

УДК 659.1 (075.8)

**МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ
КАМПАНИИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Артемова Е.Н., Толокова Т.В.

ФГОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК», г. Орел, Россия

Быстрые темпы роста и постоянное совершенствование рынка туристических услуг хорошо известны. Являясь частью сферы услуг в экономике страны, индустрия туризма представляет собой один из наиболее быстро развивающихся секторов экономики. В развитых странах доходы от туристской деятельности составляют от 5% валового внутреннего продукта, около 6% валового национального продукта. В сферу туризма привлечено 7% мировых инвестиций. На оплату туристских услуг приходится 11% мировых потребительских расходов. Успех деятельности предприятия во многом зависит от тщательно продуманной рекламной политики, хорошо разработанного плана действий.

С усилением конкуренции в рыночных условиях значение рекламы для туристской сферы деятельности возрастает. Более сложный рынок требует