

Marketing u hotelijerstvu - Holiday Inn, Beograd

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 64

Sadržaj : str.

UVOD 4

I DEO

1. SAVREMENE TENDENCIJE NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU 6

1.1. Uloga turizma u privrednom razvoju 6

1.2. Specifičnosti turističkog tržišta 7

1.3. Turistička kretanja u Republici Srbiji 8

1.4. Turistički promet u Republici Srbiji 10

1.4.1. Dolasci domaćih i inostranih turista 10

1.4.2. Noćenja domaćih i inostranih turista 11

1.5. Beograd kao turistička destinacija 11

1.6. Hotelska ponuda Beograda 18

II DEO

2. HOTEL HOLIDAY INN BEOGRAD 24

2.1. Istorijat Holiday Inn lanca hotela 24

2.2. Hotel Holiday Inn Beograd 25

2.2.1. Opremljenost hotela 26

2.2.2. Smeštajni kapaciteti i ostali sadržaji 39

III DEO

3. MENADŽMENT MARKETINGA HOTELA HOLIDAY INN BEOGRAD 38

3.1. Primena koncepcije marketing menadžmenta 38

3.1.1. Organizacija i zadaci marketinga u hotelu Holiday Inn Beograd 38

3.2. Marketing komuniciranje sa tržištem hotelskog proizvoda 40

3.3. Istraživanje turističkog tržišta 41

3.4. Marketing miks u hotelijerstvu 44

3.4.1. Kreiranje hotelskog proizvoda hotela Holiday Inn Beograd 45

3.4.2. Vrste usluga u hotelu Holiday Inn Beograd 46

3.4.3. Cena kao faktor konkurentnosti hotela Holiday Inn Beograd 47

3.4.4. Uloga promocije u pozicioniranju hotela Holiday Inn Beograd 49

3.4.5. Kanali prodaje hotelskog proizvoda hotela Holiday Inn Beograd 52

4. UPRAVLJANJE MARKETINGOM HOTELA HOLIDAY INN BEOGRAD 53

4.1. Pojam upravljanja marketingom u turizmu 53

4.2. Planiranje marketing aktivnosti 54

4.2.1. "SWOT" analiza 56

4.3. Organizacija marketing aktivnosti u hotelu Holiday Inn Beograd 58

4.4. Kontrola sprovođenja marketing aktivnosti 59

4.5. Formulisanje marketing strategije 60

ZAKLJUČAK 62

LITERATURA 64

ELEKTRONSKI IZVORI 64

UVOD

Hotelijerstvo, kao osnovni i najvažniji segment turističke privrede, ima izuzetno veliki značaj u turističkoj ponudi jednog područja. Ono nudi turističkom tržištu usluge smestaja, ishrane i pića kao i pogodnosti i sadržaje za odmor i razonodu. Hotelski objekti kao primarna turistička receptiva namenjeni su privremenom boravku domaćih i stranih turista. Svaka zemlja, oblast i grad nastoje da svoje turističke resurse što bolje valorizuju, izgrade što savremenije objekte i hotelske proizvode što uspešnije plasiraju na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu.

Hotelsko preduzeće, kao privredni subjekat s naglašeno značajnom ulogom u celokupnoj turističkoj ponudi, izuzetno je specifičan i kompleksan, sa isto tako specifičnim relacijama s turističkim tržištem i s potrebom da pronađe i izrazi autentični marketinški pristup kao i celokupnu marketinšku politiku.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com