Кр-Разработка имиджевой компании для объектов индустрии отдыха и развлечений

Стр-29

СОДЕРЖАНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ](#_Toc437871886)

[1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА РАЗРАБОТКИ ИМИДЖЕВОЙ КОМПАНИИ ДЛЯ ОБЪЕКТОВ ИНДУСТРИИ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ](#_Toc437871887)

[1.1 Особенности инвестиционных проектов в индустрии отдыха и развлечений](#_Toc437871888)

[1.2 Этапы разработки имиджевой компании для объектов индустрии отдыха и развлечений](#_Toc437871889)

[2 АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ИМИДЖЕВОЙ КОМПАНИИ ДЛЯ ГОСТИНИЦЫ " "](#_Toc437871890)

[2.1 Характеристика деятельности гостиницы "" как объекта индустрии отдыха и развлечений](#_Toc437871891)

[2.2 Анализ имиджа и конкурентоспособности гостиницы ""](#_Toc437871892)

[3 РАЗРАБОТКА ИМИДЖЕВОЙ КОМПАНИИ ДЛЯ ГОСТИНИЦЫ "" КАК ОБЪЕКТА ИНДУСТРИИ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ](#_Toc437871893)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ](#_Toc437871894)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ](#_Toc437871895)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сегодня индустрия гостеприимства представляет собой мощнейшую систему хозяйства региона или туристского центра и важную составляющую экономики туризма.

Современное гостиничное предприятие предоставляет потребителям не только услуги проживания и питания, но и широкий спектр услуг транспорта, связи, развлечений, экскурсионное обслуживание, медицинские, спортивные услуги, услуги салонов красоты и пр. Фактически гостиничные предприятия в структуре индустрии туризма и гостеприимства выполняют ключевые функции, так как формируют и предлагают потребителям комплексный гостиничный продукт, в формировании и продвижении которого принимают участие все секторы и элементы индустрии туризма и гостеприимства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1 Гостиничный и туристический бизнес: учебник/ Ред. А.Д. Чудновский. - М., 2014. - 165 с.;

2 Жукoв М.А. Менеджмент в туристическoм бизнесе: учебнoе пoсoбие.-М, 2015. - 284 с.;

3 Ефремова М.В. Основы технологии туристического бизнеса: учебное пособие.-М, 2011. - с. 204;

4 Исмаева Д. Основная деятельность туристической фирмы: учебно-практичское пособие - Алматы, 2013. - 215 с.;