ɳqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

Содержание

Введение 3

ГлаваI. Теоретические основы технологии и организации службы маркетинга и продаж в гостиничном предприятии 6

1.1 Структура и основные службы гостиничного предприятия 6

1.2 Организация службы маркетинга и продаж современной гостиницы .. 24

ГлаваII.Технология и организация службы маркетинга и продаж в гостинице «Золотое кольцо» г. Москва 42

2.1 Общая характеристика отеля «Золотое кольцо».................................. 42

2.2 Организация отдела маркетинга и продаж в гостинице «Золотое кольцо» 56

Глава III. Рекомендации по совершенствованию деятельности отдела маркетинга и продаж отеля «Золотое кольцо» 64

3.1 Программа мероприятий для отдела маркетинга и продаж.................. 64

3.2 Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий 67

Заключение...71

Список литературы 74

Приложения...78

ɳqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

Введение

Индустрия гостеприимства и туризма — самое крупное и самое динамично развивающееся направление бизнеса в мире. Наиболее интересная характеристика этой индустрии — наличие многих профессиональных направлений.

Гостиничное хозяйство стремительно развивается во всем мире и характеризуется следующими тенденциями:

- образование крупных объединений там, где наибольшими темпами развивается туризм (Азия, Карибский бассейн);
- освоение новых регионов для развития гостиничных цепей (Восточная Европа, Россия);
- расширение возможности применения франчайзинговых договоров в гостиничном секторе;
- сегментация рынка, создание новых типов гостиниц, предназначенных для определенной категории туристов;
- повышение коэффициента загрузки гостиниц;
- дальнейший рост гостиничных тарифов.

Мировой гостиничный бизнес будет направлять все свои усилия на повышение уровня комфорта, которые дадут возможность улучшить сервис и обслуживание клиентов. Без таких действий нормальное функционирование предприятий гостиничного бизнеса будет невозможным. И тем, кто собирается инвестировать данную отрасль туристического бизнеса необходимо учитывать все эти перспективы и изменения.

Насколько индустрия гостеприимства разнообразна, настолько же она динамична и мощна, поскольку включает предоставление широкого ассортимента товаров и услуг и взаимодействие с большим числом гостей. Находится ли служащий в прямом контакте с потребителями (как говорят, работает во фронт-хаусеfrontofthehouse) или выполняет свои обязанности «за кулисами» (в бэк-хаусеbackofthehouse), реалии работы здесь таковы: он имеет возможность в значительной степени влиять на опыт людей, с которыми

ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè