

# Plan marketingowy hotelu

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

Praca licencjacka, Wyższa Szkoła Zarządzania

## SPIS TREŚCI

Wstęp 3

1. PRZEDMIOT I ZAKRES PLANU MARKETINGOWEGO 4

1.1. Definicja i istota planu marketingowego 4

1.2. Planowanie marketingowe. 7

1.3. Różnica pomiędzy planem marketingowym a planem działalności firmy. 10

2. STRUKTURA PLANU MARKETINGOWEGO 16

2.1. Etapy przygotowania planu marketingowego. 16

2.1.1. Struktura różnych rodzajów planu. 19

2.2. Potrzeby badań marketingowych 21

2.2.1. Metody zdobywania danych do badań rynku 24

2.2.2. Rodzaje danych 29

2.2.3. Planowanie badań marketingowych 30

2.3. Segmentacja rynku 32

2.4. Przedstawienie danych 35

2.5. Założenia 35

2.6. Sprzedaż 36

2.6.1. Główne obszary sprzedaży 37

2.7. Analiza SWOT 40

2.8. Kluczowe produkty 43

2.9. Cele marketingowe 47

2.10. Analiza produktu 48

2.11. Ustalenie przyszłej sprzedaży 49

2.12. Prezentacja celów 52

2.13. Rodzaje strategii i ich opracowanie 54

2.14. Plany cząstkowe. Plan dystrybucji. Plan reklamy i

promocji	58
2.15. Główne rodzaje produktów	63
2.16. Podejście do wybranych rynków	70
2.17. Proces opracowania budżetu	71
2.17.1. Budżet i koszty w planie marketingowym	72
<b>3. PISANIE I PRZEDSTAWIENIE PLANU MARKETINGOWEGO</b>	<b>73</b>
3.1. Spis treści	73
3.2. Wprowadzenia	73
3.3. Streszczenie	74
3.4. Analiza sytuacji	83
3.5. Cele marketingowe	87
3.6. Strategie marketingowe	87
3.7. Promocja sprzedaży	90
3.8. Budżet	91
3.9. Kontrola	93
3.10. Techniki ulepszenia planu	94
3.11. Prezentacja planu	94
4. Zakończenie	95
Bibliografia	97

W dzisiejszych czasach, branża turystyczna i hotelarska jest jednym z najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki na świecie. W związku z tym, ważne jest aby hotele były w stanie zapewnić swoim gościom nie tylko wysokiej jakości usługi, ale również zaoferować im unikalne doświadczenie, które będzie ich zachęcać do powrotu. Aby osiągnąć ten cel, ważne jest aby hotele miały jasno określoną i skuteczną strategię marketingową.

Celem niniejszej pracy jest opracowanie planu marketingowego dla hotelu. Aby to osiągnąć, zostaną przeprowadzone badania rynku, analiza konkurencji oraz wyselekcjonowanie najskuteczniejszych narzędzi i kanałów marketingowych. Ponadto, zostaną zaproponowane konkretne działania, które pomogą hotelowi zwiększyć swoją widoczność, zainteresowanie i lojalność klientów.

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis