

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ**
**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИИ
ТУРИЗМА имени Ю.А.СЕНКЕВИЧА»**

Факультет заочного обучения

Кафедра «Гостиничное дело»

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

«Гостиничное дело»

Д-р техн. наук, проф. Пасько О.В

«_____» _____ 20__ г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(дипломная работа)

Тема: «Технология работы отдела маркетинга и продаж и пути ее
совершенствования»

Выполнил:

Студент 6 курса ГЗ1001 группы

Шароварин Илья Викторович

Специальность: 100201.65 «Туризм»

Специализация: «Технология и организация
гостиничных услуг»

«_____» _____ 20__ г.

Руководитель:

К. э. н, доц. Суворова Ирина Николаевна

«_____» _____ 20__ г.

Москва 2016

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ НА ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ.....	8
1.1 Место и роль отдела маркетинга и продаж на гостиничном предприятии.....	8
1.2 Этапы развития и принципы организации службы маркетинга на предприятии	16
1.3 Критерии оценки эффективности работы службы маркетинга	25
Выводы к главе 1	32
ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ ОТЕЛЯ «МИШЕЛЬ»	34
2.1 Характеристика деятельности отеля «Мишель».....	34
2.2 Анализ деятельности отдела маркетинга и продаж отеля	42
2.3 Оценка конкурентной позиции.....	47
Выводы к главе 2.....	56
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО УЛУЧШЕНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ.....	58
3.1 Рекомендации по улучшению деятельности отдела маркетинга и продаж отеля	58
3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий.....	61
Выводы к главе 3	66
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	68
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	72
ПРИЛОЖЕНИЕ А	75
Официальный сайт сети отелей «Проект имени».....	75

ВВЕДЕНИЕ

Маркетинговая деятельность на предприятии тесно связана с другими функциями: финансы, производство, администрирование. Под маркетингом необходимо понимать не только процесс сбыта продукции и ее рекламы. Данное понятие предполагает реализацию более разноплановых действий.

Маркетинг включает в себя все процессы, которые влияют на реализуемость изготовленных товаров: исследование рынка, разработка пробных образцов, упаковка, транспортировка, продажа товаров и послепродажное обслуживание. Конечной целью маркетинговой деятельности на любом предприятии является удовлетворение потребностей клиентов максимально эффективным способом.

Маркетинговую функцию на предприятиях выполняет отдел маркетинга и продаж. Данная структурная единица отвечает за последовательность реализации действий относительно формирования клиентской базы и ее регулярного пополнения.

Для реального внедрения маркетинга на предприятии недостаточно создать на нем соответствующую службу. Главное заключается в том, какой статус этой службы, какая роль ей отводится.

Актуальность темы дипломной работы связана огромным значением службы маркетинга для организации маркетинговой деятельности предприятия, поскольку данная служба составляет основу конкурентной борьбы на рынке. Исследования мировых гостиничных сетей, таких как InterContinental Hotels Group (IHG), Hilton Worldwide и Marriott International показывают, что инвестирование средств в развитие маркетинговой деятельности и формирование отделов маркетинга и продаж в частности увеличивает загруженность отеля на 25-50%. Данные факторы объясняют актуальность выбранной тематики исследования.

Объект исследования – отдел маркетинга и продаж отеля «Мишель».