

Московский
гуманитарный
университет
Колледж






Курсовая работа на тему
«Анкетирования как форма
маркетинговых исследований»
на примере гостиницы «Марриотт
Гранд Отель»



Студентка группы ГС 301
Терешкина Александра Александровна

Руководитель
Кравченко Н.В.



Актуальность курсовой работы заключается в том, что при помощи проведения анкетирования в средствах размещения возможно добиться расширения бизнеса.

Индустрия гостеприимства, являющаяся одной из крупнейших отраслей мировой экономики, бурно развивается в России и, в первую очередь, в Москве.

Цели и задачи

Цель исследования - разработка основных направлений совершенствования гостиницы «Марриотт Гранд Отель» на основе анкетирования постояльцев.

Для достижения указанной цели в работе были поставлены следующие задачи исследования:

1. Проанализировать теоретические аспекты анкетирования как формы маркетинговых исследований
2. Сделать анализ анкетирования как формы маркетинговых исследований на примере гостиницы «Марриотт Гранд Отель»
3. Разработать рекомендации по совершенствованию анкетирования в гостинице «Марриотт Гранд Отель»



Объект

Гостиница «Марриотт Гранд Отель»

Предмет

Анкетирование как
форма маркетинговых
исследований в
гостинице «Марриотт
Гранд Отель»

Гостиница «Марriott Гранд Отель»



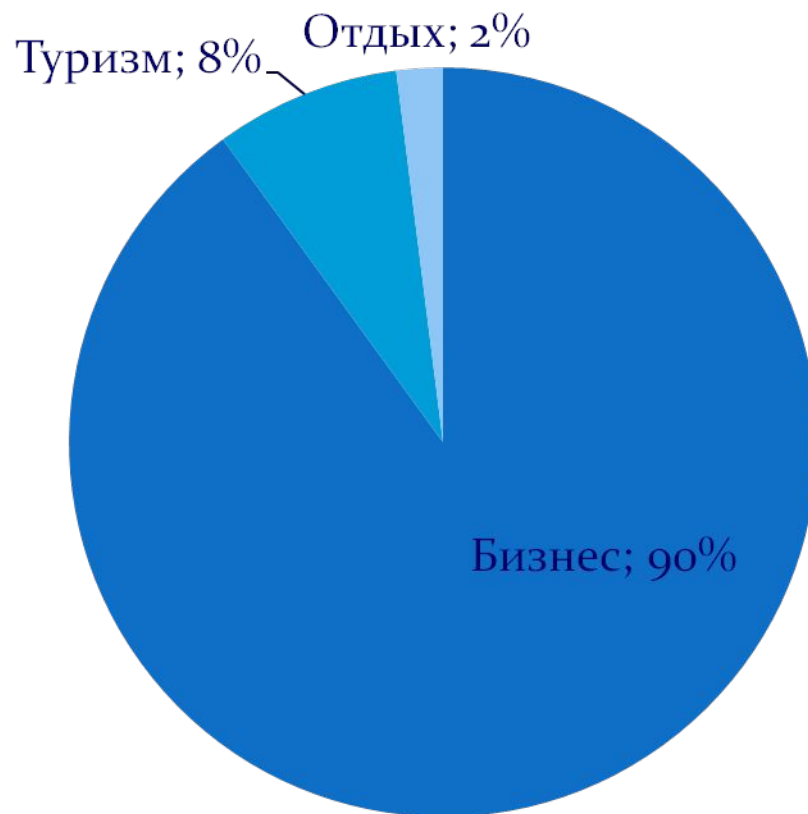
«Марриотт Гранд Отель» расположен в деловой части Москвы и шаговой доступности от Кремля, Красной площади и основных достопримечательностей российской столицы. Отель стоит на старинной Тверской улице Москвы, поэтому ему присуща благородная элегантность и особая атмосфера уюта.

В отеле «Марриотт Гранд» 387 номеров, включая люксы и 3 представительских этажа. В отеле имеется собственный круглосуточный спортивный оздоровительный центр - Гранд Фитнес с бассейном, саунами и джакузи, круглосуточный бизнес-центр, салон красоты класса «люкс». Также к услугам гостей 2 ресторана (Гранд Александр и Самобранка) и лобби бар.

Ценовая политика отеля

Название	Характеристика цен
<u>Улучшенный номер с кроватью размера "king-size"/ 2 отдельными кроватями</u>	8 260
<u>Номер Делюкс с кроватью размера «king-size» или 2 отдельными кроватями</u>	9400
<u>Представительский номер Делюкс с доступом в лаундж</u>	11800

Типы гостей



Рекомендации по совершенствованию анкетирования в гостинице «Мариотт Гранд Отель»

- Для увеличения эффективности анкетирования следует разнообразить вопросы и формы анкетирования
- Предоставить более разнообразные варианты рекламирования и предоставления анкет гостям.
- Расширить максимальное количество вопросов, чтобы в анкете было не более 10 вопросов для детей и 20 вопросов для взрослых. Сделать как можно более краткие и удобные ответы для гостя

Спасибо за внимание!

