

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНСТИТУТ ПРАВА, ЕКОНОМІКИ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
(повне найменування інституту, назва факультету (відділення))

Кафедра менеджменту
(повна назва кафедри (предметної, циклової комісії))

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ «МАГІСТР»

На тему «Вдосконалення управління рекламною діяльністю у туристичній галузі на прикладі компанії «Глобус»»

Виконала: студентка 2 курсу
спеціальності 073 Менеджмент
(шифр і назва спеціальності)

Ткачук Р.О.
(прізвище та ініціали, підпис)

Керівник: д.е. н., проф. Деркач Т.В.
(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

(підпис)

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на тему

«Вдосконалення управління рекламною діяльністю у туристичній галузі на прикладі компанії «Глобус»»

Наразі туристичні компанії України нерідко нехтують створенням якісної реклами, вважаючи цю сферу недостатньо важливою та недооцінюючи вплив якісної реклами на бізнес. Також недостатньо уваги приділяється рекламі онлайн, використанню Інтернет-ресурсів задля просування інформації про свій продукт та створення довготривалих відносин з потенційними клієнтами. Метою роботи є звернути увагу туристичної фірми «Глобус» на поточну рекламну діяльність та шляхи її вдосконалення.

За результатами роботи було розкрито теоретичні основи реклами; проаналізовано поточну рекламну діяльність туристичної фірми «Глобус»; визначено шляхи вдосконалення рекламної діяльності, зокрема у туристичній сфері; запропоновані заходи вдосконалення рекламної діяльності та оптимізації витрат на рекламу. Отримані результати можуть бути використанні на фірмі «Глобус».

Кваліфікаційна робота містить 88 сторінок, 7 таблиць, список літератури з 81 найменування.

Ключові слова: реклама, PR-діяльність, зв'язки з громадськістю, оптимізація рекламної діяльності, інтернет-реклама, побудова бренду, SMM-менеджмент, соціальні мережі.

Рік написання кваліфікаційної роботи – 2020

Рік захисту кваліфікаційної роботи – 2020.

ЗМІСТ

ВСТУП...	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕКЛАМИ	
1.1. Роль реклами в розвитку підприємства	10
1.2. Теоретичні аспекти управління рекламною діяльністю	20
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «ГЛОБУС»	
2.1. Загальна характеристика туристичної фірми «Глобус».....	32
2.2. Фінансово-економічний аналіз	41
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	54
РОЗДІЛ 3. МОЖЛИВІ ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМИ ФІРМИ «ГЛОБУС»	
3.1. Розробка вдосконаленої PR-стратегії для туристичної фірми	56
3.2. Застосування PR у діяльності фірми «Глобус»	68
3.3. Очікувані наслідки запропонованої PR-діяльності	73
3.4. Оптимізація бюджету, що витрачається на рекламу та підвищення впізнаваності бренду	74
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	77
ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	82

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аакер Д., Майерз Дж. Рекламный менеджмент / пер. с англ. С.А. Старова и др. Москва : Изд. дом Гребенникова, 2013. 435 с.
2. Алексеева Ю. Державне регулювання туризму в Україні. Трансформаційні процеси розвитку туризму та готельного господарства України : Матеріали Всеукр. наук.-практ. студ. конф. Київ : КУТЕП, 2012. С.79- 80.
3. Бабарицька В., Малиновська О. Менеджмент туризму. Туроперейтинг: Понятійно-термінологічні основи. Сервісне забезпечення турпродукту : навч. посібник. Київ : Альтерпрес, 2014. 286 с.
4. Барчукова Н. Международное сотрудничество государств в области туризма. Москва : Междунар. Отношения, 2016. с. 172.
5. Бейдик О.О., Горбик В.О., Євдокименко В.К. *Туристично-краєзнавчі дослідження: збірник наук. Статей*. Київ : Федерація профспілок України, Ін-т туризму, 2015. Вип. 6. 473 с.
6. Бойчик І.М., Вашків О.П. Українське підприємництво: історичний екскурс і сьогодення. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сектори економіки в процесі реалізації державної регіональної політики». Тернопіль-Збараж, 26-27 жовтня 2017 р. С. 173–176.
7. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг : учеб. пособие. Москва : Висш. шк., 2012. 255 с.
10. Дурович А., Анастасова Л. Маркетинговые исследования в туризме. Минск, 2018. 348 с.
11. Дяченко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 138 с.
12. Євтушенко О.В. Застосування комплексу маркетингу в сфері. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Каразіна*. 2014. № 1144. С.166-170.

13. Как COVID-19 изменил интернет и нас — соцсети и онлайн-ритейл после пандемии <https://www.web-canape.ru/business/kak-covid-19-izmenil-internet-i-nas-statistika-interneta-i-socsetej-posle-pandemii/> (дата звернення 03.12.2020 р.).

14. Котельніков Д.І., Задорожна С.М. Управління конкурентоспроможністю : навч. посіб. для студентів вищих навч. закладів. Київ : Видавничий Дім «Слово», 2014. 168 с.

15. Котлер Ф., Боуэн Д.Т., Мейкенз Д., Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов вузов. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2018. 1071 с.

16. Кочеткова А.В. Теория и практика связей с общественностью / А.В.Кочеткова, Я.Л.Скворцов, В.Н.Филиппов. Санкт Петербург: Питер, 2018. 240 с.

17. Кривонос А.Д. PR–текст в системе публичных коммуникаций. Санкт Петербург : Петербургское Востоковедение, 2012. 288 с.

18. Кузик С.П. Соціально-економічна географія світу. Тернопіль : Підручники і посібники, 2018. 256 с.

19. Лебедева Т.В. Паблик – рилейшнз. Москва : Юнити, 2019. 340 с.

20. Лебедева В. Туристична галузь: погляд з регіону. Віче. 2015. №3. С. 53-55.

21. Левковська Л. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу України. *Економіка України*. 2013. № 6. С. 31-36.

22. Лившица А.Я., Никулиной И.Н.. Введение в рыночную экономику. Москва : Высш. школа, 2014. 56 с.

23. Ливенцова М.М. Международные экономические отношения. Москва, 2011. 263 с.

24. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – 2-ге видання перебілене та доповнене. Київ : «Альтапрес», 2013. 436 с.

25. Ляшкевич П. Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку. *Освіта України*. 2015. 15 листопада. С. 6.

26. Максаковський В. Развитие и география международного туризма. *Краєзнавство. Географія. Туризм*. 2001. №21-24. С. 17-21.
27. Мальська М., Бордун О. Планування діяльності туристичних підприємств : навч. посібник. Київ : Знання, 2015. 241 с.
28. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 424 с.
29. Мельниченко С. Туристична галузь – суттєве джерело поповнення коштів державного бюджету. *Фінанси України*. 2011. № 2. С. 63-68.
30. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. Москва, 2018. 207 с.
31. Місія та цінності бренду URL: https://zg-brand.ru/branding/missiya_i_cennosti_brenda/ (дата звернення 16.11.2020 р.).
32. Моїсєєв В.А. Паблік рілейшнз: навч. посібник. Київ : Академвидав, 2017. 224 с.
33. Мороз Л.А. Маркетинг : підручник. Львів : Інтеллект- Захід, 2012. 244 с.
34. Немоляєва М.Э., Ходорков Л.Ф. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра. Москва : Междунар. Отношения, 2014. 174 с.
35. Олдак П.Г. Индустрия туризма – одно из ведущих направлений современной экономики. Проблемы развития индустрии туризма / под. ред. Л.Ф. Ходоркова. Новосибирск, 2014. 320 с.
36. Омельчинко А.В. Інвестиційне право /А.В. Омельчинко// Навчальний посібник. – Київ : Атіка, 2014. 176 с.
37. Основные экономические функции. URL: <http://izturizma.ru> (дата звертання: 14.06.2019 р.).
38. Офіційний сайт фірми «Глобус». URL: <http://bamba.travel> (дата звертання 02.12.2020 р.).
39. Паблік рілейшнз (PR) в сфері туризму. URL: <http://tourfaq.net/travel-business/pablik-rilejshnz-pr-v-sfere-turizma/> (дата звертання: 20.04.2019 р.).

40. Паблік рілейшнз в туристському бізнесі. URL: <http://123pr.kiev.ua/pablik-rilejshnz-v-turystskomu-biznesi> (дата звертання: 14.09.2019 р.).

41. Папирян Г. Международные экономические отношения: Маркетинг в туризме. Москва : Финансы и статистика, 2010. 156 с.

42. Папирян Г., Карпычева Н., Федорова А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. Москва: Финансы и статистика, 2019. 208 с.

43. Пересада А.А. Інвестиційний процес в Україні. Київ : Видавництво «Лібра» ТОВ. 2012. 37 с.

44. Пестушко В. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи. *Географія та основи економіки в школі*. 2017. № 11-12. С. 42-43.

45. Пилат Л.Г., Вашків О.П. Рекламна діяльність туристичної фірми. Стратегічні пріоритети розвитку економіки, фінансів, обліку та права в Україні та світі : збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 3 жовтня 2019 р.) : у 6 ч. Полтава : ЦФЕНД, 2019. Ч. 3. С. 46-47.

46. Пилат Л.Г. Характер та особливості рекламної діяльності туристичної фірми : Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід : XII Міжнародна науково- практична конференція молодих учених і студентів, (Тернопіль, 10-11 квітня 2019 р.). Тернопіль, 2019. С. 24-25.

47. Прейгер Д. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів. *Економіка України*. 2011. № 6.С. 20-28.

48. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства. Київ, 2018. 21 с.

