

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Формирование маркетинговой стратегии в туристском бизнесе.....	6
1.1. Основные понятия и сущность маркетинга в туристском бизнесе	6
1.2. Методология маркетинга в практике туристских компаний.....	20
Глава 2. Анализ особенностей организационно-экономической деятельности российского туроператора на примере компании ООО «Натали Турс».....	33
2.1. Особенности формирования туристского рынка ООО «Натали Турс».....	31
2.2. Анализ реализации маркетинговой стратегии ООО «Натали Турс».....	39
Глава 3. Основные направления повышения эффективности маркетинговой стратегии ООО «Натали Турс».....	56
3.1. Технологические инновации и рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.....	56
3.2. Эффекты от реализации разработанных рекомендаций	67
Заключение.....	71
Список использованных источников.....	74
Приложение.....	78

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность работы. Управление маркетинговой деятельностью современной организации остается насущной проблемой для многих фирм, которые столкнулись сейчас или в будущем с затруднениями сбыта и, следовательно, с неизбежным падением продаж.

Уменьшение конкурентоспособности организации наблюдается прежде всего при недостаточном использовании маркетинговых технологий. Неполное изучение рыночной ситуации, потребительского сегмента, потеря конкурентных преимуществ в продуктовой стратегии в условиях неустойчивого рынка приводит в конце концов закрытию бизнеса.

Несмотря на ключевую значимость маркетинговой деятельности компаний как важнейшего фактора формирования устойчивости бизнеса компании в условиях рыночной экономики, многие его аспекты еще не достаточно исследованы в общеэкономической и отраслевой литературе.

Для российских туристских фирм проблемы управления маркетинговой деятельностью особенно актуальны. Исследование маркетинговой деятельности туристских фирм актуально не только в теоретическом, но и в практическом отношении.

В условиях высокой конкуренции на рынке туристских услуг для повышения конкурентоспособности турфирмы необходимо использование маркетинговых технологий, поэтому совершенствование маркетинговой деятельности турфирмы является актуальной.

Цель работы - проанализировать особенности управления маркетинговой деятельностью предприятий и разработать практические рекомендации по формированию эффективной системы организации маркетинговой деятельности туристских компаний.

Задачи работы:

1) Рассмотреть основные понятия и особенности реализации маркетинговой деятельности в условиях современного рынка;