Оглавление

Введение. 4

Глава1. Система управления качеством услуг туристской организации 7

1.1. Понятие качества туристского продукта. 7

1.1.1. Анализ специфических особенностей и характеристик туристских услуг. 16

1.1.2. Нормативная и правовая база туристской деятельности в обеспечении качества туристской продукции. 20

1.2. Управление качеством туристских услуг 22

1.2.1. Качество туристских услуг как объект управления. 26

1.2.2. Управление качеством как инструмент маркетинга 30

1.3. Система управления качеством туристских услуг 35

1.3.1. Маркетинговый подход к совершенствованию системы управления качеством туристских услуг. 48

1.3.2. Персонал как элемент системы управления качеством. 57

Глава2. Анализ деятельности ООО "ИнтерМедиаТур" за базовый период. 61

2.1. Общая характеристика туристского агентства ООО "ИнтерМедиаТур" 61

2.1.1. Анализ организационной структуры управления туристского агентства ООО "ИнтерМедиаТур". 67

2.2. Динамика технико-экономических показателей туристского агентства ООО "ИнтерМедиаТур" 71

2.3. Выявление проблем управления действующей системы качества туристского агентства ООО "ИнтерМедиаТур". 80

ООО "Мегатур адрес: город Москва, ул.Мясницкая, д.10, стр.1 82

ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎзə d ȼɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

Глава3. Совершенствование системы управления качеством услуг в туристском агентстве ООО "ИнтерМедиаТур" в долгосрочном перспективном периоде. 95

3.1 Разработка программы совершенствования системы управления качеством услуг в туристском агентстве ООО "ИнтерМедиаТур". 95

3.2. Расчет экономической эффективности. 111

3.3. Общая программа совершенствования системы управления качеством услуг в туристском агентстве ООО "ИнтерМедиаТур". 119

Заключение 125

Список литературы 127

Приложения

ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎзə d ȼɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè