

АННОТАЦИЯ

Выпускная квалификационная работа на тему:
«Повышение эффективности применения социальных
PR-технологий в сфере малого бизнеса»

Автор: Пухаев А.Р.

Стр.67, библиограф. назв. 65.

Актуальность темы исследования. Изучение роли социальных PR-технологий в развитии и повышении эффективности бизнеса обусловлено на данный момент рядом обстоятельств: во-первых, в последнее десятилетие все отчетливее проявляется трансформация общественных ценностей, что, по сути, является следствием формирования новой идеологии, направленной на образование гражданского общества со свойственными ему приоритетами конструирования социально-экономической реальности; во-вторых, смена парадигмы концепции устойчивого развития предприятий, вызванная мировой экономической рецессией, ужесточение конкуренции на мировых и внутренних рынках требует от организаций поиска новых конкурентных преимуществ, связанных с репутационным потенциалом компании; наконец, динамично меняющиеся условия бизнес-среды требуют от компаний при проектировании траектории своего развития учитывать ожидания и интересы всех стейкхолдеров (государство, общественные и политические организации, партнеры и дистрибьютеры, конкуренты), что может обеспечить значительный социально-экономический эффект государству, обществу и предпринимательству при их партнерском взаимовыгодном сотрудничестве.

Цель работы - комплексный анализ специфики применения социальных PR-технологий в сфере малого бизнеса.

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

1. выявить преимущества применения социальных PR-технологий как фактора обеспечения конкурентоспособности компании;
2. систематизировать ключевые основы и способы репрезентации социального PR в отечественной и западной практике;
3. описать текущую политику продвижения туристического агентства «Глобус Туриста»;
4. предложить комплекс рекомендаций по приращению репутационных активов регионального туристического агентства «Глобус Туриста» средствами социального PR.

Результаты исследования. При наличии у турфирм одинакового спектра предложений, маркетинговых бонусов, качества обслуживания, возможности незатратного продвижения своих услуг в социальных сетях игроки туристического рынка вынуждены искать нестандартные формы позиционирования и продвижения. Именно поэтому в качестве концептуального решения по оптимизации стратегии продвижения туристического агентства «Глобус Туриста» нами выбран социальный PR.

Так, в частности мы предлагаем следующее: привлечение персонала агентства в участии социально значимых мероприятиях регионального и городского уровня, реализация благотворительной деятельности, сотрудничество с благотворительными фондами, внедрение практики венчурной филантропии, волонтерская практика по сохранению культурно-исторического наследия региона.

Ключевые слова: социальный PR, стратегии продвижения.