



# **КУРСОВА РАБОТА**

**ПО УПРАВЛЕНИЕ НА КОНСУЛТАНТСКИЯ БИЗНЕС В ТУРИЗМА**

**НА ТЕМА:**

**КАМПАНИЯ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА ПРЕДОСТАВЯНИТЕ ОТ НАШАТА  
КОНСУЛТАНТСКА КОМПАНИЯ УСЛУГИ В СФЕРАТА НА ТУРИЗМА**

**Изготвил:**

**Проверил:**

*София, 2017*

## **СЪДЪРЖАНИЕ:**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Описание на вашата консултантска компания .....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>2. Описание на вашата визия, мисия и цел. ....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>3. Цел на настоящия план-проект – формулиране на ясни цели и задачи, които се стремите да постигнете с разработването на кампанията. ....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>4. Проучване на основните тенденции при предлагането на консултантски услуги в сферата на туризма. ....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>5. Проучване на дейността на чуждестранни консултантски.....</b>   | <b>6</b>  |
| <b>6. Анализ на маркетинговата дейност на вашата компания – отчитане на спецификата на маркетинга на консултантски услуги, маркетингова дейност по отношение на настоящите клиенти и т.н. ....</b>  | <b>7</b>  |
| <b>7. Разработване на маркетингова стратегия (кампания) за популяризиране на дейността на консултантската компания – описание на методите за търсене и привличане на нови клиенти, грижа за клиента, програми за настоящи клиенти и т.н. ....</b> | <b>8</b>  |
| <b>ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА.....</b>   | <b>10</b> |

## **1. Описание на вашата консултантска компания**

Черноморският регион на България е изправен пред предизвикателствата на ефективния маркетинг. Консултантска агенция „Блек Сий ми” има за цел да подпомага туристическите агенти в разработване на стратегии, чрез които те могат да отговорят на някои от тези предизвикателства. Това помага на клиентите да увеличат своите приходи, ефективност и възвръщаемост от маркетинговите инвестиции, и да привличат повече туристи, които да изберат Черно море като дестинация за туризъм и почивка.

Основателите и служителите са професионалисти в областта на туризма, които са информирани, способни и страстни за услугите, които консултантската агенция предлага.

БСМ има богат опит в подготовката и изпълнението на стратегии за туризъм - повече от 30 досега - и в проучването и подготовката на бизнес планове за много видове дестинации от национално до местно ниво; от градове до селски райони.

Компанията вярва, че процесът на подготовка на туристическа стратегия на дестинацията трябва да бъде относително прост и да се базира на три въпроса: къде сме сега?, Къде искаме да сме след X години? и как ще стигнем там?.

От първостепенно значение е опитът на служителите в екипа на БСМ. Подготвени са били много стратегии и бизнес планове "отвътре" и същите са били приложени в практиката успешно. БСМ знае добре предизвикателствата и възможностите, особено за онези, които трябва да генерират значителен търговски приходи, за да финансират своите програми.

Компанията предпочита бизнес планирането да бъде поставено в контекста на туристическата стратегия и плана за действие на дестинацията. Това дава ясна посока и цели за бизнес плана. Така, че подходът на БСМ включва много тясно сътрудничество с персонал и, където е уместно, със заинтересованите страни в дестинациите.

Компанията се занимава с управление на маркетингови кампании, избор на най-рентабилни маршрути за пазаруване, управление на информацията и многоканално разпространение, работа с информационни услуги, прилагане на е-бизнес и много други.

В основата на нейната дейност е разглеждане на съществуващите и потенциалните бизнес модели и тяхна основа се изгражда и избира най-доброто решение за бъдещето.