

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО
ПІДПРИЄМСТВА»**

(на матеріалах туристичної агенції «Miland»)

Здобувача вищої освіти
3 курсу, групи Т-31 зс,
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми
«Туризм»

Бартошук
Вероніки
Володимирівни

Науковий керівник
кандидат географічних наук,
доцент

Кізюн
Алла
Григорівна

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук,
доцент

Онищук
Наталя
Вікторівна

Вінниця – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ.....	6
1.1. Сутність та роль рекламної діяльності в системі маркетингових комунікацій підприємства.....	6
1.2. Значення рекламної діяльності в туризмі.....	12
1.3. Специфіка організації та розвитку рекламної діяльності в туризмі.....	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «MILAND»....	23
2.1. Загальна характеристика діяльності туристичної агенції «Miland».....	23
2.2. Економічна характеристика ТА «Miland».....	26
2.3. Дослідження стану організації рекламної діяльності ТА «Miland».....	30
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ОПТИМІЗАЦІЇ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «MILAND».....	39
3.1. Проблеми організації рекламної діяльності туристичної агенції.....	39
3.2. Основні напрямки зарубіжного досвіду щодо підвищення рівня організації рекламної діяльності туристичної агенції.....	43
3.3. Напрямки удосконалення управління організацією рекламної діяльності туристичної агенції «Miland».....	48
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55
ДОДАТКИ.....	59

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. Редакція від 31.03.2023. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 28.03.2023).
2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII. Редакція від 19.11.2022. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 30.03.2023).
3. Балабанова Л. В., Кривенко Г. В., Балабанова І. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. Київ.: ВД «Професіонал», 2019. 256 с.
4. Баран Р. Я., Романчукевич М. Й. Оцінка ефективності рекламної діяльності в інтернет. *Ефективна економіка*. 2019. № 7. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7190> (дата звернення: 07.04.2023).
5. Бартощук В. В. Сутність та роль рекламної діяльності в системі маркетингових комунікацій туристичного підприємства. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку в Україні: пошук молодих*: матеріали XII Всеукр. студ. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 20 квіт. 2023 р. Вінниця, 2023. Вип. 173. С.52 – 57.
6. Бігус М. М., Гальків Л. І., Добушовський П. А. Туристичний бізнес під впливом сучасних змін, зумовлених світовими викликами. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. № 3. С. 7-12.
7. Гавриленко Л. М. Рекламна діяльність в туризмі: теоретичні аспекти // *Економічні науки*. 2019. Вип. 2 (19). С. 89-93.
8. Гайдабура В. І. Роль рекламної діяльності в формуванні іміджу підприємства. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Економіка*. 2018. № 2 (29). С. 7-12.

9. Горбаль Н. І. Оцінка та формування витрат на рекламну діяльність в системі маркетингу підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук. НУ «Львівська політехніка». Львів, 2019. 20 с.
10. Горбачова І. О. Реклама як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та держава*. 2019. № 4. С. 43-46.
11. Гребенюк О. В. Ефективність рекламної діяльності в інтернеті: підхід до оцінки. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Серія: Економічні науки*. 2019. Вип. 32. С. 22-28.
12. Григор'єва Л. І, Лисенко М.В., Смирнова О. Організаційно-правові форми рекламної діяльності в туризмі. *Економіка та суспільство*. 2021. Т. 24. С. 73-80.
13. Демків Ю. М., Стукач Т. М. Українська туристична галузь у світовому середовищі: адаптація за умов впливу глобальної міжнародної кризи COVID-19. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 4. С. 18-25.
14. Дубинська Л.С. Рекламна діяльність в туризмі. *Туризм і краєзнавство*. 2019. № 2. С. 44-47.
15. Калініченко О.О. Рекламний креатив: навчальний посібник / Укладачі: О. І. Вікарчук, О.О. Калініченко, С.М. Ніколаєнко, І.О. Пойта. Житомир: Видавець О. О. Євенок, 2018. 208 с.
16. Карпенко І. В. Рекламна діяльність підприємств туристичної галузі України. *Науковий вісник Чернівецького університету. Серія: Економіка*. 2019. Вип. 620. С. 189-193.
17. Колесник І. С. Ефективність реклами в електронних засобах масової інформації. *Науковий вісник Національного гірничого університету*. 2019. Вип. 4. С. 90-94.
18. Коновалова В. М. Інструменти реклами на соціальних мережах як засіб просування бренду. *Наукові записки. Серія: Проблеми методології та методики наукових досліджень*. 2019. Т. 1. С. 146-151.
19. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сандерс Дж. Основи маркетингу: підручн. Пер. з англ. Київ: Видавництво «Наш Формат», 2019. 832 с.

