

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 242 «Туризм»

(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою «Туризм»
(назва освітньої програми)

на тему: **«Рекламний менеджмент туристичного підприємства
ТОВ«Туристична компанія «Хороший відпочинок»»**

Виконавець:

студент центру заочної форми навчання

Мельникова Марія Геннадіївна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

Ст.викладач, к.е.н.

(науковий ступінь, вчене звання)

Бедрадіна Ганна Костянтинівна.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ОДЕСА – 2019
ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Сучасний туризм неможливо уявити без якісної реклами, яка є найбільш важливим інструментом, щоб донести інформацію про свої послуги потенційним споживачам, модифікувати їхню поведінку, створити позитивний імідж підприємства, показати його суспільну значимість. Тому ефективний рекламний менеджмент є найважливішим засобом досягнення конкурентних позицій на ринку туристичних послуг, задоволення потреб споживачів та збільшення прибутку підприємства в цілому.

Мета дослідження аналіз, вивчення та висвітлення основних рекламних заходів, які використовують туристичні підприємства та шляхи їх удосконалення для підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств в цілому.

Завдання дослідження:

- описати теоретичні аспекти та розвиток рекламного менеджменту в туристичній галузі;
- дослідити техніко-економічні особливості діяльності «Туристичної компанії «Хороший Отдых»»;
- проаналізувати рекламну діяльність «Туристичної компанії «Хороший Отдых»»;
- запропонувати заходи для підвищення ефективності рекламного менеджменту «Туристичної компанії «Хороший Отдых»»;
- обґрунтувати запропоновані шляхи удосконалення рекламного менеджменту на туристичному підприємстві

Об'єкт дослідження рекламний менеджмент «Туристичної компанії «Хороший Отдых»»;

Предмет дослідження теоретичні-підходи та прикладні заходи підвищення ефективності рекламного менеджменту туристичного підприємства.

Методи дослідження системний аналіз, синтез, індукція, дедукція, узагальнення, графічний, табличний та групування.

Інформаційна база дослідження наукові статті з обраної тематики, підручники, електронні ресурси, власні спостереження

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (29 найменувань) та 4-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 66 сторінок. Основний зміст викладено на 60 сторінках. Робота містить 18 таблиць, 3 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Сучасні тенденції розвитку рекламного менеджменту в туризмі»** розглянуто теоретичні аспекти рекламного менеджменту в сфері туризму, проаналізована еволюція рекламної діяльності .

У другому розділі **«Аналіз рекламного менеджменту туристичного підприємства ТОВ «Туристична компанія “Хороший Отдых»»** надана загальна характеристика туристичного підприємства, зроблено техніко - економічний аналіз діяльності ТОВ «Туристична компанія “Хороший Отдых»», представлена порівняльна характеристика рекламної політики підприємства ТОВ «Туристична компанія “Хороший Отдых»» та двох його найближчих конкурентів : туристичного підприємства «Жара» і туристичного підприємства « Глобус тур».

У третьому розділі **«Перспективи розвитку рекламного менеджменту туристичного підприємства ТОВ «Туристична компанія «Хороший Отдых»»** зроблено стратегічний аналіз рекламної політики та запропоновано заходи і шляхи вдосконалення рекламного менеджменту туристичного підприємства.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. описано теоретичні аспекти та розвиток рекламного менеджменту в туристичній галузі ;
2. досліджено техніко-економічні особливості діяльності ТОВ “Туристична компанія“Хороший Отдых””;
3. проаналізовано рекламну діяльність ТОВ “Туристична компанія “Хороший Отдых””;
4. запропоновано заходи для підвищення ефективності рекламного менеджменту ТОВ “Туристична компанія “Хороший Отдых””;
5. обґрунтовано запропоновані шляхи удосконалення рекламного менеджменту на туристичному підприємстві.

АНОТАЦІЯ

Мельникова М. Г. «Рекламний менеджмент туристичного підприємства ТОВ «Туристична компанія «Хороший Отдых»»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності
«242 «Туризм»

(шифр та назва спеціальності)

за освітньою програмою «Туризм»

(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти рекламного менеджменту, еволюція розвитку в Україні та світі, особливості реклами в туристичній галузі.

Проаналізовано діяльність туристичного підприємства ТОВ «Туристична компанія «Хороший отдых»», рекламна політика туристичної компанії та двох її конкурентів.

Запропоновано заходи щодо удосконалення рекламного менеджменту туристичної компанії, а також запропоновані заходи щодо підвищення привабливості компанії, попиту на її туристичні послуги за допомогою удосконалення маркетингових заходів в області реклами.

Ключові слова: реклама, рекламний менеджмент, туристичні послуги, маркетингові заходи, політика компанії в області реклами.

ANNOTATION

Melnykova M. «Advertising management of the tourist enterprise TOV "Touristic Company" Horoshiy Otdyh»»

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty «242 «Tourism» »

(code and name of the specialty)

for the educational program «Tourism».

(title of the educational program)

Odessa National Economics University. – Odessa, 2019.

The work deals with the theoretical aspects of advertising management, the evolution of development in Ukraine and in the world, the features of advertising in the tourism industry are covered in this paper.

Author analysis the labor activity, the advertising policy of the mentioned travel company and its two competitors have been analyzed.

Measures to improve advertising management of the travel company, as well as measures to increase the attractiveness of the company and demand for travel services by improving marketing activities in the field of advertising have been proposed.

Keywords: advertising, advertising management, travel services, marketing events, company advertising policy.