

**Министерство образования и науки Республики Казахстан**

**Актюбинский университет имени С. Баишева**

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА**

**На тему: «Особенности рекламы в индустрии туризма»**

**по специальности 5В090200 – «Туризм»**

**Выполнил**

**Зулкашев А.С.**

**Научный руководитель  
к.э.н., Ph.D., доцент**

**Жумагалиева Б.З.**

**Актобе 2016**

# Содержание

- Новизна: **исПОЛЬЗОВАНИЕ** рекламы в Актобе;
- Углубление исследования: влияние рекламы на развитие туристического бизнеса;
- Недостатки в рекламной деятельности. Предложения по их устранению на примере “Be Star Travel”;
- Роль рекламы. Интернет реклама;
- Потребитель → Посредник → Турфирма;
- Рекламы способствуют не только формированию, но и управлению спросом.

**Реклама**

```
graph TD; A[Реклама] --- B[Макро уровень]; A --- C[Микро уровень]; A --- D[Имидж]; D --- E[Брендинг];
```

**Макро  
уровень**

**Микро  
уровень**

**Имидж**

**Брендинг**

- Неличный характер рекламы по отношению к потенциальному клиенту;
- Неопределённость эффекта воздействия → Обратная связь → Анализ дальнейших действий;
- Впечатление. Его влияние на вторичные потребительские решения;
- Проекты, акции рекламы, не связанные с услугами турфирм.