятельности на гостиничном предприятии.....	6
1.1. Особенности продвижения услуг в сфере гостеприимства.....	6
1.2. Основные функции службы маркетинга гостиничного предприятия при формировании комплекса продвижения услуг.....	14
1.3. Роль службы маркетинга в продвижении гостиничного предприятия.....	20
Глава 2. Анализ деятельности службы маркетинга бизнес-отеля «Протон» и разработка рекомендаций по продвижению гостиницы на рынке.....	24
2.1. Краткая характеристика деятельности бизнес-отеля «Протон».....	24
2.2. Сегментация потребителей бизнес-отеля «Протон», характеристика структуры и динамики продаж, анализ комплекса продвижения услуг исследуемого отеля.....	29
2.3. Анализ организации маркетинговой деятельности бизнес-отеля «Протон».....	31
2.4. Рекомендации по повышению эффективности маркетинговой деятельности бизнес-отеля «Протон».....	40
Заключение.....	55
Список литературы.....	60
Приложения.....	63