

**Белорусский государственный университет  
Факультет международных отношений**

**Кафедра международного туризма**

**Реферат дипломной работы  
«Средства повышения эффективности сбытовой  
политики на туристском предприятии (на примере  
ЧТУП «Белюникс»»**

**Воронова Виктория Александровна,  
руководитель Зайцев В.М.**

**2014**

## РЕФЕРАТ

Воронова Виктория Александровна

### **«Средства повышения эффективности сбытовой политики на туристском предприятии (на примере ЧТУП «БелЮникс»)»**

Дипломная работа 72 с., 11 рис., 11 табл., 46 источников.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА, МАРКЕТИНГОВАЯ СБЫТОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ТУРИСТИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Объект исследования: ЧТУП «БелЮникс»

Предмет исследования: процесс планирования и реализации маркетинговой сбытовой политики на туристическом предприятии.

Цель исследования: изучение особенностей планирования и реализации маркетинговой сбытовой политики на предприятиях туристской сферы, повышение эффективности сбытовой политики ЧТУП «БелЮникс».

Методы исследования: описательный метод, метод сравнения и анализа, обобщение, классификация, методы экспертных оценок, системный подход, математический и логический метод, метод анкетирования.

Задачи исследования: рассмотреть особенности использования маркетинга в туризме и сфере услуг; изучить процесс формирования системы маркетинговой политики туристического предприятия; произвести анализ сбытовой политики ЧТУП «БелЮникс»; выявить возможности совершенствования существующей сбытовой стратегии туристического предприятия.

Область применения: в практике работы ЧТУП «БелЮникс».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетный и аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

## РЭФЕРАТ

Воранава Вікторыя Аляксандраўна

### «Сродкі павышэння эфектыўнасці збытавай палітыкі на турыцкім прадпрыемстве (на прыкладзе ПГУП «БелЮныкс»)»

Дыпломная работа 72 с., 11 мал., 11 табл., 46 крыніц.

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЕ ПЛАНАВАННЕ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ПАЛІТЫКА, МАРКЕТЫНГАВАЯ ЗБЫТАВАЯ СТРАТЭГІЯ, ТУРЫСТЫЧНАЕ ПРАДПРЫЕМСТВА, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ.

Аб'ект даследвання: ПГУП «БелЮныкс»

Прадмет даследвання: працэс планавання і рэалізацыі маркетынгавай збытавай палітыкі на турыстычным прадпрыемстве.

Мэта даследвання: вывучэнне асаблівасцяў планавання і рэалізацыі маркетынгавай збытавай палітыкі на прадпрыемствах турыцкай сферы, павышэнне эфектыўнасці збытавай палітыкі ПГУП «БелЮныкс».

Метады даследвання: апісальны метады, метады параўнання і аналізу, абагульненне, класіфікацыя, метады экспертных ацэнак, сістэмны падыход, матэматычны і лагічны метады, метады анкетавання.

Задачы даследвання: разгледзець асаблівасці выкарыстання маркетынгу ў турызме і сферы паслуг; вывучыць працэс фарміравання сістэмы маркетынгавай палітыкі турыстычнага прадпрыемства; зрабіць аналіз збытавай палітыкі ПГУП «БелЮныкс»; выявіць магчымасці ўдасканалення існуючай збытавай стратэгіі турыстычнага прадпрыемства.

Вобласць ужывання: у практыцы работы ПГУП «БелЮныкс».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разліковы і аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

# ABSTRACT

Voronova Victoria Aleksandrovna

**«Means to increase the efficiency of marketing sales policy in the tourist company (on the example of PTUE “BelYuniks”)»**

Diploma work 72p., 11 fig., 11 tables, 46 sources.

MARKETING, MARKETING PLANNING, MARKETING POLICY, MARKETING SALES STRATEGY, TOURIST COMPANY, EFFICIENCY

Object of research: PTUE "BelYuniks"

Subject of research: the planning and implementation of marketing sales policy in the tourist company.

Objective of research: to study the features of planning and implementing marketing sales policy in the enterprises of tourist area, efficiency improvement of marketing policy PTUE "BelYuniks".

Methods: a descriptive method, comparison and analysis, synthesis, classification, methods of expert assessments, systematic approach, mathematical and logical methods, questionnaire.

Objectives: to consider the characteristics of the use of marketing in tourism and hospitality; to study the process of formation of the marketing policy of the tourist enterprise; to analyze sales policy PTUE "BelYuniks"; to identify opportunities to improve the existing marketing strategy tourist enterprise.

Application: in the practice of Private trading unitary enterprise "BelYuniks".

The author confirms that all calculated and analytical material correctly and objectively reflects the state of the investigated process, and all theoretical and methodological principles and concepts borrowed from the literature and other sources are accompanied by references to their authors.