

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Давиденко І.В.

“ ___ ” _____ 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
за темою:

ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТКИ ГОТЕЛЮ
«PREMIER PALACE HOTEL»

Виконавець
студентка IV курсу ФМЕ, гр. 40
Лозован Марія Іванівна

Науковий керівник
д.е.н, доцент
Саєнсус Марія Анатоліївна

Одеса 2022

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу студентки ФМЕ Лозован М. І.

на тему: **Інструменти маркетингової політики готелю**

«Premier Palace Hotel»

На здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності

241 «Готельно-ресторанна справа»

Одеський національний економічний університет, Одеса, 2022

Об'єкт дослідження – процес розробки маркетингових інструментів готелю.

Предмет дослідження – теоретичні і практичні аспекти вдосконалення маркетингової діяльності на прикладі готельного підприємства «Premier Palace Hotel».

Основні теоретичні принципи маркетингової політики. Містить характеристику основних понять маркетингу, особливостей маркетингу, проводиться аналіз маркетингової політики у світовій готельній мережі. Дослідження функціонування маркетингової політики у національній готельній мережі. Інструменти маркетингової політики для розвитку готельного підприємства «Premier Palace Hotel». Пропонуються шляхи оптимізації відділу маркетингу у готелі «Premier Palace Hotel», виділяються напрями підвищення кількості гостей готелю за допомогою створення відділу digital-маркетингу.

Структура та обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатку. Загальний обсяг випускної роботи становить 84 сторінок. Робота містить 12 таблиць та 6 рисунків. Список використаних джерел включає 40 найменувань.

Ключові слова: маркетингові комунікації, маркетингова політика, digital – маркетинг

ANNOTATION

for the qualification work of FME student Lozovan M.

on the topic: Hotel marketing policy tools of "Premier Palace Hotel"

for a bachelor's degree in 241 hotel business

Odesa National University of Economics, Odesa, 2022

The object of study - the process of developing marketing tools of the hotel.

The subject of research - theoretical and practical aspects of improving marketing activities on the example of the hotel company "Premier Palace Hotel".

Basic theoretical principles of marketing policy. Contains a description of the basic concepts of marketing, features of marketing, analysis of marketing policy in the global hotel chain. Study of the functioning of marketing policy in the national hotel chain. Marketing policy tools for the development of the Premier Palace Hotel. There are ways to optimize the marketing department at the Premier Palace Hotel, and ways to increase the number of hotel guests by creating a digital marketing department.

Structure and scope of work. The work consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of sources used, an appendix. The total volume of the final work is 84 pages. The work contains 12 tables and 6 figures. The list of used sources includes 40 names.

Keywords: marketing communications, marketing policy, digital – marketing.