20. Ларіна К. В. Соціальні мережі як ефективний інструмент просування сучасного бізнесу. *Сучасні проблеми управління підприємства: теорія та практика*: матеріали міжнар. науково-практ. конф., м. Харків 3-4 бер. 2020 р., Харків–Торунь: ФОП Панов А. М., 2020. С. 142-144. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/7_2019/38.pdf (дата звернення: 07.04.2023).

21. Манько А., Завадовський Т. Поняття та напрямки рекламної діяльності туристичного підприємства. *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*. 2018. Вип. 29(1). С. 90-99.

22. Матвієнко О.І. Рекламна діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2019. Вип. 2 (1). С. 168-172.

23. Пархоменко Н.А. Роль рекламної діяльності в маркетингових комунікаціях підприємства. *Економічні науки*. 018. № 9 (2). С. 146-149.

24. Пилипенко О.С. Особливості рекламної діяльності в туризмі. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2019. Т. 13, Вип. 1. С. 191-196.

25. Примак Т. О. Рекламний креатив в Україні: учора, сьогодні, завтра. *Маркетинг в Україні*. 2019. № 6. С. 27-36.

26. Сулова Н.В. Реклама в туризмі: теорія і практика / *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2018. Вип. 30. С. 156-159.

27. Танасійчук А. М., Сіренко С. О., Громова О. Є. Засоби просування бренду в умовах рецесії. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7866> (дата звернення: 07.04.2023).

28. Устенко М. О. Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2019. № 68. 181-192 с

29. Чепурний Є.Ю. Особливості організації рекламної діяльності в галузі туризму та готельно-ресторанного бізнесу. *Туризм та країнознавство*. 2018. Вип. 1 (16). С. 30-33.

30. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Шарлай О. В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8192> (дата звернення: 07.04.2023).

31. Яровий В.Ф., Шуткіна В.В. Особливості управління маркетинговою діяльністю в туристичних підприємствах. *Актуальні питання економічного розвитку в сучасних умовах*: матеріали V Всеукр. наук.-практ. конф., м. Херсон, 26-27 березня 2020 р. Херсон: Вишемирський В. С., 2020. С. 301-305.

32. Офіційна сторінка інстаграм туристичної агенції «MILAND» URL: <https://www.instagram.com/millandvinnitsa/?igshid=MjkzY2Y1YTY%3D> (дата звернення: 05.03.2023).

33. Офіційна сторінка фейсбук туристичної агенції «MILAND» URL: <https://www.facebook.com/Millandtour> (дата звернення: 05.03.2023).

34. Belch, George E. and Belch, Michael A. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. *11th edition. McGraw-Hill Education*, 2018. 928 p.

35. Buhalis, D. Tourism Marketing: A Collaborative Approach. *Routledge*, 2019. – 326 p.

36. Keller, Kevin Lane. Building Strong Brands in a Modern Marketing Communications Environment. *Journal of Marketing Communications*, 2019, vol. 22, issue 1, pp. 1-15.

37. Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C. Marketing for Hospitality and Tourism. *Prentice Hall*, 2019. 720 p.

38. Morrison, A.M. Marketing and Managing Tourism Destinations. *Routledge*, 2019. 462 p.

39. Shimp, Terence. Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. *10th edition. Cengage Learning*, 2018. 752 p.

40. Trush, Noam and Pichai, Efrat. The Impact of Advertising on Consumer Purchase Decision. *International Journal of Research in Marketing*, 2018, vol. 35, issue 3, pp. 487-503.