Др\_Особенности PR-продвижения в гостиничном бизнесе

Стр\_50

Введение

1. Теоретические аспекты PR-продвижения в гостиничном бизнесе
	1. Сущность и понятие «public relations»
	2. Методы PR-продвижения услуг гостиниц и отелей
	3. Опыт применения «public relations» зарубежных отелей для

|  |  |
| --- | --- |
| продвижения своих услуг |  |
| 2 Анализ PR-продвижения гостиничных услуг в гостинице  |  |  |
| 2.1 Обзор рынка гостиничного бизнеса в г. Алматы |  |  |
| 2.2 Характеристика деятельности гостиницы |  |  |
| 2.3 Анализ использования PR-технологий в гостинице |  |  |
| 3 Проблемы и перспективы совершенствования PR-продвижения | в |  |
| гостинице3.1 Рекомендации по улучшению существующих PR-технологий | в |  |
| гостинице3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий |  |  |
| Заключение |  |  |
| Список использованных источников |  |  |

Заключение

«Паблик рилейшн» - это специфическая деятельность по формированию долгосрочных и двусторонних взаимоотношений организации с элементами внутренней и внешней среды с целью формирования положительного образа и имиджа организации в обществе, в основе которой лежит распространение посредством различных средств коммуникации достоверной и необходимой информации. Существуют различные методы и инструменты PR продвижения: распространение информации в гостинице, улучшение производственных отношений, работа с прессой и СМИ, PR акции, убеждение клиента, диалог, оценка, PR в сети Internet. В зарубежных отелях помимо традиционных методов применяются более современные и инновационные технологии PR. Например,

«сенсорный брендинг», е-mail-маркетинг (рассылка по базе гостей считается хорошим способом продвижения гостиничных услуг); SMM, SEO (разработка стратегии продвижения и выбор инструментов маркетинга в интернете).

Список использованной литературы

1. Блэк Сэм Паблик рилейшнз. Что это такое? - М. : Новости : Сов.-австр. предприятие "АСЭС-Москва", Б. г. (1990). - 239 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экс пресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2016. — 464 с
3. Ержанова А.Е., Барлыбаева С.Х., Петренко С.Ю., Кенжегулова Н.С., Истомина-Нуркеева А.В., Ескаутова Ж.Б., Барысова Л.С., Негизбаева М.О., Шакирова Г.А. PR и масс-медиа в бизнесе: учебное пособие. – Алматы: Экономика, 2008. – 468 с.
4. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учеб. пособие. — 3-е изд., перераб. И доп. — М.: Дело, 2016 — 552 с. 5
5. Ф. Джефкинс, Д. Ядин Паблик рилейшнз Учебное пособие для вузов

Перевод с английского под редакцией Б.Л. Еремина М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019