

Основы маркетинга гостиничных услуг

ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

[Демо-версия](#)

Структура курса

Информация для пользователей

Сведения об электронном издании	Демо-версия
- Об электронном учебно-методическом комплексе	

Введение в маркетинг гостиничных услуг. Рынок гостиничных услуг

Предисловие	Демо-версия
- Предисловие	✓

Глава 1. Маркетинг современной организации	Демо-версия
--	-------------

- Введение в главу	✓
- 1.1. Сущность и категории маркетинга	✓
- 1.2. Элементы рынка и их взаимосвязь	✓
- 1.3. Концепции управления маркетингом и их развитие	✓
- 1.4. Характеристика маркетинговой среды	✓
- 1.5. Сущность и виды маркетинговых коммуникаций	✓
- 1.6. Анализ факторов поведения потребителей	✓
- 1.7. Сегментация рынка товаров и услуг	✓

Упражнения. Маркетинг современной организации	Демо-версия
---	-------------

- Сущность и категории маркетинга	✓
- Элементы рынка и их взаимосвязь. Упражнение 1	✓
- Элементы рынка и их взаимосвязь. Упражнение 2	✓
- Концепции управления маркетингом и их развитие. Упражнение 1	✓
- Концепции управления маркетингом и их развитие. Упражнение 2	✓
- Характеристика маркетинговой среды	✓
- Сущность и виды маркетинговых коммуникаций. Упражнение 1	✓
- Сущность и виды маркетинговых коммуникаций. Упражнение 2	✓
- Сущность и виды маркетинговых коммуникаций. Упражнение 3	✓
- Сущность и виды маркетинговых коммуникаций. Упражнение 4	✓
- Анализ факторов поведения потребителей	✓
- Сегментация рынка товаров и услуг. Упражнение 1	✓
- Сегментация рынка товаров и услуг. Упражнение 2	✓

Задания. Маркетинг современной организации	Демо-версия
--	-------------

- Сущность и категории маркетинга. Задание 1	✓
- Сущность и категории маркетинга. Задание 2	✓
- Сущность и категории маркетинга. Задание 3	✓
- Элементы рынка и их взаимосвязь. Задание 1	✓

- Элементы рынка и их взаимосвязь. Задание 2	✓
- Элементы рынка и их взаимосвязь. Задание 3	✓
- Концепции управления маркетингом и их развитие. Задание 1	✓
- Концепции управления маркетингом и их развитие. Задание 2	✓
- Концепции управления маркетингом и их развитие. Задание 3	✓
- Характеристика маркетинговой среды. Задание 1	✓
- Характеристика маркетинговой среды. Задание 2	✓
- Характеристика маркетинговой среды. Задание 3	✓
- Сущность и виды маркетинговых коммуникаций. Задание 1	✓
- Сущность и виды маркетинговых коммуникаций. Задание 2	✓
- Сущность и виды маркетинговых коммуникаций. Задание 3	✓
- Сущность и виды маркетинговых коммуникаций. Задание 4	✓
- Анализ факторов поведения потребителей. Задание 1	✓
- Анализ факторов поведения потребителей. Задание 2	✓
- Сегментация рынка товаров и услуг. Задание 1	✓
- Сегментация рынка товаров и услуг. Задание 2	✓
- Сегментация рынка товаров и услуг. Задание 3	✓
- Сегментация рынка товаров и услуг. Задание 4	✓
- Сегментация рынка товаров и услуг. Задание 5	✓

Глава 2. Особенности маркетинга гостиничных услуг

- Введение в главу
- 2.1. Особенности и компоненты гостиничных услуг
- 2.2. Сущность маркетинга гостиничных услуг
- 2.3. Управление маркетинговой деятельностью отеля как системой
- 2.4. Службы маркетинга и продаж отеля
- 2.5. Сегментация рынка гостиничных услуг
- 2.6. Формирование пакета гостиничных услуг
- 2.7. Позиционирование гостиничных услуг
- 2.8. Маркетинговая среда гостиничного предприятия

Упражнения. Особенности маркетинга гостиничных услуг

- Особенности и компоненты гостиничных услуг. Упражнение 1
- Особенности и компоненты гостиничных услуг. Упражнение 2
- Сущность маркетинга гостиничных услуг
- Управление маркетинговой деятельностью отеля как системой. Упражнение 1
- Управление маркетинговой деятельностью отеля как системой. Упражнение 2
- Службы маркетинга и продаж отеля
- Организация маркетинговых исследований гостиничных услуг

