

**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

за освітньою програмою туризм

на тему: **«Рекламний менеджмент туристичного підприємства»**

Виконавець:

студент факультету міжнародної
економіки

Білецька Анастасія Віталіївна

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

Науковий керівник:

_____ К.Е.Н. _____
(науковий ступінь, вчене звання)

Нєчева Наталя Валеріївна

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

ОДЕСА 2019

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми полягає в тому, що сучасний туризм неможливо уявити без реклами — найдієвішого інструменту у спробах туристичного підприємства донести інформацію до клієнтів, модифікувати їх поведінку, привернути увагу до запропонованих послуг, створити позитивний імідж підприємства, показати його суспільну значущість. Реклама — надзвичайно багатогранне явище, яке виступає елементом різних сфер життя — економіки, культури, спілкування, розваг.

Сучасний етап економічного розвитку потребує удосконалення діяльності підприємств туризму та готельно-ресторанного бізнесу і актуалізує пошук нових методів формування та реалізації конкурентних переваг. У сучасному світі туристичні фірми є комерційними підприємствами, тому їх прибуток безпосередньо залежить від результатів рекламної діяльності. Ефективна рекламна діяльність слугує найважливішим засобом досягнення цілей стратегії маркетингу в цілому і комунікаційної стратегії зокрема. Правильна її організація дозволяє туристичному підприємству досягти успіху у конкурентній боротьбі за клієнта, тому вони намагаються діяти таким чином, щоб забезпечити собі максимальний позитивний ефект від рекламної діяльності.

Можна сміливо стверджувати, що ефективна рекламна кампанія - це запорука успіху туристичної компанії на ринку. У свою чергу, успіх на ринку дає компанії можливості і засоби для діяльності і перспективного розвитку.

Ось чому знання основ, професійних секретів і тонкощів організації і управління рекламною діяльністю так важливі. Це робить тему, обрану для дослідження, цікавою з теоретичної та корисною з практичної точок зору.

Метою є комплексне дослідження теоретичних і практичних аспектів управління рекламної діяльності на туристичному підприємстві. Для досягнення даної мети були визначені наступні **завдання**:

- розглянути роль, суть та види рекламної діяльності в туризмі;

- розглянути організація, принципи та канали поширення реклами;
- розглянути планування рекламної діяльності туристичного підприємства;
- дати загальну характеристику туристичної фірми «Поїхали з нами»;
- дати оцінку маркетингової діяльності підприємства;
- проаналізувати рекламну діяльність туристичної фірми «Поїхали з нами»;
- виконати удосконалення планування рекламної діяльності туристичної фірми «Поїхали з нами»;
- запропонувати перспективні напрямки менеджменту рекламної діяльності туристичної фірми «Поїхали з нами».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел 87 найменувань та 4-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 96 сторінку. Основний зміст викладено на 91 сторінках. Робота містить 9 таблиць, 10 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА»* розглянуто сутність та види рекламної діяльності в туризмі, принципи та канали поширення реклами, планування рекламної діяльності туристичного підприємства.

У другому розділі *«АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «ПОЇХАЛИ З НАМИ»* проаналізована загальна характеристика туристичної фірми та її рекламна діяльність.

У третьому розділі «ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «ПОЇХАЛИ З НАМИ» запропоновано рекомендації щодо підвищення якості рекламної діяльності та удосконалено планування рекламної діяльності туристичної фірми.

ВИСНОВКИ

Розглядаючи туристичну рекламу, використовуємо такі визначення: «реклама як форма комунікації, що намагається перевести якості товарів і послуг, а також ідеї на мову запитів споживача»; «реклама – це комунікація з аудиторією за допомогою неособистих оплачуваних каналів; аудиторія чітко представляє джерело послання, як організацію, що оплатила засоби поширення реклами»; «туристична реклама - це комунікаційний процес, який передбачає встановлення зворотного зв'язку між туристичним агентством (фірмою) і споживачами тур продуктів за допомогою емоційно забарвленого інформаційного повідомлення».

