

Marketing hoteli w erze rozwoju marketingu społecznościowego

Wstęp

Rozdział I

wykorzystanie marketingu w działalności przedsiębiorstw hotelarskich

- 1.1. Marketing na rynku usług hotelarskich.....2
- 1.2. Czynniki wpływające na funkcjonowanie hotelu6
- 1.3. Zarządzanie marketingowe w obiekcie hotelarskim 8
- 1.4. Działania marketingowe w obiekcie hotelarskim14

Rozdział II

Wykorzystanie internetu w działalności rynkowej hoteli

- 2.1. Rola Internetu w kształtowaniu wizerunku hotelu20
- 2.2. Internetowe media społecznościowe22
- 2.3. Media społecznościowe jako narzędzie nowoczesnego marketingu usług hotelarskich 25
- 2.4. Media społecznościowe w hotelu- polskie doświadczenia 32
- 2.5. Polska branża hotelarska na Facebooku36

Rozdział III

Zakres wykorzystania mediów społecznościowych przez obiekty hotelarskie- analiza przypadków

- 3.1. Przegląd najpopularniejszych mediów społecznościowych.....
44

3.2. Charakterystyka social mediów społecznościowych w branży hotelarskiej.....	46
3.3. Analiza porównawcza hoteli w Polsce	54

Podsumowanie

Bibliografia

SPis tabel

Spis rysunków

Spis wykresów