

Strategia promocji nowego obiektu hotelarskiego na przykładzie hotelu Młyn Jacka w Jaroszowcach, w woj. małopolskim

Wstęp

Rozdział I

Wprowadzenie w problematykę marketingu usług hotelarskich

1. Produkt w hotelarstwie.....7
2. Cena w hotelarstwie..... 9
3. Promocja w hotelarstwie11
4. Dystrybucja w hotelarstwie14
5. Jakość usług hotelarskich – mierniki..... 19

Rozdział II

Promotion – mix w usługach hotelarskich

1. Sprzedaż osobista w hotelarstwie..... 22
2. Promocja sprzedaży w hotelarstwie..... 25
3. Reklama w hotelarstwie28
4. Public Relations w hotelarstwie35
5. Marketing bezpośredni w hotelarstwie..... 41

Rozdział III

Kampania reklamowa hotelu „Młyn Jacka” w Jaroszowcach

1. Planowanie kampanii reklamowej..... 43

2. Adresaci, cele i treści reklamy.....	48
3. Planowanie mediów.....	52
4. Pomiar skuteczności i efektywności kampanii.....	54

Zakończenie..... 58

Bibliografia60

Spis rysunków..... 63

Spis tablic63