

Marketing usług hotelarskich ze szczególnym uwzględnieniem promocji internetowej hoteli

Wstęp

Rozdział I

Zarządzanie marketingowe przedsiębiorstwem hotelarskim

- 1.1. Podstawowe pojęcia marketingu
- 1.2. Istota zarządzania marketingowego
- 1.3. Czynniki determinujące efektywność funkcjonowania hotelu
- 1.4. Działania marketingowe w zakładzie hotelarskim

Rozdział II

Koncepcja marketingu mix w turystyce

- 2.1. Marketing-mix w turystyce
- 2.2. Produkt jako element marketingu-mix
- 2.3. Cena- element gry rynkowej
- 2.4. Promocja- jako narzędzie komunikacji marketingowej
- 2.5. Dystrybucja jako element marketingu-mix
- 2.6. Personel turystyczny

Rozdział III

Efektywność stron internetowych hoteli- studium przypadków

- 3.1. Rola Internetu w kształtowaniu wizerunku hotelu
- 3.2. Strona internetowa hotelu Amber
- 3.3. Strona internetowa hotelu Kossak
- 3.4. Strona internetowa hotelu Ostoya Palace
- 3.5. Ocena stron internetowych

Podsumowanie
Bibliografia
Spis tabel
Spis rysunków
Spis zdjec