

Ключевская И.С.

Маркетинг гостиничного предприятия: учебное пособие / И.С. Ключевская. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 236 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

Оглавление

Предисловие.....	3
Глава 1. Сущность современного гостиничного маркетинга и его значение.....	5
1.1. Тенденции развития мировой индустрии гостеприимства.....	5
1.2. Современное состояние развития рынка гостиничных услуг в России.....	8
1.3. Основные подходы гостиничных предприятий к маркетингу.....	19
<i>Контрольные вопросы.....</i>	<i>25</i>
<i>Задания для самопроверки.....</i>	<i>27</i>
Глава 2. Гостиничный продукт и его особенности.....	30
2.1. Гостиничная услуга, ее специфика и составные элементы	30
2.2. Жизненный цикл гостиничной услуги.....	32
2.3. Продуктовая стратегия гостиничного предприятия.....	38
2.4. Новые гостиничные продукты и услуги, особенности их внедрения на рынок.....	44
<i>Контрольные вопросы.....</i>	<i>53</i>
<i>Задания для самопроверки.....</i>	<i>53</i>
Глава 3. Маркетинговые исследования на рынке гостиничных услуг.....	56
3.1. Цели и задачи маркетингового исследования.....	56
3.2. Этапы проведения маркетинговых исследований гостиничного предприятия.....	61
3.3. Анкета как инструмент проведения маркетингового исследования.....	76
<i>Контрольные вопросы.....</i>	<i>84</i>
<i>Задания для самопроверки.....</i>	<i>84</i>
Глава 4. Организация службы маркетинга гостиничных предприятий.....	89
4.1. Типы построения маркетинговых структур гостиничного предприятия.....	89
4.2. Цели, задачи и принципы построения маркетинговых служб гостиничного предприятия.....	92
<i>Контрольные вопросы.....</i>	<i>95</i>
<i>Задания для самопроверки.....</i>	<i>95</i>
Глава 5. Сегментация рынка гостиничных услуг.....	97
5.1. Признаки сегментации рынка гостиничных услуг.....	97
5.2. Выбор целевого рынка и позиционирование гостиничных услуг.....	101
<i>Контрольные вопросы.....</i>	<i>109</i>
<i>Задания для самопроверки.....</i>	<i>109</i>
Глава 6. Маркетинговая среда гостиничного предприятия.....	112
6.1. Внешняя и внутренняя среда гостиничного предприятия.....	112
6.1.1. Внешняя среда гостиничного предприятия.....	112

6.1.2. Внутренняя среда гостиничного предприятия.....	123
6.2. Проведение SWOT-анализа гостиничного предприятия.....	123
<i>Контрольные вопросы</i>	131
<i>Задания для самопроверки</i>	131
Глава 7. Ценообразование на услуги гостиничного предприятия.....	134
7.1. Цена гостиничной услуги, ее функции и тарифы.....	134
7.2. Методы ценообразования гостиничного предприятия.....	142
7.3. Стратегии ценообразования.....	145
7.4. Ценообразование на различных типах рынков.....	150
<i>Контрольные вопросы</i>	154
<i>Задания для самопроверки</i>	154
Глава 8. Сбытовая политика гостиничного предприятия.....	156
8.1. Сбытовая стратегия гостиничного предприятия и этапы ее разработки.....	156
8.2. Каналы сбыта гостиничного предприятия и их особенности.....	157
8.2.1. Прямая продажа.....	160
8.2.2. Агентские продажи.....	162
8.2.3. Корпоративная продажа.....	164
8.3. Принципы построения каналов сбыта гостиничного предприятия.....	165
8.4. Мероприятия, направленные на стимулирование сбыта услуг гостиничного бизнеса.....	169
<i>Контрольные вопросы</i>	176
<i>Задания для самопроверки</i>	177
Глава 9. Реклама и пропаганда в гостиничном бизнесе.....	179
9.1. Реклама гостиничных услуг.....	179
9.2. Использование интернет-маркетинга в продвижении гостиничных услуг.....	190
9.3. Фирменный стиль гостиничного предприятия.....	201
9.4. Пропаганда в деятельности гостиничного предприятия.....	204
<i>Контрольные вопросы</i>	206
<i>Задания для самопроверки</i>	207
Тестовые задания.....	210
Ответы к тестовым заданиям.....	215
Библиографический список.....	216
Глоссарий.....	223