СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1. Гостиничный продукт, его сущность и особенности 6

2. Элементы информационно-аналитической базы разработки и предоставления

гостиничных услуг 12

3. Организационно-экономическая характеристика предприятия 18

4. Программное обеспечение предприятия в разработке и предоставлении

гостиничного продукта 23

5. Формирование комплекса маркетинговых информационно-

коммуникационных технологий предоставления гостиничного продукта 32

Заключение 36

Список использованных источников 38

Приложения 40