

Содержание

Введение	3
Глава I. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.....	5
1.1. Основные термины и понятия рекламы.....	5
1.2. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.....	9
1.3. Рекламные средства и их применение в гостиничном бизнесе.....	18
1.4. Понятие эффективности в рекламе.....	27
Глава II. Анализ организации рекламной деятельности гостиницы «Марриотт Тверская».....	30
2.1. Характеристика гостиницы «Марриотт Тверская» и стандарты качества компании Marriott.....	30
2.2. Организация рекламной деятельности в гостиницах «Марриотт Тверская»	46
2.3. Рекламная деятельность гостиницы «Марриотт Тверская» в период мирового финансово-экономического кризиса	53
2.4. Предложения по совершенствованию рекламной деятельности гостиницы «Марриотт Тверская»	58
Заключение.....	62
Список использованных источников и литературы.....	65
Приложение	

Введение

Актуальность темы исследования обуславливается тем, что в настоящее время реклама играет важную роль в продвижении современного гостиничного предприятия и его услуг. Рекламная деятельность современных гостиничных предприятий должна быть организована максимально эффективно. Это особенно актуально в период мирового финансово-экономического кризиса, который сказывается и на гостиничной индустрии. Кризис заставляет экономить, сокращать расходы, в том числе оптимизировать рекламные бюджеты.

Это связано с тем, что в условиях мирового экономического кризиса многие гостиничные предприятия вынуждены снижать цены на свои услуги и гостиничные предприятия, ранее относящиеся к разной ценовой категории, теперь находятся в конкурентной борьбе, например, гостиница «Ритц-Карлтон» относящаяся к категории «пять звезд» предлагает цены равные гостинице «Марриотт Тверская» относящейся к категории «четыре звезды».

При правильной организации реклама остается быстрым и эффективным средством информации и напоминания, способствует привлечению потребителя и реализации продукции.

О рекламе можно сказать, что это отрасль, которая откликается на запросы и настроение общества, и, следовательно, согласуется с состоянием общества и его стандартами, формирует вкусы и взгляды потребителя.

Целью данной выпускной квалификационной работы является организация рекламной деятельности гостиницы «Марриотт Тверская» и разработка предложений по совершенствованию рекламной коммуникации современного отеля.

Задачи выпускной квалификационной работы следующие:

- рассмотреть понятие рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций;