

Ocena działań marketingowych wybranych obiektów hotelarskich w Giżycku.

Streszczenie.....5

Abstract.....6

Wstęp.....7

Rozdział 1

Rynek usług hotelarskich.

1.1. Pojęcie hotelu oraz obiektów hotelarskich.....8

1.2. Historia hotelarstwa.....9

1.3. Cechy charakterystyczne branży hotelarskiej.....11

Rozdział 2

Specyfika i marketing usług hotelarskich.

2.1. Charakterystyka marketingu usług hotelarskich.....16

2.2 Promocja usług hotelarskich.....19

Rozdział 3

Metodyka badań.

3.1. Cel badań i hipotezy badawcze.....23

3.2. Metodyka badań.....23

Rozdział 4

Charakterystyka rynku hotelarskiego

4.1. Rynek hotelarski Giżycku.....27

4.2. Charakterystyka badanych obiektów hotelarskich.....31

Rozdział 5

Wyniki badań

5.1. Charakterystyka respondentów.....37

5.2. Wyniki badań ankietowych.....44

5.3. Kierunki rozwoju i propozycje zmian w działalności hoteli.....67

Podsumowanie.....69

Zestawienie literatury.....71

Spis rysunków.....72

Spis tabel.....74

Aneks.....75