

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ**

**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА
имени Ю.А.СЕНКЕВИЧА»**

Факультет заочного обучения

Кафедра «Гостиничного дело»

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
«Гостиничное дело»
Д-р техн. наук, профессор
_____ Пасько О.В.
« ____ » _____ 20 ____ г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)**

Тема: «Кросс-маркетинг гостиничных предприятий и туроператоров»

Выполнила:
Студентка 4 курса ГЗ1301-У группы
Ермоленко Ирина Геннадьевна
Направление подготовки: 43.03.03
«Гостиничное дело»
Профиль: «Гостиничное дело»

« ____ » _____ 20 ____ г.

Руководитель:
Канд. экон. наук, доцент
Суворова Ирина Николаевна

« ____ » _____ 20 ____ г.

Москва 2017

Оглавление

Введение	4
1. Теоретические основы кросс-маркетинга в индустрии гостеприимства	6
1.1. Сущность кросс-маркетинга.....	6
1.2. Этапы кросс-маркетинга.....	17
1.3. Риски кросс-маркетинга	27
1.4. Специфика и факторы успешного кросс-маркетинга гостиничных предприятий.....	29
2. Разработка рекомендаций по кросс-маркетингу для туроператорской компании ООО «Прото ТМ «Пантеон»» и гостиничного предприятия «Aldemar Resorts»	38
2.1. Характеристика компании ООО «Прото ТМ «Пантеон»».....	38
2.2. Характеристика гостиничного предприятия «Aldemar Resorts».....	41
2.3. Анализ контрактов и условий работы с туроператором «Пантеон».....	45
2.3. Текущие мероприятия по кросс-маркетингу туроператорской компании «Пантеон» и гостиничного предприятия «Aldemar Resorts»	46
2.4. Рекомендации по взаимовыгодному продвижению гостиничных услуг через туристические компании.....	58
Заключение	68
Список используемой литературы.....	70
Приложения	74

Введение

Кросс маркетинг - технология продвижения компании и ее товаров и услуг, когда две или более компаний реализуют совместные программы, направленные на стимулирование сбыта или повышение осведомленности.

Актуальность темы исследования: продвижение гостиничных и туристических услуг требует все больше усилий для поддержания своей эффективности. Совместное продвижение услуг позволяет сократить расходы и получить больший отклик у целевой аудитории, т.к. привлечение потребителей происходит одновременно по нескольким критериям

Цель исследовательской работы: произвести комплексный анализ технологии кросс-маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства с целью разработки предложений по его совершенствованию и продвижению.

Для достижения цели в работе поставлены следующие задачи:

1. раскрыть сущность и особенности кросс-маркетинга в индустрии гостеприимства;
2. описать этапы и риски кросс-маркетинга;
3. изучить специфику и факторы успешного кросс-маркетинга гостиничных предприятий;
4. дать общую характеристику гостиничного предприятия «Aldemar Resorts» и туроператора «Пантеон»;
5. проанализировать текущие мероприятия по кросс-маркетингу туроператорской компании «Пантеон» и гостиничного предприятия «Aldemar Resorts»
6. разработать рекомендации по взаимовыгодному продвижению гостиничных услуг через туристические компании;

Объект исследования – гостиница «Aldemar Royal Mare 5*»

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав и заключения. Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цель и задачи исследования. Первая глава посвящена