

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
Кафедра международного туризма**

Аннотация к дипломной работе

**РАЗВИТИЕ СЕГМЕНТА КОРПОРАТИВНЫХ ПРОДАЖ В
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ ХЭМПТОН ХИЛТОН
МИНСК СИТИ ЦЕНТР)**

Златогурская Любовь Олеговна

Научный руководитель – кандидат географических наук, доцент
Д. Г. Решетников

Минск, 2017

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа: 42 страниц, 4 рисунка, 3 таблицы, 2 приложения

СЕГМЕНТ КОРПОРАТИВНЫХ ПРОДАЖ ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ
КОРПОРАТИВНЫХ ПРОДАЖ ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИЙ
КАНАЛЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ
НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ОТДЕЛА ПРОДАЖ
КОРПОРАТИВНЫЕ ПРОДАЖИ В ОТЕЛЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ПРОДАЖИ
В СЕТИ ХИЛТОН

Объект исследования – сегмент корпоративных продаж

Цель - анализ развития сегмента корпоративных продаж на примере отеля Hamptonby Hilton Minsk City Centre.

В данной работе рассмотрен сегмент корпоративных продаж, его развитие на примере отеля Hamptonby Hilton Minsk CityCentre. Был рассмотрен уровень развития корпоративных продаж в данном отеле, основные характерные черты данного вида продаж.

Определена сущность и характеристика корпоративных продаж.

Определен уровень организации корпоративных продаж в отеле Hamptonby Hilton Minsk City Centre и особенности функционирования отдела продаж в отеле.

Выявлены основные проблемы в организации корпоративных продаж в отеле Hamptonby Hilton Minsk City Centre и предложены пути их решения.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 42 старонкі, 4 малюнкаў, 3 табліцы, 1 дадатак

СЕГМЕНТКАРПАРАТЫУНЫХ ПРОДАЖАУ, ХАРАКТЭРНЫЯ
РЫСЫ КАРПАРАТЫУНЫХ ПРОДАЖАУ, ФАРМАВАННЯ
КАМУНІКАЦЫЙ, КАНАЛЫ ПРЫЦЯГНЕННЯ КЛІЕНТАЎ,
АРГАНІЗАЦЫЯ ПРОДАЖУ, НОВЫЯ ТЭНДЭНЦЫІ, ФУНКЦЫЯНАВАННЕ
АДДЗЕЛУ ПРОДАЖУ, КАРПАРАТЫУНЫЯ ПРОДАЖЫ У ГАТЭЛІ,
КАРПАРАТЫУНЫЯ ПРОДАЖЫ У СЕТЦЫ ХІЛТАН.

Аб'ект даследавання – сегмент карпаратыўных продажаў.

Мэта – аналіз развіцця сегмента карпаратыўных продажаў на прыкладзе гатэля Hampton by Hilton Minsk City Centre.

У дадзенай працы разгледжаны сегмент карпаратыўных продажаў, яго развіццё на прыкладзе гатэля Hampton by Hilton Minsk City Centre. Быў разгледжаны ўзровень развіцця карпаратыўных продажаў у дадзеным гатэлі, асноўныя характэрныя рысы гэтага віду продажаў.

Вызнача насутнасць і характарыстыка карпаратыўных продажаў.

Вызначаны ўзровень арганізацыі карпаратыўных продажаў у гатэлі Hampton by Hilton Minsk City Centre і асаблівасці функцыянавання аддзела продажаў у гатэлі.

Выяўлены асноўныя праблемы ў арганізацыі карпаратыўных продажаў у гатэлі Hampton by Hilton Minsk City Centre і прапанаваны шляхі іх рашэння.

ABSTRACT

Graduate work: 42 pages, 4 pictures, 3 charts, 1 attachment

SEGMENT OF B2B SALES, CHARACTERISTIC TERMS OF B2B SALES, FORMATION OF COMMUNICATION, CHANNELS OF ACQUISITION, ORGANIZATION OF SALES, NEW TENDENCY, FUNCTIONING OF SALES DEPARTMENT, B2B SALES IN HOTEL, B2B SALES IN HILTON.

The object of research is the segment of corporate sales.

The goal is to analyze the development of the corporate sales segment by the example of the Hampton by Hilton Minsk City Center hotel.

In this paper, we consider the segment of corporate sales, its development by the example of the Hampton by Hilton Minsk City Center hotel. The level of development of corporate sales in this hotel was reviewed, the main features of this type of sales.

The essence and characteristics of corporate sales are defined.

The level of organization of corporate sales at the Hampton by Hilton Minsk City Center and the features of the sales department at the hotel are determined.

The main problems in the organization of corporate sales at the Hampton by Hilton Minsk City Center have been identified and the ways of their solution have been suggested.