Задания. Особенности маркетинга гостиничных услуг

- Особенности и компоненты гостиничных услуг. Задание 1
- Особенности и компоненты гостиничных услуг. Задание 2

- Сущность маркетинга гостиничных услуг. Задание 1
- Сущность маркетинга гостиничных услуг. Задание 2
- Управление маркетинговой деятельностью отеля как системой
- Службы маркетинга и продаж отеля. Задание 1
- Службы маркетинга и продаж отеля. Задание 2
- Сегментация рынка гостиничных услуг. Задание 1
- Сегментация рынка гостиничных услуг. Задание 2
- Формирование пакета гостиничных услуг. Задание 1
- Формирование пакета гостиничных услуг. Задание 2
- Позиционирование гостиничных услуг. Задание 1
- Позиционирование гостиничных услуг. Задание 2
- Маркетинговая среда гостиничного предприятия

Составляющие комплекса маркетинга

Глава 3. Стратегии ценообразования и тарифная политика

- Введение в главу
- 3.1. Ценообразование в гостиничном бизнесе
- 3.2. Выбор метода ценообразования
- 3.3. Ценовые стратегии гостиничных услуг
- 3.4. Тарифы, применяемые в гостиницах
- 3.5. Методы формирования тарифной политики
- 3.6. Программы лояльности в гостиничном бизнесе

Упражнения. Стратегии ценообразования и тарифная политика

- Ценообразование в гостиничном бизнесе
- Выбор метода ценообразования. Упражнение 1
- Выбор метода ценообразования. Упражнение 2
- Ценовые стратегии гостиничных услуг. Упражнение 1
- Ценовые стратегии гостиничных услуг. Упражнение 2
- Ценовые стратегии гостиничных услуг. Упражнение 3
- Тарифы, применяемые в гостиницах. Упражнение 1
- Тарифы, применяемые в гостиницах. Упражнение 2
- Тарифы, применяемые в гостиницах. Упражнение 3

Задания. Стратегии ценообразования и тарифная политика

- Ценообразование в гостиничном бизнесе. Задание 1
- Ценообразование в гостиничном бизнесе. Задание 2
- Выбор метода ценообразования. Задание 1
- Выбор метода ценообразования. Задание 2
- Ценовые стратегии гостиничных услуг. Задание 1
- Ценовые стратегии гостиничных услуг. Задание 2
- Тарифы, применяемые в гостиницах. Задание 1
- Тарифы, применяемые в гостиницах. Задание 2
- Тарифы, применяемые в гостиницах. Задание 3
- Тарифы, применяемые в гостиницах. Задание 4

- Тарифы, применяемые в гостиницах. Задание 5
- Тарифы, применяемые в гостиницах. Задание 6
- Методы формирования тарифной политики. Задание 1
- Методы формирования тарифной политики. Задание 2
- Программа лояльности в гостиничном бизнесе

Коммуникационная политика гостиничного предприятия

Глава 4. Обоснование выбора маркетинговой политики

- Введение в главу
- 4.1. Комплекс маркетинговых коммуникаций в гостинице
- 4.2. Рекламный проспект как визуальная картина услуг
- 4.3. Связи с общественностью (Public relations — PR)
- 4.4. Выставочная деятельность
- 4.5. Техника продаж гостиничных услуг
- 4.6. Интернет-инструментарий как метод продаж в гостиничном бизнесе

Упражнения. Обоснование выбора маркетинговой политики

- Связи с общественностью. Упражнение 1
- Связи с общественностью. Упражнение 2
- Выставочная деятельность
- Интернет-инструментарий как метод продаж в гостиничном бизнесе

Задания. Обоснование выбора маркетинговой политики

- Комплекс маркетинговых коммуникаций в гостинице. Задание 1
- Комплекс маркетинговых коммуникаций в гостинице. Задание 2
- Рекламный проспект как визуальная картина услуг
- Связи с общественностью (Public Relations – PR)
- Выставочная деятельность
- Техника продаж гостиничных услуг
- Интернет-инструментарий как метод продаж в гостиничном бизнесе. Задание 1
- Интернет-инструментарий как метод продаж в гостиничном бизнесе. Задание 2
- Интернет-инструментарий как метод продаж в гостиничном бизнесе. Задание 3

Методологические основы маркетинговых исследований

Глава 5. Методологические основы маркетинговых исследований

- Введение в главу
- 5.1. Система маркетинговых исследований
- 5.2. Организация маркетинговых исследований гостиничных услуг

