

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу

Допущено до захисту
Завідувачка кафедри
д.е.н., проф. І.Л. Литовчинко

« ____ » травня 2020 р.

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 075 Маркетинг

за освітньою програмою Маркетинг

На тему: «Інтернет-реклама на підприємстві готельного господарства
Континенталь»

Виконавець:

студентка 4зф 3 групи ЦЗВФН
Радукану А.В.

Науковий керівник:

к.е.н., доц. Беспалов В.М.

Одеса-2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Підприємства, з метою підвищення ефективності системи управління маркетинговою діяльністю, повинні розробляти стратегічні плани з включенням до них маркетингових заходів по впровадженню новітніх рекламних технологій в Інтернет та контролювати хід виконання. Це виключає сумніви у важливості й актуальності вивчення теоретичних та практичних основ інтернет-реклами, її можливостей та перспектив розвитку. Інтернет-реклами з метою утримання й розширення цільових сегментів ринку є актуальним питанням сьогодення і потребує особливої уваги серед завдань розвитку суб'єктів готельного бізнесу.

Мета дослідження. Метою роботи є дослідження теоретичних засад та практики організації інтернет-реклами підприємств.

Завдання дослідження:

- описати поняття, види та переваги інтернет-реклами;
- дослідити способи використання мережі Інтернет в рекламній діяльності готелю «Континенталь»;
- проаналізувати ефективності рекламного інтернет-менеджменту підприємства готелю «Континенталь»;
- запропонувати комплекс заходів щодо просування готелю «Континенталь» в мережі Інтернет;
- обґрунтувати економічну ефективність розроблених заходів.

Об'єктом дослідження є процес управління рекламною діяльністю готельних підприємств в мережі Інтернет.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних положень організаційно-економічного характеру, спрямованих на оптимізацію Інтернет-реклами готельних підприємств.

Методи дослідження. Методичну основу роботи становлять загально-наукові та спеціально-наукові методи наукового пізнання. В процесі написання роботи були використані такі дослідницькі методи, як: метод

ключових понять, системний аналіз, групування, порівняння (під час дослідження теоретичних засад інтернет-реклами як інструменту маркетингової комунікаційної політики); економіко-статистичний аналіз, методи вертикального та горизонтального аналізу, графічний та табличний методи (під час аналізу рекламної діяльності в мережі Інтернет на підприємстві готельного господарства «Континенталь»); наукова абстракція та узагальнення (під час обґрунтування напрямів оптимізації Інтернет-реклами готельних підприємств).

Інформаційна база дослідження даної роботи склали концептуальний апарат, теоретичні положення і наукові принципи, розроблені вітчизняними та зарубіжними спеціалістами в сфері менеджменту, інтернет-маркетингу, економічного аналізу. Нормативно-правова та інформаційно-емпірична база дослідження сформована на основі нормативно-законодавчих актів, фінансової звітності готельного підприємства, розробок вітчизняних та закордонних вчених, а також результатів власних досліджень.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел 58 найменувань та 16-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 91 сторінок. Основний зміст викладено на 6-57 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 10 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні аспекти стратегічного розвитку підприємства*» розглянуто сутність стратегічного розвитку підприємства, види стратегічного розвитку, фактори, які обумовлюють вибір відповідної стратегії розвитку підприємства.

У другому розділі «Аналіз рекламної діяльності в мережі Інтернет на підприємстві готельного господарства «Континенталь» виявлені особливості просування готелю «Континенталь» в мережі Інтернет. Автором випускної кваліфікаційної роботи представлена організаційно-економічна.

характеристика готелю «Континенталь». Виявлено сильні та слабкі сторони готельної діяльності.

У третьому розділі «Напрями оптимізації Інтернет-реклами готельних підприємств» представлений економічний ефект від реалізації запропонованих заходів з просування готелю «Континенталь» в мережі Інтернет. Розроблено рекомендації щодо вдосконалення просування готелю.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Інтернет-реклама - це оплачена рекламодавцем послуга з доведення інформації про предмети реклами (товари, послуги, ідеї, заходи) до потенційних споживачів різними методами, поданими в мережі Інтернет, з метою стимулювання у споживачів інтересу, створення попиту, ухвалення рішення про покупку.

2. Для підприємств готельного господарства притаманним є застосування основного інструментарію інтернет-реклами. Найбільш ефективними рекламними засобами є просування сайту готелю в соціальних мережах та банерна реклама.

3. За результатами SWOT-аналізу можна зробити висновок, що готель Континенталь має всі можливості для завоювання більшої частини ринку, в зв'язку з наявністю достатніх фінансових ресурсів. Не дивлячись на це, в результаті аналізу було виявлено проблеми з маркетинговою системою.

4. Можна запропонувати ряд заходів спрямованих на посилення конкурентного позиціонування готелю:

- зайнятися комплексним просуванням готелю в соціальних мережах;
- використовувати банерну рекламу.