

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

*“Управління іміджем туристичного
підприємства”*

Керівник роботи:

Клімова А.М.

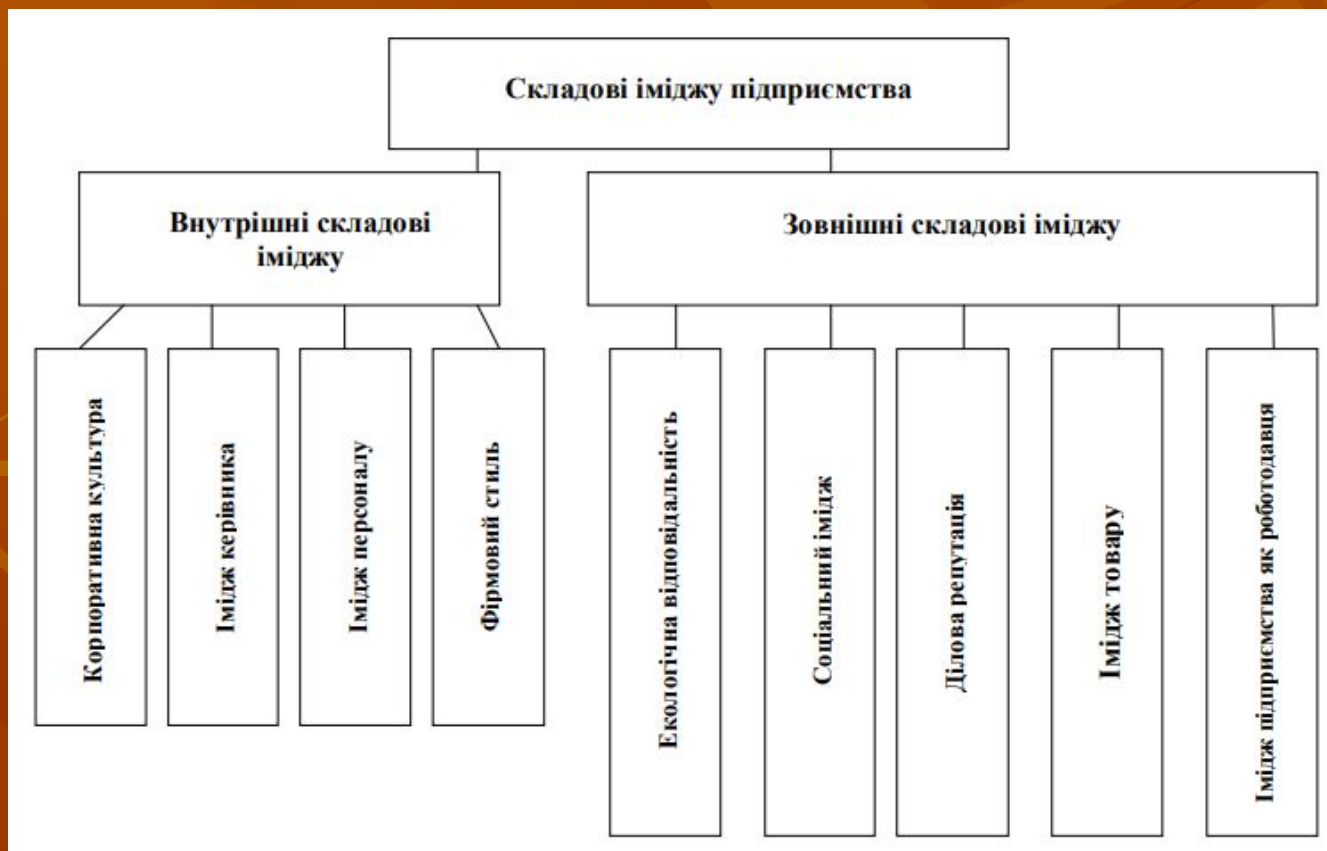
Виконав:

Шупта Є.Р.

