ВСТУП................................................................................................................... РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ..................................

1.1. Формування системи інтегрованих маркетингових комунікацій........

1.2. Сутність, принципи, функції та різновиди реклами…………………..

1.3. Процес формування рекламної діяльності на ринку туристичних послуг..................................................................................................................

Висновки до розділу 1......................................................................................

РОЗДІЛ 2. ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ…………

2.1. Вплив факторів-тенденцій на процес організації ефективної рекламної кампанії підприємствами.................................................................

2.2. Значення факторів непрямої дії при стимулюванні розвитку господарської діяльності суб'єктів туристичного ринку................................

2.3. Визначення факторів прямого впливу туристичного підприємства……

Висновки до розділу 2......................................................................................

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.........

3.1. Оцінка туристичного потенціалу та його значення при плануванні рекламної діяльності підприємства ……………............................................

3.2. Планування основних показників туристичного ринку та визначення пріоритетних напрямів розвитку діяльності підприємств..............................

3.3. Вдосконалення механізму формування рекламної діяльності туристичних організацій....................................................................................

Висновки до розділу 3........................................................................................

ВИСНОВКИ..........................................................................................................

ДОДАТКИ.............................................................................................................

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОКВИКОРИСТАНИХДЖЕРЕЛ

АвансДжРБермакБМаркетинг–МСирин–с

АкадемиярынкамаркетингАДайанФБуккерельПЛанкаридрПерсфр–МЭкономика–с

АкуличИЛДемченкоЕВОсновымаркетинга–еиздиспр–МнВысшейшк–с

АлександроваАЮМеждународныйтуризм–МАспектПресс

–с

АльфредКусОсновымаркетингаПерснемПодред

АФПавленко–КНКЭУ–с

АмблерТПрактическиймаркетингПерсанглИПетровой

ВВасильевойПодобщредЮНКаптуревского–СПбПитер

–с

АналітичназапискапростантаперспективирозвиткутуризмувУкраїні–КДержтурадміністраціяУкраїни–с

АндрееваОДТехнологиябизнесаМаркетингУчебПособ

ОДАндреева–МДело–с

АссельГМаркетингпринципыистратегии–МИнфраМ–с

БарканДИМаркетингдлявсехБеседыдляначинающих–ЛКультинформпресс–с

БарканДИУправляемфирмойвусловияхрынкамаркетинг–ключкуспеху–ЛАКВИЛОН–с

БасовскийЛЕМаркетингкурслекцийЛЕБасовский–М

ИНФРАМ–с

БатраРМайерсДДжАакерДАРекламныйменеджментПерс

англ–МВильямс–с

БашировИХКоноплевВТПрактическиймаркетинг–ДонецкЮгоВосток–с

БелявцевМИИваненкоЛММаркетингУчебпособ–Донецк–с

БелявцевМІШестопаловаЛВІнфраструктуратоварногоринку–КЦНЛ–с

БиржаковМБВведениевтуризм–СПбИздторгдомГерда–с

БобровВБАнглорусскийсловарьпорекламеимаркетингутерминов–МРУССО–с

БобровВЯОсновиринковоїекономіки–КЛибідь–с

БовеКЛСовременнаярекламаПерсанглОАФеофанова–ТольяттиИзддомДовгань–с