

АНОТАЦІЯ

Мансур С.М. «Шляхи впровадження цифрового маркетингу у рекламній діяльності готелю Riviera».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи». Одеський національний економічний університет. Одеса, 2025.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Об'єктом дослідження – процес організації цифрового маркетингу на підприємствах готельного бізнесу. Предметом дослідження є науково-практичні питання шляхів впровадження цифрового маркетингу у рекламній діяльності готелю Riviera.

Мета роботи є генерація напрямів перспективного використання цифрового маркетингу у готельному бізнесі.

У роботі було досліджено шляхи впровадження цифрового маркетингу в рекламну діяльність готелю «Riviera» та проаналізовано сучасні тенденції використання цифрових інструментів у готельному бізнесі. Розглянуто теоретичні основи цифрового маркетингу, визначено його ключові інструменти, а також узагальнено європейський досвід із цифрової трансформації готельних підприємств.

На основі проведеного аналізу діяльності готелю «Riviera» виявлено ключові проблеми: застарілий вебсайт, низьку SEO-оптимізацію, пасивну присутність у соціальних мережах. За результатами дослідження розроблено пропозиції.

Ключові слова: цифровий маркетинг, готельний бізнес, SEO-оптимізація, SMM, таргетована реклама, інфлюенсер-маркетинг, CRM-система.

ANNOTATION

Mansur S.M. “Ways of implementing digital marketing in the advertising activities of the Riviera Hotel”.

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 241 “Hotel and restaurant business” according to the educational program “Economics and organization of the hotel and restaurant business”. Odessa National Economic University. Odesa, 2025.

Qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of sources used.

The object of the study is the process of organizing digital marketing at hotel enterprises. The subject of the study is scientific and practical issues of ways to implement digital marketing in the advertising activities of the Riviera Hotel.

The purpose of the work is to generate directions for the promising use of digital marketing in the hotel business.

The paper investigated ways to implement digital marketing in the advertising activities of the Riviera Hotel and analyzed current trends in the use of digital tools in the hotel business. The theoretical foundations of digital marketing were considered, its key tools were identified, and European experience in the digital transformation of hotel enterprises was summarized.

Based on the analysis of the activities of the Riviera Hotel, key problems were identified: an outdated website, low SEO optimization, and a passive presence in social networks. Based on the results of the study, proposals were.

Keywords: digital marketing, hotel business, SEO optimization, SMM, targeted advertising, influencer marketing, CRM system.