

## Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические основы управления маркетингом на гостиничных предприятиях.....	6
1.1. Основные составляющие маркетингового планирования на предприятии.....	6
1.2. Специфика организации маркетинга в индустрии гостеприимства.....	17
1.3. Показатели эффективности и другие методы контроля маркетинговой деятельности гостиничного комплекса.....	26
Краткие выводы по первой главе	
2. Анализ маркетинговой деятельности гостиничного предприятия и выявление недостатков в управлении маркетингом в ГК «Измайлово Гамма-Дельта».....	36
2.1. Общее описание гостиницы «Измайлово Гамма-Дельта».....	36
2.2. Анализ и оценка эффективности деятельности службы маркетинга «Измайлово Гамма-Дельта».....	50
2.3. Разработка рекомендаций по совершенствованию системы управления маркетинговой деятельностью гостиницы «Измайлово Гамма-Дельта».....	62
Краткие выводы по второй главе	
Заключение.....	70
Список литературы.....	73

## Введение

Динамичное изменение технологий, борьба за потребителя и качество продукции, рост конкуренции заставляют предприятия по-новому рассмотреть весь комплекс вопросов управления маркетинговой деятельностью.

Процесс управления маркетинговой деятельностью подразумевает систему различных мероприятий, которые позволяют выбрать оптимальный вариант финансово-хозяйственного развития гостиничного предприятия в целом. А именно, управление маркетингом (MarketingManagement) предполагает планирование, выполнение и контроль маркетинговой программы и индивидуальных обязанностей каждого работника, оценку риска и прибыли, эффективности маркетинговых решений.

Данная бакалаврская работа является исследованием, относящимся к сфере туризма и гостеприимства. В нашей стране имеет место проблема управления маркетинговой деятельностью на предприятиях данной отрасли. Выбор темы был обусловлен ее практической значимостью для решения профессиональных задач.

Актуальность выбранной темы обусловлена расширением зоны маркетинга на предприятиях сферы услуг и возникновением новых направлений маркетинговой деятельности, а также возрастанием влияния интернет-маркетинга на успех продаж и стратегическое развитие гостиничного предприятия.

Предмет исследования - деятельность маркетинговой службы гостиницы «Измайлово Гамма-Дельта».

Объект исследования - управление маркетингом в гостиничной индустрии.