

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Глава 1. Теоретические аспекты организации отдела маркетинга и продаж в гостинице	4
1.1. Основные цели и задачи отдела маркетинга и продаж	4
1.2. Организация работы отдела маркетинга и продаж в гостинице	14
1.3. Основные направления деятельности отдела маркетинга и продаж в гостиничном предприятии	19
Глава 2. Анализ деятельности отдела маркетинга и продаж в гостинице «Бородино»	28
2.1. Общая характеристика гостиницы	28
2.2. Анализ деятельности отдела маркетинга и продаж в гостинице «Бородино»	40
2.3. Оценка эффективности отдела маркетинга и продаж в гостинице	47
Глава 3. Рекомендации по совершенствованию деятельности отдела маркетинга и продаж в гостинице «Бородино»	58
3.1. Мероприятия по повышению эффективности отдела маркетинга и продаж	58
3.2. Мероприятия по увеличению продаж услуг гостиницы	64
3.3. Обоснование эффективности внедрения практических рекомендаций	80
Заключение	95
Список литературы	97
Приложение	100

Введение

Актуальность темы исследования. Гостиничные предприятия в условиях рыночной экономики столкнулись с проблемой жесткой конкуренции с международными отелями. Борьба за своего клиента, обеспечение и повышение конкурентоспособности в условиях постоянных изменений внешней среды обуславливают необходимость совершенствования деятельности отдела маркетинга и продаж с целью обеспечения устойчивого развития гостиничного предприятия в долгосрочной перспективе, поэтому тема выпускной работы актуальна и требует дополнительного изучения.

Объектом исследования в работе является: деятельность гостиницы «Бородино».

Предметом исследования является деятельность отдела маркетинга и продаж в гостинице.

Целью выпускной квалификационной работы является рассмотрение теоретических аспектов организации отдела маркетинга и продаж в гостинице, проведение анализа отдела продаж и маркетинга в гостинице «Бородино» и разработка рекомендаций по его совершенствованию.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты организации работы отдела маркетинга и продаж на предприятии индустрии гостеприимства;
- определить особенности маркетинга в индустрии гостеприимства;
- охарактеризовать деятельность гостиницы «Бородино»;
- провести анализ отдела продаж и маркетинга в гостинице «Бородино»;
- разработать рекомендации по совершенствованию деятельности отдела продаж и маркетинга в гостинице «Бородино»;
- оценить эффективность предложенных мероприятий.

Дипломная работа состоит из введения, 3 глав, заключения, списка литературы (35 наименований), приложения, содержит 16 таблиц и 14 рисунков.