

2016

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью  
Кафедра конфликтологии, связей с общественностью и  
журналистики  
Института международных отношений

## АННОТАЦИЯ

**Выпускная квалификационная работа на тему:** «PR-технологии как инструмент продвижения услуг гостиничного бизнеса в Интернете (на примере спа-отеля «Хаят», г. Пятигорск)»

**Автор:** Горлов М. В.

**Научный руководитель:** Гикис Светлана Николаевна

**Организация-заказчик:** Общество с ограниченной ответственностью «Прогресс»

Стр.74, библиограф. назв. 90.

Ключевые слова: PR-технологии, концепция Web 2.0, концепция PR 2.0, PR-продвижение, управление репутацией, системы бронирования, интернет-каталоги, социальные сети, E-mail-рассылки, лидогенерация, SEO, SMO.

**Актуальность темы исследования.** Использование PR-технологий для продвижения товаров и услуг в сети Интернет представляет собой важную составляющую маркетинговой деятельности современной фирмы. Интернет-среда является динамично развивающейся, в российском сегменте Интернета из года в год увеличивается число людей, использующих сайты компаний и социальные сети для поиска информации о товарах и услугах. По этой причине все большее количество фирм обращаются к осуществлению продвижения своих товаров и услуг через Интернет.

**Цель исследования.** Выявить особенности применения интернет-технологий PR в гостиничном бизнесе (на примере спа-отеля «Хаят», г. Пятигорск).

**Задачи.** Реализация заявленной цели обусловила постановку и решение следующих задач:

- охарактеризовать концепции Web 2.0 и PR 2.0, роль и место PR в стратегиях интернет-продвижения товаров и услуг;
- исследовать интернет-технологии PR и их назначение в современном гостиничном

бизнесе;

- провести комплексный анализ представления спа-отеля «Хаят» в Интернете (в т.ч. позиций сайта отеля в поисковых системах, качества работы с социальными сетями, использования каталогов);

- разработать программу оптимизации PR-работы по интернет-продвижению спа-отеля «Хаят» и представить ее в качестве итогового проекта

**Теоретико-методологические основы исследования.** Для решения задач дипломного исследования были выбраны такие общенаучные методы, как анализ и синтез, индуктивный, методы обобщения, абстрагирования, сравнительного анализа.

Кроме того, в работе использовались такие частнонаучные методы социальных наук, как количественный и качественный контент-анализ интернет-представительств спа-отеля «Хаят» в разных социальных сетях, анализ данных поисковых систем, SEO-аудит официального сайта спа-отеля «Хаят».

**Результаты исследования.** В проведенном дипломном исследовании были решены все поставленные задачи.

**Рекомендации.** Проект программы оптимизации PR-работы по интернет-продвижению спа-отеля «Хаят» представляет собой комплекс рекомендаций по использованию пяти интернет-технологий PR для укрепления положительного имиджа спа-отеля, установления устойчивых связей между отелем и целевой аудиторией через официальный сайт спа-отеля «Хаят», его страницы в системах онлайн-бронирования, его представительства в четырех крупных социальных сетях, отзывы в интернет-каталогах и организацию E-mail-рассылки.