Кр-Интернет представительство туристической фирмы

Стр-22

**СОДЕРЖАНИЕ**

[ВВЕДЕНИЕ](#_Toc436315074)

[1 ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА КАК МЕТОДА ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТОВ](#_Toc436315075)

[1.1 Сущность интернет-представительства в туристском бизнесе](#_Toc436315076)

[1.2 Классификация интернет-представительства в туристском бизнесе](#_Toc436315077)

[2 АНАЛИЗ ВОЗДЕЙСТВИЯ ИНТЕРНЕТ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ](#_Toc436315079)

[2.1 Характеристика деятельности ТОО «»](#_Toc436315080)

[2.2 Анализ сайта туристической компании ТОО «»](#_Toc436315081)

[2.3 Разработка направлений продвижения туристических услуг посредством интернет-представительства ТОО «»](#_Toc436315082)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ](#_Toc436315083)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ](#_Toc436315084)

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Индустрия туризма за последние годы существенно изменилась в связи с развитием и расширением использования компьютерных технологий. Отличительные черты туристского продукта требуют быстрого предоставления необходимых сведений о наличии свободных мест в предприятиях размещения и транспорта, а также их резервирование и бронирование. Это вполне осуществимо при условии широкого применения современных компьютерных технологий обработки и передачи информации.

В современных условиях интернет - бизнеса трудно предложить потребителю то, что еще не предлагали конкуренты. На практике добиться роста продаж на 15-20-30% можно очень быстро, достаточно исправить самые проблемные места в системе продаж и добавить новые эффективные методы.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1 Квартальнoв, В.А. Теoрия и практика туризма / В.А. Квартальнoв. - М: Финансы и статистика - 2013. - с. 124;

2 Балабанов И.Т. Электронная коммерция в туризме. Сп-Б:Питер, 2011. - 190 с.;

3 Жукoв М.А. Менеджмент в туристическoм бизнесе: учебнoе пoсoбие.-М, 2014. - с. 284;

4 Попков В.П., Петров К.А. Электронная коммерция и бизнес в Интернете. Учебное пособие. Сп-Б: ИНЖЕКОН, 2011. - 16 с.;

5 Царев А.А., Кантарович В.В. Электронная коммерция. Сп-Б:Питер, 2012. - 206 с.;