

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма

АННОТАЦИЯ дипломной работы

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО
ПРОДУКТА НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКОВ
(НА ПРИМЕРЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ПАРКА КЕЛЛЕРВАЛЬД-ЭДЕРЗЕ)**

Фёдорова Юлия Валерьевна

Научный руководитель старший преподаватель П.О.Сороко

Минск, 2016

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы.

Объём дипломной работы составляет 67 страниц, работа включает 16 иллюстраций, 11 таблиц, 7 приложений. В ходе написания работы было использовано 26 источников.

2. Перечень ключевых слов.

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ, НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК, ТУРИСТСКИЙ РЫНОК, ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА.

3. Содержание работы

Объектом исследования данной работы является Национальный парк «Келлервальд-Эдерзе» и его туристская деятельность.

Предметом исследования является опыт продвижения туристского продукта Национального парка «Келлервальд-Эдерзе».

Целью дипломной работы является исследование международного опыта продвижения туристского продукта на примере Национального парка «Келлервальд-Эдерзе».

Для реализации поставленной цели было определено значение и особенности маркетинговой деятельности национального парка и исследованы его маркетинговые возможности. Также был охарактеризован туристский продукт национального парка и его позиционирование на рынке. Был исследован Национальный парк «Келлервальд-Эдерзе» как объект продвижения на туристском рынке.

В заключение были предложены возможности использования опыта маркетинговой деятельности Национального парка «Келлервальд-Эдерзе» в практической деятельности по продвижению туристского продукта Национальных парков Республики Беларусь.

В работе использованы общенаучные методы исследования: обобщение, анализ, синтез, сравнение. Также применялись инструменты стратегического менеджмента (построение матрицы Ансоффа).

Практическая значимость дипломной работы заключается в возможности использования полученных результатов для повышения эффективности маркетинговой деятельности Национальных парков Республики Беларусь.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Аб'ём дыпломнай працы складае 67 старонак, праца ўключае 16 ілюстрацый, 11 табліц, 7 дадаткаў. Падчас напісання працы было выкарыстана 26 крыніц

2. Пералік ключавых слоў

МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, ТУРЫСЦКІ ПРАДУКТ, НАЦЫЯНАЛЬНЫ ПАРК, ТУРЫСТСКІ РЫНАК, ПРАСОУВАННЕ ТУРЫСЦКАГА ПРАДУКТА.

3. Змест працы

Аб'ектам даследавання дадзенай працы з'яўляецца Нацыянальны парк «Келлервальд-Эдерзе» і яго турыцкая дзейнасць, а *прадметам* - вопыт прасоўвання турысцкага прадукту Нацыянальнага парка «Келлервальд-Эдерзе».

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца даследаванне міжнароднага вопыту прасоўвання турысцкага прадукту на прыкладзе Нацыянальнага парка «Келлервальд-Эдерзе».

Для рэалізацыі пастаўленай мэты было вызначана значэнне і асаблівасці маркетынгавай дзейнасці нацыянальнага парку і даследаваны яго маркетынжавыя магчымасці. Таксама быў ахарактарызаваны турыцкі прадукт нацыянальнага парку і яго пазіцыянаванне на рынку. Быў даследаваны Нацыянальны парк «Келлервальд-Эдерзе» як аб'ект прасоўвання на турыцкім рынку.

У заключэнне былі прапанаваны магчымасці выкарыстання вопыту маркетынгавай дзейнасці Нацыянальнага парка «Келлервальд-Эдерзе» у практычнай дзейнасці па прасоўванні турысцкага прадукту Нацыянальных паркаў Рэспублікі Беларусь.

У ходзе даследавання былі выкарыстаны агульнанавуковыя метады: абагульненне, аналіз, сінтэз, параўнанне. Выкарыстоўваліся інструменты стратэгічнага менеджменту (матрыца Ансоффа).

Практычная значнасць дыпломнай працы складаецца ў магчымасці выкарыстання атрыманых вынікаў для павышэння эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці Нацыянальных паркаў Рэспублікі Беларусь.

ANNOTATION

1. The structure and volume of the graduate work

The thesis consists of 67 pages, and includes 16 illustrations, 11 tables, 7 applications. Working on the thesis demanded the use of 26 sources.

2. The list of keywords

MARKETING ACTIVITY, TOURISM PRODUCT, NATIONAL PARK, TOUR-ISM MARKET, TOURISM PRODUCT PROMOTION.

3. The text of the abstract

The object of the research is "Kellerwald-Edersee" National Park and its tourism activity, and *the subject* - the experience of promoting "Kellerwald-Edersee" National Park

The objective of the thesis is to study international experience in the promotion of tourist product on the example of the National Park "Kellerwald-Edersee". tourism product.

In order to realize the objective, the value and characteristics of marketing activities of the national park were determined and its marketing capabilities were explored. There was also characterized the tourism product of the national park and its positioning on the market. The National Park "Kellerwald-Edersee" was studied as an object of promotion of the tourism market.

In conclusion, there was offered a possibility of using the experience of the marketing activities of the National Park "Kellerwald-Edersee" in practice in order to promote the tourism product of the National Parks of the Republic of Belarus.

The following research methods were applied: generalization, analysis, synthesis, comparison. The methods of strategic management were also used: strategic Ansoff matrix.

The practical significance of the thesis lies in the possibility of using the results to improve the effectiveness of marketing activities of the National Parks of the Republic of Belarus.