



MOLDCOOP
UNIVERSITATEA COOPERATIST-COMERCIALĂ
DIN MOLDOVA

MOLDCOOP

UNIVERSITATEA COOPERATIST – COMERCIALĂ DIN MOLDOVA

Catedra „Marketing, Comerț și Turism“

F. Pitușcan
2016

Se admite pentru susținere

Șef catedră conf. univ., dr

F. Pitușcan

“ 28 ” 05 2017

TEZĂ DE MASTER

TEMA: **Perfecționarea managementului activității de marketing a întreprinderii hoteliere /hotelul „Cosmos”/**

Masteranda: **Sajin Angela**

Specialitatea *Management și marketing în turism,*

industrie hotelieră și restaurație

Grupa 4MMTUR-1521m

Sajin
/semnătura /

Conducător științific:

Mușuc Svetlana

conf. univ., dr.

Mușuc
/semnătura /

Chișinău 2017

CUPRINS

Întroducere	3
I. Managementul activității de marketing la întreprinderi prestatoare de servicii	7
I.1. Coordonatele organizării activității de marketing la întreprinderi prestatoare de servicii.....	7
I.2. Organizarea activității de marketing prin proiectarea structurilor organizatorice ale furnizorilor de servicii.....	19
II. Structura organizatorică și analiza activității economice la hotelul „Cosmos”	33
II.1. Structura organizatorică și activitatea de bază la hotelul „Cosmos”	33
II.2. Analiza și previziunea activității în cadrul hotelului „Cosmos”.....	41
III. Optimizarea managementului activității de marketing la hotelul „Cosmos”	52
III.1. Implementarea activității de marketing și elaborarea programelor de marketing la hotelul „Cosmos”.....	52
III.2. Analiza managementului relațiilor de furnizare a serviciilor la hotelul „Cosmos”.....	73
Concluzii și recomandări	84
Bibliografie	86
A n e x e	87

Adnotare

La tema tezei de master elaborată de Sajin Angela

Perfecționarea managementului activității de marketing a întreprinderii hoteliere/ hotelul “Cosmos”/, specialitatea Management si marketing in turism, industrie hoteliera si restaurație, grupa 4 MMTUR-1521m,

Noutatea științifică: perfecționarea managementului activității de marketing a întreprinderii hoteliere, care reprezintă o problema dificila, rezolvarea căreia este imposibila fără utilizarea abordării sistemice, fără determinarea corecta a obiectului funcțiilor și metodelor manageriale.

Obiectivul principal al temei tezei de master este analiza managementului activității de marketing la hotelul “Cosmos”/, prin analiza ocaziilor de piața, studierea și alegerea piețelor țintă, diferențierea și poziționarea serviciilor.

Sarcinile realizate în teza de master.

-descrierea managementului activității de marketing, coordonatelor organizării activității de marketing la întreprinderi prestatoare de servicii.

-caracteristica organizării activității de marketing prin proiectarea structurilor organizatorice ale furnizorilor de servicii.

-studierea structurii organizatorice și analiza activității economice la hotelul “Cosmos”

-prezentarea modalității de implementare a activității de marketing și elaborarea programelor de marketing la hotelul “Cosmos”

-analiza managementului relațiilor de furnizare a serviciilor la hotelul “Cosmos”.

Analiza eficienței activității de marketing s-a realizat prin rezultanta unor procese complexe descrise pe baza caracteristicilor majore ale orientării de marketing și anume: filozofia orientării către client, organizarea bazată pe marketingul integrat, informarea adecvată în domeniul marketingului, orientarea strategică și eficientă operațional, inclusive modalități de implementare a activității de marketing și elaborarea programelor de marketing la hotelul “Cosmos”.

Teza de master constă din introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie cu 16 surse de referință. Textul este expus în limba română pe 86 pagini culese la calculator și conține 17 tabele, 13 figuri, 6 anexe.

[Teza completă](#)