Отже, для залучення уваги клієнтів туристичних підприємств як найбільш ефективні канали можна розглядати: пресу (в основному найбільш популярні газети, журнали, бюлетені та інші засоби масової інформації, що не мають специфічної аудиторії, доступні всім верствам населення); аудіовізуальні засоби (радіо, телебачення, кіно, спеціальні відеоустанови на ярмарках і виставках, слайд-фільми тощо); зовнішню рекламу — рекламні щити, плакати (різного роду образотворчі текстові послання, що розміщуються в місцях скупчення людей, на вокзалах, уздовж шосейних доріг, в ділових та комерційних центрах міст тощо, на які звертають увагу клієнти; реклама на транспорті (рекламні звернення, які розміщуються на зовнішній стороні і в салонах транспортних засобів, на зупинках, на вокзалах тощо).

Планування реклами - це запорука успіху будь-якої організації і розуміння складових його процесів.

Туристичне агенство «Поїхали з нами» активно просуває свій бренд за допомогою різних видів рекламних комунікацій. Крім розглянутих методів просування бренду, компанія користується і іншими видами реклами, такими як: аудіовізуальної та зовнішньої рекламою, рекламними листівками, поштової рекламою і т.п. В якості рекламоносіїв найчастіше в «Поїхали з нами» використовують такі медіа засоби: 1.Телебачення; 2.Газета; 3.Журнал; 4.Інтернет-реклама.

Рекламна кампанія в туристичному агенстві «Поїхали з нами» виявляється ефективною при дотриманні наступних умов: підготовка та проведення на основі глибоких маркетингових досліджень, з урахуванням динамічної природи ринку; створення обґрунтованої реклами, яка легко запам'ятовується і належним чином впливає на заздалегідь обрану цільову аудиторію рекламної продукції; використання найбільш доцільних для вирішення поставлених завдань і враховують специфіку цільової аудиторії засобів розповсюдження реклами.

Цілі рекламної кампанії на 2019 рік - інформування та створення позитивної думки про тур послуги «Поїхали з нами», формування уявлення про компанію як про стабільно і впевнено працює, нарощує обсяги виробництва, що випускає якісно нову, надійну і ефективну продукцію, чуйно реагує на вимоги ринку і споживчий попит.

На підставі отриманих в ході проведених досліджень даних, а також певних цілей рекламної кампанії були складені: план і програма рекламних заходів, проведено розрахунок рекламного бюджету.

Програма рекламних заходів передбачає наступальний, активний характер дій по формуванню іміджу «Поїхали з нами», передбачає кращу координацію діяльності всіх структур і підрозділів компанії.

Програма налічує сім розділів:

1. Реклама в комп'ютерних мережах.

2. Робота зі ЗМІ.
3. Виставкова діяльність
4. Видання представницьких, інформаційних і рекламних матеріалів.
5. Випуск представницьких ділових матеріалів, приладдя та сувенірів.
6. Виготовлення та монтаж світлової установки ТА «Поїхали з нами».
7. Розробка, виготовлення і монтаж сучасних рекламних стендових конструкцій.

Загальна сума планованого бюджету на проведення рекламної кампанії на друге півріччя 2019 р. становить 5 596 тис. грн.

Очікується, що без проведення рекламної кампанії можливе отримання виручки в розмірі 25 000 тис. грн. Найбільший темп приросту виручки відбудеться при збільшенні рівня виконання рекламного бюджету з 50 до 75%.

Однак доцільніше виконати рекламний бюджет на 100%, оскільки дія і ефект реклами не може бути достовірно оцінені лише в рамках другого півріччя 2019 р. і дію проведеної рекламної кампанії зробить свій вплив на вибір споживачем продукції компанії і після означеного періоду.

Серед новітніх інновацій в рекламі, широке використання до яких доцільно у туристичному бізнесі можна виділити наступні: 1. Технологія InDoor TV ; 2. Технологія інтерактивного взаємодії Just Touch; 3. Технологія Ground FX; 4. Створення відчуття присутності персонажа або об'єкта в натуральній величині дозволяє досягти технологія Free Format Projection; 5. Проекційна реклама; 6. Відео-реклама в журналі; 7. Реклама, що не прибирається від APPLE; 8. Інновації в інтернет-рекламі. Технології VideoClick та QR-Code або Quick Response Cod.