Кр\_Особенности рекламы в сфере услуг

Стр-28

[Введение](#_Toc494922332)

[1 Теоретические основы рекламы в сфере услуг](#_Toc494922333)

[1.1 Современная реклама и ее задачи в сфере услуг](#_Toc494922334)

[1.2 Специфика рекламы в сфере услуг](#_Toc494922335)

[1.3 Классификация рекламы в сфере услуг](#_Toc494922336)

[2 Организация рекламной деятельности ресторана г. Караганды](#_Toc494922337)

[2.1 Общая характеристика деятельности ресторана](#_Toc494922338)

[2.2 Анализ рекламной деятельности ресторана](#_Toc494922339)

[3 Разработка рекомендаций по совершенствованию рекламной деятельности ресторана](#_Toc494922340)

[Заключение](#_Toc494922341)

[Список использованных источников](#_Toc494922342)

Заключение

В заключении работы можно сделать следующие основные выводы, касающиеся особенностей рекламы в сфере услуг.

Реклама для предприятий сферы услуг является важным инструментом, помогающим в доведении до конечного потребителя сведений о товаре (услуге) так, чтобы потенциальным потребителям хотелось стать обладателями такого товара или воспользоваться этой услугой.

Так как услуги обладают некоторыми существенными особенностями, отличающими их от товара, то и реклама услуг имеет свои особенности. Так, организации и предприятия сферы услуг большое значение, как правило, уделяют рекламе не товара, а рекламе самой фирмы, так как конкретные характеристики продукта не всегда могут быть четко доведены до потребителей.

Список использованных источников

1. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студ. высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 4-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2008. — 288 с.
2. Тетерина Е. А., Питерова А.Ю. Специфика рекламы в сфере услуг // Наука. Общество. Государство. 2014. №1.
3. Сфера услуг в современном обществе: Экономика, менеджмент, маркетинг. Курс лекций / Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook\_130.html
4. Сэндидж Ч. Реклама: теория и практика / Ч. Сэндидж, В. Фрайбурге, К. Ротцолл. - М.: Прогресс, 2008. - 630 с.
5. Росситер Д.Р. Реклама и продвижение товаров / Д.Р. Росси-тер, Л. Перси. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2000. - 651 с.