

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Стимулирование сбыта на предприятиях индустрии гостеприимства	
1.1 Формирование спроса в системе маркетинга.....	6
1.2 Роль стимулирования сбыта в системе маркетинга.....	20
1.3 Методы прогнозирования спроса и стимулирования сбыта.....	31
Глава 2. Разработка рекомендаций по стимулированию сбыта продукции и услуг в гостинично-ресторанном комплексе «Приморье»	
2.1 Анализ финансово-хозяйственной деятельности и рекламной политики ресторанов в гостинично-ресторанном комплекса «Приморье».....	36
2.2 Анализ конкурентов и потребителей в гостинично-ресторанном комплексе «Приморье».....	46
2.3 Разработка программы стимулирования сбыта в ресторане «Горизонт»..	59
2.4 Предложения по организации рекламы ресторана «Горизонт».....	66
2.5 Мероприятия по усовершенствованию дизайна меню ресторана.....	68
Заключение.....	71
Список используемой литературы	

Введение

В настоящее время туристский и гостиничный бизнес является одним из самых перспективных сфер деятельности. Все больше и больше туристов пребывает в Россию из зарубежных стран, где гостиничный бизнес развит намного лучше, а система предоставления услуг и качество обслуживания намного выше.

По прогнозам экспертов, бурное развитие международного туризма будет продолжаться и далее. При сохранении сложившихся темпов роста число международных путешествий к 2013 году увеличится, и составило порядка 970 млн. человек. По последним прогнозам ВТО, к 2020 году ежегодно будет путешествовать уже 1,6 миллиарда человек, а темпы роста составят по количеству туристов – 4,3%, а по доходам в туризме – 6,4%. В настоящее время индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся форм международной торговли услугами. В последние двадцать лет среднегодовые темпы роста числа прибытий иностранных туристов в мире составили 5,1%, валютных поступлений – 14%.¹

Черноморское побережье – это территорию, имеющую достаточный потенциал для формирования современного, высокоэффективного, конкурентоспособного туристского комплекса.

В Краснодарском крае и в Геленджике в частности, существует большой потенциал для развития туристской отрасли в плане развития гостиничного хозяйства, обустройства объектов и мест, имеющих туристскую привлекательность. А имеющаяся материальная база в значительной степени ускоряет развитие конкурентоспособного рынка туристских услуг, повышение уровня и качества оказываемых услуг.

Наиболее характерной тенденцией мирового туризма в настоящее

¹ Азоев А.Г. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / А.Г. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2010.