

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:**

«Сетевой PR и сетевая реклама в продвижении  
имиджа туристического оператора  
(на примере деятельности фирмы ООО «РосТ»)

**Автор:** Волынский Г.А.

**Научный руководитель:**

Ануфриенко Светлана Викторовна

Стр. 66, библиограф. назв. 69.

Ключевые слова: сетевой PR, сетевой имидж, имидж коммерческой организации, эффективное функционирование организации.

**Актуальность темы исследования** продиктована тем, что для туристической организации в сегодняшних условиях жёсткой конкуренции крайне важно сохранить привлекательность и индивидуальность. В общественном сознании все сильнее закрепляется представление об имидже фирмы как об определенной ценности, от которой зависит успешность деятельности. Поэтому туристической фирме необходимо иметь позитивный имидж с репутацией объективных и достоверных источников информации или хотя бы стремиться к этому. К сожалению, вопросы имиджа российских и в особенности региональных сетевых средств массовой информации мало изучены, потому им необходимо уделить особое внимание. Проблема в создании положительного имиджа компании в том, что восприятие объекта общественностью часто отличается от восприятия объектом самого себя. Особенно актуальна эта проблема в отечественном бизнес-сообществе. На сегодняшний день очевидно, что успешная деятельность организации во многом зависит от качества её взаимодействия с общественностью. Всё большее количество предпринимателей приходят к выводу, что компания, опирающаяся на сплочённый коллектив, который состоит из единомышленников, развивается динамичнее, становится конкурентоспособнее и вносит весомый вклад в жизнь общества.

**Цель исследования** является технология продвижения сетевой PR и сетевой рекламы в продвижении имиджа компании.

Достижение поставленной цели предполагает постановку и решение следующих **задач:**

- изучить специфику создания виртуального имиджа коммерческой организации;
- определить особенности сетевого PR и сетевой рекламы как вариантов продвижения туристических услуг;
- провести анализ организационно-правового и финансового статуса туристической фирмы ООО «РосТ» как факторов формирования имиджа туристической фирмы ООО «РосТ»;
- разработать проект по применению сетевого PR, сетевой рекламы и сопутствующих внесетевых методов продвижения в деятельности фирмы ООО «РосТ», выдвинуть предложения и рекомендации.

**Результаты исследования.** Формирование имиджа компании, конструирование положительной известности её руководству, придание деятельности общественно значимого смысла – всё это относится к задачам PR. Значительное количество PR-кампаний проводятся именно для того, чтобы создать позитивный имидж объекта. Вместе с тем, принимая во внимание проведенную работу по созданию сетевого PR и сетевой рекламы, нами разработана технология продвижения сетевого PR и сетевой рекламы в продвижении имиджа компании. Мы считаем, что при осуществлении предложенной программы улучшения корпоративного сетевого имиджа с практически гарантированной вероятностью ожидается увеличение объема продаж, поскольку повысится узнаваемость и известность фирмы, и соответственно вырастет и объем приобретаемых услуг.