

Analiza rynkowa nowego powstającego obiektu hotelarskiego w XYZ

Wstęp.....3

Rozdział I

Miejsce hotelu jako elementy rynku turystycznego

1.1. Rodzaje i cele turystyki5

1.2. Pojęcie rynku turystycznego, oraz jego elementy10

1.3. Hotel jako podmiot rynku turystycznego15

Rozdział II

Rodzaje usług hotelowych i ich znaczenie dla obiektu

2.1 Usługi noclegowe21

2.2 Usługi gastronomiczne25

2.3 Usługi dodatkowe30

Rozdział III

Analiza rynkowa dla nowego obiektu hotelarskiego w XYZ

3.1 Rynek i konkurencja37

3.2 Analiza SWOT40

3.3 Działania marketingowe warunkujące sukces obiektu43

3.4 Określenie grupy docelowej46

Zakończenie51

Bibliografia

Spis tabel, wykresów, rysunków55