49. Сапрунова В.Б. Туризм: еволюція, структура, маркетинг. Київ, 2017. 160 с.

50. Світовий туризм іде в гору. Урядовий кур'єр 2014. № 35. С. 4.
51. Сеник В.С. Организация международного туризма. Москва : Финансы и статистика. 2014. 13 с.
52. Серегина Т.К. Реклама в бизнесе. Москва : Информ.-внедр. Центр «Маркетинг». 2015. 245 с.
53. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І
Енциклопедичний словник-довідник з туризму / передмова В.А.Литвина.
Київ : Видавничий дім «Слово», 2016. 372 с.
54. Степанов О.М. Світова торгівля, транспорт і тенденції розвитку портового господарства : монографія. Одеса : Астропринт, 2014. 101 с.
55. Таргетированная реклама URL:
<https://www.calltouch.ru/glossary/targetirovannaya-reklama> (дата звернення 10.11.2020 р.).
56. Том Вандербільт. Як знайти свою ЦА та стати для неї магнітом. Бомбора, 2016
57. Туристична діяльність і її соціальні функції в житті людини. URL:
<http://www.kazatur.narod.ru/mut/7.HTML> (дата звертання 10.12.2020 р.).
58. Уваров В. Д. Международные туристические организации. Москва : Международные отношения, 2018. 114 с.
59. Уварова Г. Рекреаційно-туристичний потенціал України. *Географія та основи економіки*. 2018. № 2. С. 29-36.
60. Указ президента України «Про основні напрямки розвитку туризму в Україні» в редакції від 10.08.2003. № 973/99.
61. Федоренко В.Г. Інвестиційний менеджмент : навч. посібник. Київ : МАУП, 2013. 184 с.
62. Холловой Дж.К., Тейлор Н. Туристичний бізнес / пер. з 7-го англ. вид. Київ : Знання. 2017. 324 с.
63. Цибух В.І. Державне регулювання у сфері туризму в Україні. *Статистика України*. 2018. № 1. С. 60-89.
64. Чудновский А.Д., Королева Н.В., Гаврилова Е.А., Жукова М.А.,

Зайцева Н.А. Менеджмент туризма: учебник. Москва: Финансы и статистика, 2014. 576 с.

65. Шило Л. Экспорт, импорт туристичних послуг. *Вісник податкової служби України*. 2019. № 43: Спецвипуск. С. 39-40.

66. Школа І., Ореховська Т., Козьменко І. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посібник. Чернівці, 2013. 596 с.

67. Югрен Селенбахер. Создайте личный бренд, Манн, Иванов и Фербер, 2013

68. Ярова І. Інтернет як інструмент просування продукції промислових підприємств. *Економіка України*. 2016. № 12. С. 48-53.

69. Annual Report of World Travel and Tourism Council. 2015. 5 p.

70. Forrester Research URL: <https://go.forrester.com/> (дата звернення: 12.12.2020 р.).

71. J. Mike Jacka, Paulette J. Keller. Business process mapping improving customer satisfaction. Wiley. 2019. №2. 7 p.

72. Levent Altynai, Alexandros Paraskevas. Planning research in hospitality and tourism. Butterworth – Heinemann. 2018. 9 p.

73. Ministero delle Attività Produttive. Direzione generale per il turismo. URL: http://www.minindustria.it/organigramma/index.php?sezione=organigramma&tema_dir=tema2&nodo=179 (дата звернення 13.12.2020 р.).

74. Nanz K.-P. Schengener Ubereinkommen und Personenfreizugigkeit. ZAR. 2019. № 3. 100 p.

75. Odden L. Optimize. How to attract and engage more customers by integration sea, social media and content marketing. 2016. 6 p.

76. Project Management Institute. A guide to the project management body of knowledge. Fouth Edition. 2018. 7 p.

77. Tone of voice: что это и как бренду определить свой тон голоса URL: <https://blog.calltouch.ru/tone-of-voice-что-это-и-как-бренду-определит-свой-тон-голоса/> (дата звернення 10.12.2020 р.).

78. Travel & Tourism economic Impact 2019 world.

URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf> (дата звернення 12.12.2020 р.).

79. Vashkiv O.P. Social Responsibility of Business as a Sign of His Maturity. Сучасні тенденції в економіці та управлінні : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 17 листопада 2018 року) : У 2-х ч. Ч. 2. Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2018. С. 21-23.

80. Vashkiv O.P., Vashkiv O.O. Creation of firm's competitive advantages in the influence of unstable environment. Літні наукові дискусії – 2019 : збірник тез доповідей XXXII Міжнародної наук.-практ. Інтернет-конференції, м. Вінниця, 24 червня 2019 р. : у 4 ч. Ч. 1. Вінниця, 2019. С. 17-21.

81. World Tourism Organization Report. URL: <http://www.world-tourism.org>.(дата звернення 23.11.2020 р.).