

Оглавление

3

Введение.....	5
Глава 1. Теоретические основы продвижения гостиничных услуг	6
1.1. Понятие гостиничной услуги.....	6
1.2. Особенности продвижения гостиничной услуги на рынке.....	12
1.3.Мировые тенденции гостиничного бизнеса и новые технологии продвижения.....	26
Глава 2. Разработка эффективной системы продвижения услуг The Ritz- Carlton Moscow	40
2.1. Общая характеристика деятельности The Ritz-Carlton Moscow.....	40
2.2. Анализ системы продвижения The Ritz-Carlton Moscow.....	53
2.3. Проект мероприятий The Ritz-Carlton Moscow по продвижению нового направления гостиничных услуг – проведение массовых мероприятий.....	61
2.4. Оценка эффективности предложенных мероприятий.....	74
Заключение.....	77
Список литературы.....	79