TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI

KHOA VĂN HÓA DU LỊCH

□□□ □ □□□



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

TÌM HIỂU HOẠT ĐỘNG MARKETING CỦA HỆ THỐNG KHÁCH SẠN CHUỖI ELEGANCE

Giảng viên hướng dẫn* : *Th.S Nguyễn Minh Thúy

Sinh viên thực hiện* : *Ngô Thị Thu Huyền

Lớp* : *VHDL 13C

Niên khóa* : *2005- 2009

Hà Nội, 06 - 2009

MỤC LỤC

Trang

LỜI MỞ ĐẦU **6**

1. Lý do chọn đề tài 6

2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài 7

3. Đối tượng nghiên cứu 7

4. Phạm vi nghiên cứu 7

5. Phương pháp nghiên cứu 7

6. Kết cấu của đề tài 8

Chương1 **9**

KINH DOANH KHÁCH SẠN VÀ HOẠT ĐỘNG MARKETING KHÁCH SẠN **9**

1.1. Tổng quan về khách sạn và hoạt động kinh doanh khách sạn 9

1.1.1. Khái niệm khách sạn và kinh doanh khách sạn 9

1.1.2. Đặc điểm của ngành kinh doanh khách sạn 12

1.2. Sản phẩm khách sạn 14

1.2.1. Khái niệm sản phẩm khách sạn 14

1.2.2. Đặc điểm sản phẩm khách sạn 15

1.3. Nội dung của hoạt động Marketing trong khách sạn 17

1.3.1. Khái niệm Marketing khách sạn 17

1.3.2. Mục tiêu của hoạt động Marketing khách sạn 18

1.3.3. Vai trò của Marketing trong hoạt động kinh doanh khách sạn 20

1.3.4. Nội dung hoạt động Marketing trong kinh doanh khách sạn 21

1.3.4.1. Phân đoạn thị trường và xác định thị trường mục tiêu 21

1.3.4.2. Xây dựng chiến lược Marketing hỗn hợp 22

Chương 2 **29**

TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG MARKETING CỦA CHUỖI KHÁCH SẠN HANOI ELEGANCE **29**

2.1. Khái quát chung về chuỗi khách sạn Hanoi Elegance 29

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của khách sạn 29
2.1.2 Cơ cấu tổ chức của các bộ phận trong khách sạn 31
2.1.3. Nhân sự trong khách sạn 35
2.1.4. Cơ sở vật chất kĩ thuật của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance 37
2.1.5. Các loại hình dịch vụ trong chuỗi khách sạn Hanoi Elegance 40
2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh khách sạn 41
2.2.1. Nhóm nhân tố khách quan 41
2.2.2. Nhóm nhân tố chủ quan 44
2.3. Hoạt động Marketing của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance 47
2.3.1. Đặc điểm thị trường khách 47
2.3.2. Chính sách Marketing của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance trong giai đoạn từ tháng 5 năm 2006 đến cuối năm 2007 51
2.3.2.1. Nghiên cứu thị trường 52
2.3.2.2. Lập kế hoạch để xâm nhập thị trường 58
2.3.3. Chính sách Marketing của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance trong giai đoạn đầu năm 2008 đến cuối năm 2008 67
2.3.4. Chính sách Marketing của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance trong giai đoạn từ đầu năm 2009 đến tháng 7 năm 2009 70
Chương 3 73
GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG MARKETING CỦA CHUỖI KHÁCH SẠN HANOI ELEGANCE 73
3 1. Phương hướng kinh doanh của chuỗi Hanoi Elegance đến năm 2010.73
3.1.1. Định hướng kinh doanh của chuỗi khách san 71
3.1.2. Chiến lược Marketing của chuỗi khách sạn 73
3.2. Giải pháp đề xuất nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing của chuỗi khách sạn Hanoi Elegance 75
3.2.1. Liên doanh, liên kết với các đơn vị hoạt động du lịch 75
3.2.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động 75
3.2.3. Phát triển hoạt động Marketing của chuỗi khách sạn 77

KẾT LUẬN **87**

TÀI LIỆU THAM KHÁO **88**

PHỤ LỤC **89**