

Актуальность

Поскольку туристические услуги, в отличие от товаров, неосвязаемы, они требуют приоритетного развития функций информирования и убеждения общества в приобретении услуги, что делает рекламу эффективным инструментом в сфере туризма.

Цель

Определить место рекламы в туризме, её эффективность.

Задачи

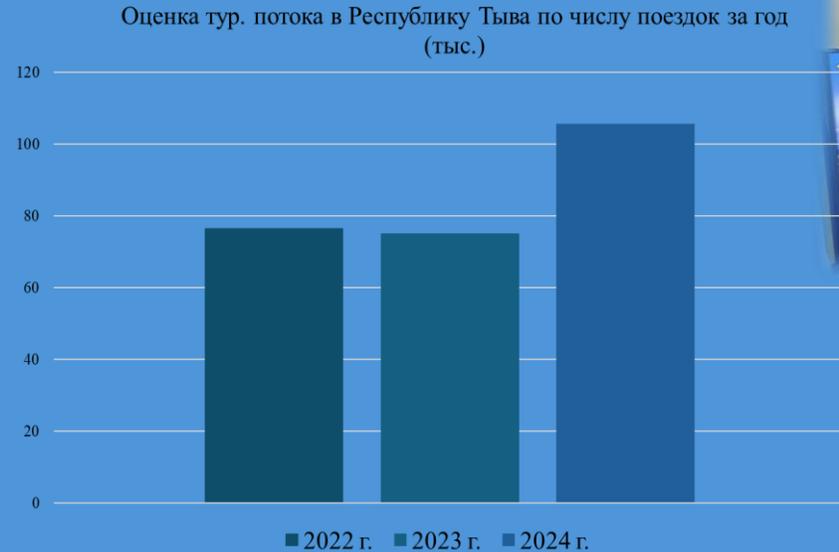
- 1) Рассмотреть основные черты рекламы в туризме.
- 2) Провести анализ турпотока и рекламной компании республики.
- 3) Изучить инновационные технологии в рекламе и способы их применения в регионе.

Методы исследования

Анализ
Классификация
Систематизация архивных данных

Реклама как инструмент повышения потенциала индустрии туризма и гостеприимства

Саая Аиша, 3 курс, гр. ТБ-31, СибУПК г. Новосибирск
Науч. рук.: Степанова А. Г. Старший преподаватель СибУПК



Ключевые технологии: онлайн-приложения, виртуальные туры и выставки, видео в соц. сетях



Важность применения инноваций в рекламе

- Повышение узнаваемости региона как уникального направления
- Привлечение туристов
- Повышение доходов местных жителей за счёт продажи туров

Рекомендации

1. Уникальность региона с его природными ресурсами может привлечь клиентов, но требует аккуратной презентации.
2. Инфраструктурные ограничения влияют на формат рекламы, нужно давать реалистичные ожидания.
3. Определение целевой аудитории: любители природы, экстремального и спортивного туризма и т.д.
4. Качественные фото/видео, история и культура, честные отзывы туристов.