

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
Кафедра международного туризма

Аннотация дипломной работы

**Событийный маркетинг в сфере гастрономического туризма (на
примере Республики Беларусь и США)**

Шекало Виолетта Леонидовна

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор
Давыденко Л. Н.

Минск, 2023

Аннотация

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, 8 иллюстрации, 7 таблиц, 4 приложения, списка использованных источников. Общий объем работы составляет 82 страниц. Список использованных источников занимает 5 страниц и включает 51 позицию.

2. Перечень ключевых слов

Событийный маркетинг, гастрономический туризм, продвижение мероприятий, пиар, инструменты пиара, связи с общественностью, брендинг дестинаций, интернет-маркетинг.

3. Текст аннотации

Объект исследования – событийный маркетинг.

Цель исследования – исследовании и изучении продвижения гастрономического туризма с помощью стратегий событийного маркетинга.

Методы исследования: описание, сравнение, статистический и системный анализ, классификация, проектирование и прогнозирование, SWOT-анализ, анализ литературы отечественных и зарубежных авторов по экономике и маркетингу, обобщение опыта специалистов по событийному маркетингу и гастрономическому туризму.

Полученные итоги и их новизна: в работе проведен анализ как национального, так и международного опыта продвижения гастрономического туризма с помощью инструментов событийного маркетинга, в особенности- продвижения в интернет-среде и проведения событийных мероприятий, определены перспективы и направления совершенствования событийного маркетинга в сфере гастрономического туризма.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы. Использованные материалы и результаты дипломной работы являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно. Достоверность определяется самостоятельно собранными фактическими данными и использованием общепринятых и научно обоснованных методов анализа привлеченных данных.

Рекомендации по использованию результатов работы: разработанный перечень рекомендаций по совершенствованию событийного маркетинга в сфере гастрономического туризма может быть использован для дальнейшего исследования и внедрения представителями местных сообществ, бизнеса, сотрудниками сферы туризма, а также в практической деятельности органов государственного и хозяйственного управления в сфере гастрономического туризма.

Анатацыя

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з зместа, рэферата дыпломнай працы, ўвядзення, трох кіраўнікоў, заключэння, 8 ілюстрацыі, 7 табліц, 4 прыкладання, спісу выкарыстаных крыніц. Агульны аб'ём працы складае 82 старонак. Спіс выкарыстаных крыніц займае 5 старонак і ўключае 51 пазіцыю.

2. Пералік ключавых слоў

Падзейны маркетынг, гастранамічны турызм, прасоўванне мерапрыемстваў, піяр, інструменты піяру, сувязі з грамадскасцю, брэндынг дэсталяцый, Інтэрнэт-маркетынг.

3. Тэкст анатацыі

Аб'ект даследавання-падзейны маркетынг.

Мэта даследавання-даследаванні і вывучэнні прасоўвання гастранамічнага турызму з дапамогай стратэгіі падзейнага маркетынгу.

Метады даследавання: Апісанне, параўнанне, статыстычны і Сістэмны аналіз, класіфікацыя, праектаванне і прагназаванне, SWOT-аналіз, аналіз літаратуры айчынных і замежных аўтараў па эканоміцы і маркетынгу, абагульненне вопыту спецыялістаў па падзейнаму маркетынгу і гастранамічным турызме.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: У працы праведзены аналіз як нацыянальнага, так і міжнароднага вопыту прасоўвання гастранамічнага турызму з дапамогай інструментаў падзейнага маркетынгу, асабліва - прасоўвання ў інтэрнэт-асяроддзі і правядзення падзейны мерапрыемстваў, вызначаны перспектывы і напрамкі ўдасканалення падзейнага маркетынгу ў сферы гастранамічнага турызму.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы. Выкарыстаныя матэрыялы і вынікі дыпломнай працы з'яўляюцца дакладнымі. Праца выканана самастойна. Дакладнасць вызначаецца самастойна сабранымі фактычнымі дадзенымі і выкарыстаннем агульнапрынятых і навукова абгрунтаваных метадаў аналізу прыцягнутых дадзеных.

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы: распрацаваны пералік рэкамендацый па ўдасканаленні падзейнага маркетынгу ў сферы гастранамічнага турызму можа быць выкарыстаны для далейшага даследавання і ўкаранення прадстаўнікамі мясцовых супольнасцяў, бізнесу, супрацоўнікамі сферы турызму, а таксама ў практычнай дзейнасці органаў дзяржаўнага і гаспадарчага кіравання ў сферы гастранамічнага турызму.

Anotation

1. Structure and scope of the diploma work

The diploma work consists of diploma work assignment, table of contents, diploma work summary, introduction, 3 chapters, conclusion, 8 illustration, 7 tables, 4 addendum and list of references. Total scope of work is 82 pages. The list of references occupies 5 pages and includes 51 units.

2. Keywords

Event marketing, gastronomic tourism, event promotion, PR, PR tools, public relations, destination branding, Internet marketing.

3. Summary text

The object of the research – event marketing.

The purpose of the research – to study and study the promotion of gastronomic tourism with the help of event marketing strategies.

Method of the research: description, comparison, statistical and system analysis, classification, design and forecasting, SWOT analysis, analysis of the literature of domestic and foreign authors on economics and marketing, generalization of the experience of specialists in event marketing and gastronomic tourism.

The results of the work and their novelty. The paper analyzes both national and international experience in promoting gastronomic tourism with the help of event marketing tools, especially promotion in the Internet environment and event events, identifies prospects and directions for improving event marketing in the field of gastronomic tourism.

Authenticity of the materials and results of the diploma work. The materials used and the results of the thesis are reliable. The work was done independently. Reliability is determined by independently collected factual data and the use of generally accepted and scientifically sound methods of analyzing the data involved.

Recommendations on the usage. The developed list of recommendations for improving event marketing in the field of gastronomic tourism can be used for further research and implementation by representatives of local communities, businesses, employees of the tourism sector, as well as in the practical activities of state and economic management bodies in the field of gastronomic tourism.