

**МИНИСТЕРСТВО
ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
«НОВОРОССИЙСКИЙ КОЛЛЕДЖ СТРОИТЕЛЬСТВА И ЭКОНОМИКИ»**

ТЕМА ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

**«АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ
МАРКЕТИНГОВЫХ СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ С ЦЕЛЬЮ
ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ПРОДАЖ НА
ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «ДУБЛИН»**

Выполнила: студентка ГС-31 Ситчихина В.
Руководитель: Достовалова Л.А.

Объект исследования
– гостиница «Дублин».

Отель расположен в центре города Новороссийска, всего в 10 минутах ходьбы от развлекательного центра «Красная Площадь» и в 5 минутах ходьбы от автобусной остановки «Молзавод».





- ▣ Предмет исследования – деятельность гостиницы по формированию положительного имиджа, используя маркетинговый инструмент -



- ▣ В работе анализируется деятельность гостиницы «Дублин» по использованию такого маркетингового инструмента как связи с общественностью с целью формирования положительного имиджа в глазах общественности и, следовательно, повышения уровня продаж

Данная дипломная работа предусматривает решение следующих ЗАДАЧ:

- ▣ - изучение связи с общественностью, как элемента маркетинговых коммуникаций;
- ▣ - исследование деятельности предприятия по формированию положительного имиджа;
- ▣ - формирование рекомендаций по подготовке и проведению PR-кампании с целью повышению уровня продаж на примере гостиницы «Дублин».





Дипломная работа состоит из 3 разделов:

1 Связи с общественностью как элемент маркетинговых коммуникаций.

2 Деятельность предприятия по формированию положительного имиджа.

Смыслом и целью всех мероприятий по PR на практике остаются улучшение репутации и повышение популярности предприятия.

Главная задача PR, рекламы и маркетинга в целом состоит в формировании позитивного отношения клиента, ведущего к его действию, т.е. приобретению гостиничной услуги и становлению постоянным гостем.

Основные PR-решения
гостиничного
предприятия в сфере
маркетинга:

- публикации,

- мероприятия,

- новости,

- выступления,

- участие в
общественной
деятельности



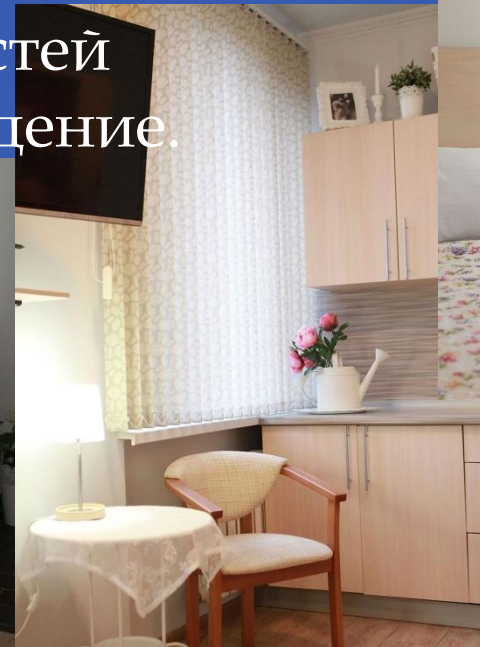
Технологии Паблик рилейшнз (PR-технологии) – это технологии, которые позволяют потребителю формировать общее мнение о гостиничном предприятии, её продукции и



Задача PR состоит в том, чтобы наладить взаимопонимание, положительное отношение и доверие клиента к предложению гостиничного предприятия на длительную перспективу.

Речь идет о формировании в глазах общественности положительного имиджа, хорошей репутации и уважения к предприятию. Именно поэтому, анализ маркетинговой PR-деятельности является **АКТУАЛЬНЫМ** направлением дипломного исследования.

