Др\_Развитие рекламных услуг на предприятии

Стр\_61

|  |
| --- |
| **ВВЕДЕНИЕ** |
| **1 Теоретические аспекты развития рекламной деятельности на предприятии**1.1 Реклама как фактор эффективного формирования потребительского спроса  |
| 1.2 Классификация рекламных услуг и выбор стратегии рекламной кампании на предприятии |
| 1.3 Структура и особенности организации рекламных услуг на предприятии  |
| **2 Анализ и оценка предоставления рекламных услуг на примере Кафе**  |
| 2.1 Организационно – экономическая характеристика предприятия |
| 2.2 Анализ рекламной деятельности предприятия сферы общепита и ее влияние на формирование потребительского спроса  |
| 2.3 Исследование спроса населения на рекламные услуг в предприятиях общественного питания2.4 Оценка рекламных услуг и средств на предприятии сферы общепита |
| **3 Пути совершенствования рекламных услуг** |
| 3.1 Стратегии по улучшению рекламной деятельности  |
| 3.2 Выбор мероприятий по совершенствованию рекламной деятельности предприятия в сфере общепита |
| **Заключение**  |
| **Список использованных источников** |

**Заключение**

В завершении вышерассмотренной темы нужно определить следующие моменты, которые показывают высокую степень важности данной проблемы. Проведенные исследования позволили сделать следующие основные выводы и предложения.

Ресторанный бизнес отличается от всех остальных видов бизнеса. Это предприятие, которое объединяет в себе искусство и традиции, механизмы деятельности и опыт маркетологов, философию обслуживания и концепцию формирования потенциальной аудитории.

Реклама играет огромную роль в сохранении и упрочнении позиций предприятия общественного питания на рынке. Реклама позволяет сообщить о специфических преимуществах услуги предприятия общественного питания потенциальным клиентам, способствует повышению потребительского спроса на ресторанные услуги, создает благоприятный имидж предприятия общественного питания.

**Список использованных источников**

1. Сагандыков Н.М. Маркетинговые исследования. -  Алматы: Экономика. 2019. - 300 с.
2. Байжаксынова Г.К. Современная реклама. - Алматы: Ғылым, 2019. – 183 с.
3. Истаева А.А. Основы маркетинга: учебник. - Алматы: Экономика, 2019. - 294 с.
4. Асанова Т.А. Теория и практика рекламы в Казахстане. - Алматы: Ғылым, 2020. – 350 с.
5. Тулембаева А.Н. Маркетинг: учеб. - Алматы: МАБ, 2019. - 524 с.