

Оглавление

Введение

Глава 1. Теоретические основы формирования комплекса маркетинга в компании	6
1.1 Сущность и необходимость комплекса маркетинга	6
1.2 Разработка основных элементов комплекса маркетинга	9
1.3 Особенности маркетингового комплекса туристического предприятия	11
Глава 2. Анализ маркетинговой деятельности предприятия	16
2.1 Характеристика и финансовый анализ компании	16
2.2 Анализ рынка и конкурентного положения ООО «Атлас-экспресс»	25
2.3 Анализ комплекса маркетинга компании	45
Глава 3. Основные направления совершенствования комплекса маркетинга	52
3.1. Разработка мероприятий по совершенствованию структуры отдела маркетинга ООО «Атлас-Экспресс»	52
3.2 Мероприятия по развитию PR и рекламной деятельности при внедрении новых перспективных туристических продуктов и услуг и разработка маркетинговой стратегии и позиции на целевом рынке	55
3.3 Расчет бюджета мероприятий и оценка их эффективности на предприятии	65

Заключение

Список используемой литературы

Приложения

Введение

Актуальность темы исследования. Туризм - это не только долгожданный отдых и новые впечатления, но и мощная индустрия развлечений. Туристический бизнес является очень доходным и очень многогранным бизнесом, важным сегментом мировой экономики. Его деятельность охватывает ряд отраслей производства и почти весь спектр сервисных услуг, существующих на мировом рынке в настоящее время. Поэтому, выбранная мною тема, является наиболее актуальной в современной экономике.

Туризм, будучи одной из высоко прибыльных сфер вложения капитала, продолжает уверенно удерживать свои позиции. Со стороны потребителей туристического продукта наблюдается возрастание спроса. Туристические организации совершенствуют свою инфраструктуру для более полного удовлетворения потребностей населения в путешествиях.

По прогнозам Всемирного совета по туризму и путешествиям Россия в предстоящие 10 лет переживет бум инвестиций, войдя в тройку мировых лидеров. Более того, Россия имеет все шансы стать новой туристической меккой, а в 2013-2017 годах наша страна выйдет на второе место в мире по инвестициям в туристическую отрасль. При этом уже в 2010 году количество туристов удвоилось. Особый оптимизм в отношении перспектив России на арене мирового туризма вселяет бурный рост числа новых рабочих мест в отрасли (седьмое место в мире).

Многие государства формируют основу национального бюджета за счёт доходов от туристической деятельности национального рынка туристических услуг.

В то же время специалисты признают, что у России еще много проблем, связанных с низким уровнем развития туристической инфраструктуры. Это серьезно замедляет развитие туристического рынка и поэтому на сегодняшний день отдача от потенциально огромного российского рынка туристских услуг весьма скромная.