

Obsah

1. Povaha marketingu ubytovacích a stravovacích zařízení	5
1.1 Definice marketingu	5
1.2 Definice stravovacích zařízení	6
1.3 Definice ubytovací zařízení	8
1.4 Odlišnost marketingu ubytovacích a stravovacích zařízení ..	11
1.5 Kvalita v ubytovacích a stravovacích službách	15
2. Marketingové řízení	18
2.1 Plánování	19
2.2 Realizace	24
2.3 Kontrola.....	25
3. Marketingový plán hotelů a restaurací	26
3.1 Požadavky na marketingový plán.....	26
3.2 Proces vytváření marketingového plánu	27
3.3 Proč některé plány ztroskotávají	38
4. Marketingový výzkum	40
4.1 Hlavní etapy marketingového výzkumu.....	41
5. Marketingový mix.....	52
5.1 Definice marketingového mixu	52
5.2 Výrobek (služba) – product	53
5.3 Distribuční cesty – place	59
5.4 Cena – price.....	64
5.5 Lidé – people	68
5.6 Propagace – promotion.....	71
5.7 Závěry marketingového mixu	78
6. Seznam obrázků.....	79
7. Zdroje	79