Основні аспекти іміджу підприємства



Структура іміджу туристичного підприємства



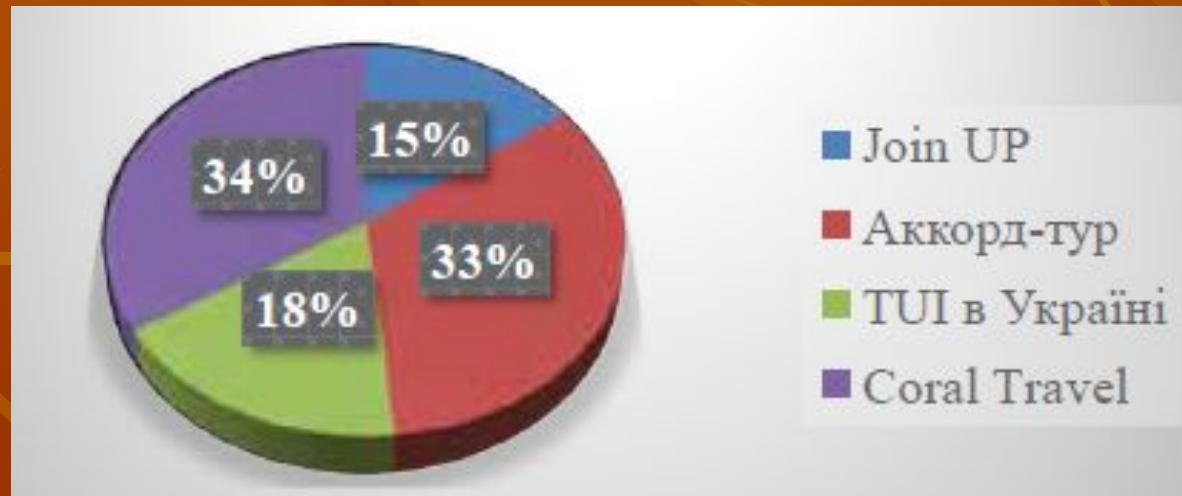
Логотип ТОВ «Корал Тревел» м. Київ



Робота туристичних підприємств в Instagram протягом 2020 року

Назва підприємства	Кількість учасників, тис. осіб	Привабливість, %	Товариськість, %	Денна залученість учасників, %
Корал Тревел	71,7	0,25	0,008	5,52
Join UP	31,5	0,93	0,15	11,3
Аккорд-тур	70,7	1,1	0,02	8,7
TUI в Україні	37,3	0,27	0,004	4,42

Частка читачів, які стежать за офіційними сторінками туристичних підприємств в Instagram



Середнє число лайків усіх дописів протягом 2020 року



Середня кількість відвідувань сторінки в Instagram протягом дня



Робота туристичних підприємств у Facebook протягом 2020 року

Назва підприємства	Кількість підписників в Facebook, тис. осіб	Привабливість, %	Товариськість, %
Корал Тревел	108,7	0,04	0,009
Join UP	45,4	0,09	0,04
Аккорд-тур	430,3	0,05	0,007
TUI в Україні	149,3	0,02	0,003

SWOT-аналіз ТОВ «Корал Тревел» м. Київ

Слабкі сторони:	Сильні сторони:
– слабкі канали збуту; – ціни; – асортимент; – залежність від роботи кожного співробітника; – вплив сезонності на прибуток компанії.	– наявність великої кількості фінансових ресурсів; – високі професійні навички співробітників; – багаторічний досвід; – якість обслуговування; – якісний турпродукт; – імідж та репутація компанії
Загрози:	Можливості:
– спад економіки; – нестабільний курс валюти; – зниження платоспроможності; – часта зміна смаків клієнтів.	– вихід на новий ринок; – можливість зниження ціни; – збільшення темпів росту ринку; – обслуговування додаткових груп клієнтів.

Аналіз сайту ТОВ «Корал Тревел» м. Київ

№	Критерій	Оцінка
1.	Єдиний стиль	+
2.	Навігація по сайту	+
3.	Наповненість	+
4.	Наявність цікавих статей, зображень	+
5.	Функціональність	+
6.	Чи всі посилання працюють?	+

Медіаплан рекламної кампанії ТОВ «Корал Тревел» на січень 2022 року

Дата трансляції ролика на телеканалі 1+1	Час трансляції ролика на телеканалі 1+1	Тривалість рекламного ролика	Ціна за 1 сек.	Бюджет, грн.
5 січня (середа)	18 ⁰⁰	5 сек.	950,00	4750,00
9 січня (неділя)	19 ³⁰	5 сек.	1150,00	5750,00
13 січня (четвер)	20 ⁰⁰	5 сек.	950,00	4750,00
15 січня (субота)	18 ⁰⁰	5 сек.	1150,00	5750,00
19 січня (середа)	20 ⁰⁰	5 сек.	950,00	4750,00
21 січня (п'ятниця)	19 ⁴⁰	5 сек.	950,00	4750,00
23 січня (неділя)	18 ³⁰	5 сек.	1150,00	5750,00
25 січня (вівторок)	20 ³⁰	5 сек.	950,00	4750,00
Разом:	-	-	-	41000,00

Розрахунок медіастратегії ТОВ «Корал Тревел» м. Київ на 2022 рік

Рекламний засіб	Матеріальні складові витрат медіастратегії		Розрахунок витрат, враховуючи регулярність виходу	
	Витрати	Вартість, грн.	Деталі	Сума, грн.
Реклама на транспорті	Оформлення одного авто	300	300 * 6 авто	1800
Реклама в метро	Вартість оформлення одного електропоїзду	20000	20000 * 2	40000
Розміщенні білбордів	Розміщення одного білборду	850	850 * 6 грн. – 3 місяці	15300
Підтримка сайту	Виведення у перші рядки при пошуку в Інтернеті	1000	1000 * 3 місяці	3000
Реклама на моніторах, POS-матеріали	вихід рекламного ролику кожні 20 хв.	1500	1500 – 3 місяці	4500
Реклама на телебаченні	акція	100		1000
	вихід відеоролику 5 разів на день	15000	15000 – 2 місяці	30000
Загальна вартість витрат				95600



ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!