

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
<b>Глава 1. Теоретические основы маркетинга в гостеприимстве</b>	<b>5</b>
1.1. Особенности маркетинговых технологий в индустрии гостеприимства	5
1.2. Основы организации службы маркетинга гостиничного предприятия	13
1.3. Современные тенденции в организации продаж гостиничных услуг	21
<b>Глава 2. Анализ деятельности предприятия гостеприимства на примере «Империял Парк Отель &amp; SPA»</b>	<b>30</b>
2.1. Характеристика гостиницы «Империял Парк Отель & SPA»	30
2.2. Анализ коммерческой службы гостиницы «Империял Парк Отель & SPA»	41
2.3. Анализ маркетинговой среды гостиницы «Империял Парк Отель & SPA»	47
<b>Глава 3. Пути совершенствования коммерческой службы гостиницы «Империял Парк Отель &amp; SPA»</b>	<b>56</b>
3.1. Разработка направлений маркетинговой политики гостиницы	56
3.2. План целевого финансирования отдыха студентов в гостинице	69
Заключение	80
Список использованных источников	82

## ВВЕДЕНИЕ

Отрасль гостеприимства является перспективной сферой бизнеса в нашей стране. Уровень обслуживания и сервиса становится значительно лучше. Но далеко не все гостиничные комплексы готовы целиком и полностью восполнить все потребности требовательного гостя. Современный мир представляет собой эпоху рыночных отношений, товаров и услуг. Время, когда успешная маркетинговая деятельность залог процветания и успешных продаж на предприятии. С каждым годом растет число конкурентов на рынке гостиничной индустрии, а клиенты становятся более прихотливыми. На фоне кризиса, охватывающего весь мир, становится тяжело конкурировать, предприятия гостеприимства нуждаются в хороших специалистах, способных идти в ногу со временем, чтобы оставаться востребованными. Рынок диктует свои условия и с этим приходится бороться. Успех гостиничного предприятия заключается в загрузке отеля, а значит в увеличении дохода. Поэтому, чтобы выжить в условиях нарастающей конкуренции требуется удачная маркетинговая политика, постоянное совершенствование и стимулирование методов сбыта, что в свою очередь будет способствовать движению вперед. Современные специалисты должны быть фундаментально подготовлены в вопросах маркетинговых решений и экономики сферы гостеприимства.

Актуальность темы дипломной работы обусловлена условиями нарастающей конкурентной борьбы и не стабильности в экономической и политической сферах, для того чтобы заслужить доверие гостя отелю необходима успешная маркетинговая стратегия, а вопрос совершенствования политики маркетинга и сбыта требует системности и развития.

Цель дипломной работы: проанализировать работу службы маркетинга и продаж и внести предложения по ее улучшению на примере гостиницы «Империял Парк Отель & Spa».

Согласно поставленной цели, необходимо решить следующие задачи:

- обобщить теоретические основы маркетинга и продаж в гостеприимстве;