

РЕФЕРАТ

Тема выпускной квалификационной работы: «Корпоративный блоггинг как PR-технология в гостиничном бизнесе (на примере гостиничного комплекса «Затерянный рай у Машука» г. Пятигорск)».

Автор работы: Исаханян Мария Аркадьевна

Научный руководитель: доктор философских наук, доцент кафедры ТиГС Л.А. Бурняшева.

Актуальность темы исследования. Фирменный стиль предполагает использование единых принципов оформления и цветового решения для интерьеров, аксессуаров, всех форм рекламы и продвижения, деловой документации.

Актуальность данной работы заключается в том, что разработка и продвижение фирменного стиля является насущной проблемой для российских гостиничных предприятий.

Цель работы: рассмотрение корпоративного блоггинга как PR-технологии в гостиничном бизнесе; разработка рекомендаций по созданию корпоративного блоггинга как PR-технологии в гостиничном комплексе «Затерянный рай у Машука».

Задачи:

- Выявить сущность и рассмотреть понятие корпоративного блоггинга.
- Рассмотреть разновидности корпоративных блогов и аспекты их применения в гостиничном бизнесе.
- Ознакомиться с корпоративным блоггингом как PR-технологией в гостиничном бизнесе.
- Дать общую характеристику гостиничному комплексу «Затерянный рай у Машука».
- Проанализировать практический опыт PR-деятельности в гостиничном комплексе «Затерянный рай у Машука».
- Дать рекомендации по созданию корпоративного блоггинга как PR-технологии в гостиничном комплексе «Затерянный рай у Машука».

Теоретико-методологической основой исследования. В целях достижения основных поставленных задач было изучено значительное количество научной литературы по теме исследования. Значительная часть источников по рекламе и PR содержится в различных Интернет-ресурсах, специализированных и общеэкономических.

Методы проведения исследования: описание, сравнение, анализ, синтез. При написании работы были использованы фактические данные по исследуемой проблеме; данные, полученные в результате проводимых

автором работы исследований.

Эмпирические основы исследования явились труды отечественных и зарубежных ученых в сфере изучения корпоративного блоггинга как PR-технологии в гостиничном бизнесе, нормативные документы, а также материалы, полученные автором в период прохождения преддипломной практики. При написании работы использовались труды исследователей по менеджменту, экономической теории, социологии, психологии и теории управления, монографии и научные статьи в периодических изданиях.

Результаты исследования. Мы предлагаем создать корпоративный блог как PR-технологии в гостиничном комплексе «Затерянный рай у Машука». Преимущества такого ресурса очевидны: популярный блог будет генерировать реальные звонки, заявки, привлекать внимание подписчиков. Профессионально оформленный ресурс позволит завоевать расположение аудитории, получить признание и репутацию эксперта в гостиничной сфере.

Рекомендации. В результате проведенного анализа PR деятельности гостиничного комплекса, нами была предложена пошаговая инструкция по созданию корпоративного блога как PR-технологии отеля «Затерянный рай у Машука»:

1. Поддержка руководства – ключ к популярности в сети.
2. Заинтересованность коллег.
3. Совместный поиск контент-идей.
4. Индивидуальный вклад каждого сотрудника.
5. Создание авторской группы.
6. Редакционный календарь.
7. Анализ эффективности.
8. Как не надо: ошибки при ведении корпоративного блога.
9. Становитесь лидером.
10. Интеграция проекта в систему продаж.
11. Ожидание «подходящей» темы.
12. Экспертный контент нужно дополнять релевантной информацией.
13. Информационные письма руководителю и специалистам.

