

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА

на тему:

**«Просування закладів готельно-ресторанного бізнесу у соціальних
мережах»**

(за матеріалами готелю «Палаццо»)

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ГРС-20-1
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Куруляк Є.С.

Керівник: Сергєєва О.Р., канд. держ. упр. доцент

м. Дніпро
2024

АНОТАЦІЯ

Куруляк Є.С. ПРОСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Об'єкт дослідження: готельно-ресторанний бізнес, зокрема готель «Палаццо», та його просування в соціальних мережах.

Предмет дослідження: методи та стратегії просування готелю «Палаццо» в соціальних мережах.

Мета роботи: дослідження та аналіз ефективних методів та стратегій просування готельно-ресторанного бізнесу у соціальних мережах на прикладі готелю «Палаццо».

Одержані висновки та їх новизна: досліджено та запропоновано систему покращень просування готелю «Палаццо» в соціальних мережах з метою підвищення його конкурентоспроможності. Запропоновані заходи включають в себе покращення стратегій просування в Instagram та Facebook, а також впровадження посади менеджера з Інтернет-контенту та просування, що сприятиме підвищенню впізнаваності готелю та збільшенню доходів. Оцінка ефективності показала, що плановані заходи можуть призвести до зростання доходу готелю на 16,0%.

Результати дослідження сприятимуть підвищенню ефективності маркетингових зусиль готелю «Палаццо» та інших закладів готельно-ресторанного бізнесу, які бажають використовувати соціальні мережі для просування.

Дипломна робота: 61 с., 12 рис., 12 табл., 24 джерела.

Ключові слова: соціальні мережі, просування у соціальних мережах, соціальні мережі для бізнесу, індустрія гостинності, готель, маркетинг-менеджмент.

SUMMARY

Kuruliak.Y. PROMOTION OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN SOCIAL NETWORKS

Object of research: hotel and restaurant business, in particular the Palazzo Hotel, and its promotion in social networks.

Subject of research: methods and strategies for promoting the Palazzo Hotel in social networks. *Purpose:* to study and analyze effective methods and strategies for promoting the hotel and restaurant business in social networks on the example of the Palazzo Hotel.

Conclusions and novelty: the system of improvements to the promotion of the hotel «Palazzo» in social networks in order to increase its competitiveness is studied and proposed. The proposed measures include improving the promotion strategies on Instagram and Facebook, as well as introducing the position of Internet content and promotion manager, which will help to increase the hotel's awareness and increase revenues. The effectiveness assessment showed that the planned measures could lead to a 16.0% increase in hotel revenue.

The results of the study will help to increase the effectiveness of marketing efforts of the Palazzo Hotel and other hotel and restaurant establishments wishing to use social media for promotion. Diploma thesis: 61 p., 12 figures, 12 tables, 24 sources.

Keywords: social networks, promotion in social networks, social networks for business, hospitality industry, hotel, marketing management.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЮ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	9
1.1. Соціальні мережі як сучасний інструмент маркетингу.....	9
1.2. Особливості просування готельно-ресторанного бізнесу в соціальних мережах.....	15
1.3. Методи та стратегії просування в соціальних мережах.....	19
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «ПАЛАЦЦО» У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	28
2.1. Загальна характеристика діяльності готелю « Палаццо»	28
2.2. Методи просування готелю «Палаццо».....	35
2.3. Аналіз діяльності готелю в соціальних мережах.....	39
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ЗА ДОПОМОГОЮ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ГОТЕЛЮ «ПАЛАЦЦО»	44
3.1. Пропозиції щодо покращення присутності готелю «Палаццо» в соціальних мережах.....	44
3.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів.....	52
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59