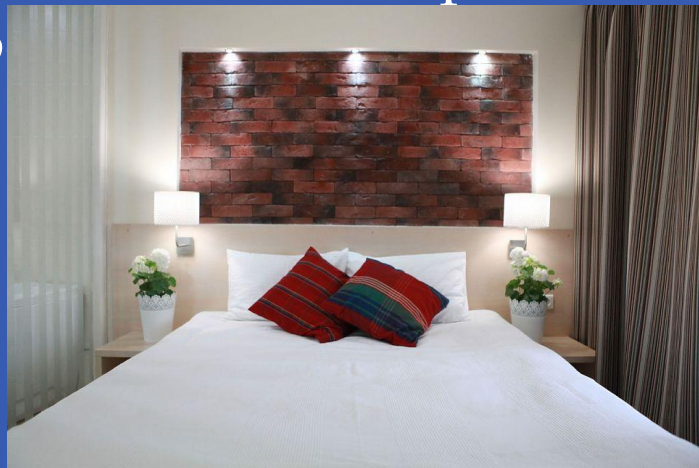
Гостиница «Дублин» находится в центральной части города. Посетителям предлагается жилье, оснащенное комфортабельной мебелью в классическом стиле. Кроме того к услугам гостей бесплатный интернет и телевидение.



Гостиница предоставляет возможность гостям поселиться в номерах разного типа и вместительности. Кроме двухместных комнат, в гостинице имеются и такие, что подойдут для семьи или компании, что состоит из трех, четырех человек. Не зависимо от типа, все номера оснащены санузлом, телевидением и другими удобствами.

Сильные маркетинговые стороны гостиницы «Дублин»:

- привлекательная ценовая политика администрации гостиницы;
- повышение качества услуг на протяжении последних лет;
- удобное расположение здания гостиницы относительно центра города;
- известность предприятия, приобретенная через постоянных клиентов;
- наличие доброжелательного и



Мероприятия по PR внутри предприятия

преследуют две цели:

- 1) создание позитивных PR отношений среди сотрудников;
- 2) доверие и взаимопонимание в отношениях менеджера и сотрудников.



Среди средств внутренней коммуникации по формированию имиджа гостиницы «Дублин», можно выделить:

- корпоративную культуру,
- кадровую политику компании,
- средства мотивации сотрудников и повышения их квалификации,
- социально-психологический климат

Разработать корпоративный стандарт поведения сотрудников гостиничного предприятия.

Проводить мероприятия по управлению мотивацией сотрудников. Проводить конкурсы:

- «Лучший сотрудник месяца»,
- «Лучший сотрудник года».

Внедрить систему материальных и моральных поощрений. Награждение сотрудников следует производить по итогам конкурсов, стажа работы



Установление PR вне предприятия предполагает установление отношений с потенциальными клиентами, СМИ, с туристскими партнерами, поставщиками, государственными структурами.





Перечень PR-акций гостиницы «Дублин»:

- разного рода благотворительные мероприятия;
- организация в гостинице выставок (искусство, косметика);
- проведение детских карнавалов;
- музыкальные вечера в гостинице;
- совместное приготовление блюд под руководством вашего шеф-повара;
- «курсы домохозяек» (готовим десерт);
- всевозможные дискуссии, симпозиумы, юбилеи, представления

Своевременно размещать рекламу о мероприятиях

развлекательного характера, проводимых в гостинице гостиницы «Дублин».

Повысить эффективность работы Интернет-сайта. Сайт

должен содержать информацию о наличии свободных номеров, возможности их on-line бронирования.



Повысить качество прямой адресной рассылки.

Оформление информации для рассылки клиентам необходимо производить на фирменных бланках и рассылать в фирменных конвертах.

Создать презентационный видеофильм о гостинице

«Дублин». Видеофильм поможет наглядно презентовать гостиницу и ее услуги на выставках, презентациях



Выполнение перечисленных рекомендаций поможет повысить узнаваемость гостиницы «Дублин», благодаря эффективной маркетинговой деятельности гостиница будет восприниматься, не только как предприятие, предоставляющее ночлег, а как комплекс с широким спектром услуг для отдыха и бизнеса.



Спасибо за
внимание!