Упражнения. Система маркетинговых исследований

- Система маркетинговых исследований. Упражнение 1
- Система маркетинговых исследований. Упражнение 2

Задания. Система маркетинговых исследований

- Система маркетинговых исследований. Задание 1
- Система маркетинговых исследований. Задание 2
- Система маркетинговых исследований. Задание 3
- Система маркетинговых исследований. Задание 4

Задания. Организация маркетинговых исследований гостиничных услуг

- Организация маркетинговых исследований гостиничных услуг

Конкурентоспособность гостиничного предприятия Глава 6. Конкурентоспособность организации гостеприимства

- Введение в главу
- 6.1. Виды и особенности конкуренции на рынке услуг
- 6.2. Рынок гостиничных услуг
- 6.3. Анализ подходов к оценке конкурентоспособности
- 6.4. Зарубежные методики оценки конкурентных преимуществ
- 6.5. Методика оценки конкурентного положения организации по видам продуктов и услуг

Упражнения. Конкурентоспособность организации гостеприимства

- Виды и особенности конкуренции на рынке услуг
- Зарубежные методики оценки конкурентных преимуществ. Упражнение 1
- Зарубежные методики оценки конкурентных преимуществ. Упражнение 2
- Зарубежные методики оценки конкурентных преимуществ. Упражнение 3
- Методика оценки конкурентного положения организации по видам продуктов и услуг

Задания. Конкурентоспособность организации гостеприимства

- Виды и особенности конкуренции на рынке услуг. Задание 1
- Виды и особенности конкуренции на рынке услуг. Задание 2
- Виды и особенности конкуренции на рынке услуг. Задание 3
- Рынок гостиничных услуг. Задание 1
- Рынок гостиничных услуг. Задание 2
- Рынок гостиничных услуг. Задание 3
- Анализ подходов к оценке конкурентоспособности
- Зарубежные методики оценки конкурентных преимуществ. Задание 1
- Зарубежные методики оценки конкурентных преимуществ. Задание 2
- Зарубежные методики оценки конкурентных преимуществ. Задание 3
- Методика оценки конкурентного положения организации по видам продуктов и услуг. Задание 1
- Методика оценки конкурентного положения организации по видам продуктов и услуг. Задание 2

Глава 7. Управление маркетингом

- Введение в главу
- 7.1. Структура управления маркетингом
- 7.2. Разработка маркетинга организации
- 7.3. Выбор стратегии развития гостиничных услуг

Упражнения. Управление маркетингом

- Структура управления маркетингом
- Разработка плана маркетинга организации. Упражнение 1
- Разработка плана маркетинга организации. Упражнение 2
- Выбор стратегии развития гостиничных услуг. Упражнение 1
- Выбор стратегии развития гостиничных услуг. Упражнение 2

Задания. Управление маркетингом

- Структура управления маркетингом. Задание 1
- Структура управления маркетингом. Задание 2
- Разработка плана маркетинга организации. Задание 1
- Разработка плана маркетинга организации. Задание 2
- Разработка плана маркетинга организации. Задание 3
- Выбор стратегии развития гостиничных услуг. Задание 1
- Выбор стратегии развития гостиничных услуг. Задание 2
- Выбор стратегии развития гостиничных услуг. Задание 3

Глава 8. Эффективность маркетинга Демо-версия

- Введение в главу ✓
- 8.1. Подходы к оценке эффективности ✓
- 8.2. Расчет показателей экономической эффективности ✓
- 8.3. Оценка эффективности конечных результатов ✓
- 8.4. Оценка социальной эффективности ✓
- 8.5. Расчет показателей производительности труда ✓
- 8.6. Оценка эффективности рекламы и интернет-маркетинга ✓

Упражнения. Эффективность маркетинга Демо-версия

- Подходы к оценке эффективности ✓
- Расчет показателей экономической эффективности ✓
- Оценка эффективности конечных результатов ✓
- Оценка социальной эффективности ✓
- Оценка эффективности рекламы и интернет-маркетинга ✓

Задания. Эффективность маркетинга Демо-версия

- Подходы к оценке эффективности ✓
- Расчет показателей экономической эффективности ✓
- Оценка эффективности конечных результатов ✓
- Оценка социальной эффективности ✓
- Расчет показателей производительности труда ✓
- Оценка эффективности рекламы и интернет-маркетинга. Задание 1 ✓
- Оценка эффективности рекламы и интернет-маркетинга. Задание 2 ✓

Приложение

- Приложение

Список литературы

- Список литературы