

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

Аннотация к дипломной работе

**МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ТУРИСТСКОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Урбан Кристина Геннадьевна

Научный руководитель
кандидат экономических наук,
доцент О.П. Ефимова-Стадник

Минск, 2017

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа: 62 страницы, 7 рисунков, 11 таблиц, 5 приложений, 48 источников.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ГОСТИНИЧНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, АНАЛИЗ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ.

Объект исследования – гостиничное предприятие «Crowne Plaza Minsk».

Предмет исследования – эффективность проводимой маркетинговой деятельности гостиницы «Crowne Plaza Minsk».

Цель исследования - опираясь на анализ эффективности маркетинговой деятельности отеля «Crowne Plaza Minsk», разработать практические рекомендации по ее повышению.

Для решения поставленных в работе задач использовались следующие методы исследования: анализ, синтез, описание, группировка, системный анализ, обобщение, экономико-статистические методы сбора и обработки информации, традиционные методы обобщения и сравнения.

В процессе работы выполнены следующие исследования и разработки – рассмотрены теоретические аспекты маркетинга в туризме, проведен анализ маркетинговой деятельности гостиницы «Crowne Plaza Minsk» и ее эффективности.

Работа учитывает современные тенденции в развитии маркетинга. Практическая значимость работы заключается в анализе и оценке эффективности маркетинговой деятельности реального гостиничного предприятия и выработке рекомендаций по ее усовершенствованию.

АНАТАЦЫЯ

Дыпломная работа: 62 старонкі, 7 малюнкаў, 11 табліц, 5 прыкладанняў, 48 крыніц.

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, КОМПЛЕКС МАРКЕТЫНГАВЫХ КАМУНІКАЦЫЙ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ, ГАСЦІНІЧНАЕ ПРАДПРЫЕМСТВА, АНАЛІЗ, АЦЭНКА ЭФЕКТЫЎНАСЦІ.

Аб'ект даследавання - гасцінічнае прадпрыемства «Crowne Plaza Minsk».

Прадмет даследавання - эфектыўнасць маркетынгавай дзейнасці, якая праводзіцца ў гасцініцы «Crowne Plaza Minsk».

Мэта даследавання - абапіраючыся на аналіз эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці гатэля «Crowne Plaza Minsk», распрацаваць практычныя рэкамендацыі па яе павышэнню.

Для вырашэння пастаўленых у рабоце задач выкарыстоўваліся наступныя метады даследавання: аналіз, сінтэз, апісанне, групоўка, сістэмны аналіз, абагульненне, эканоміка-статыстычныя метады збору і апрацоўкі інфармацыі, традыцыйныя метады абагульнення і параўнання.

У працэсе работы выкананы наступныя даследаванні і разроботкі - разгледжаны тэарэтычныя аспекты маркетынгу ў турызме, праведзены аналіз маркетынгавай дзейнасці гасцініцы «Crowne Plaza Minsk» і яе эфектыўнасці.

Праца ўлічвае сучасныя тэндэнцыі ў развіцці маркетынгу. Практычная значнасць работы заключаецца ў аналізе і ацэнцы эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці рэальнага гасцінічнага прадпрыемства і выпрацоўцы рэкамендацыі па яе ўдасканаленні.

ANNOTATION

Graduation of work: 62 pages, 7 figures, 11 tables, 5 addenda, 48 sources.

MARKETING, MARKETING ACTIVITY, MARKETING COMMUNICATIONS MIX, EFFICIENCY, LODGING ESTABLISHMENT, ANALYSIS, EFFICIENCY ASSESSMENT.

The object of the research – the «Crowne Plaza Minsk» hotel.

The subject of the research: the effectiveness of marketing activities of the «Crowne Plaza Minsk» hotel.

The purpose of the research - to develop practical recommendations on how to improve the effectiveness of the marketing activities of the «Crowne Plaza Minsk» hotel based on its analysis.

To solve the tasks set in the work, the following research methods were used: analysis, synthesis, description, grouping, system analysis, generalization, economic and statistical methods of information collection and processing, traditional methods of generalization and comparison.

In the course of the work, the following research and development was carried out: theoretical aspects of marketing in tourism were examined, an analysis of the marketing activities of the «Crowne Plaza Minsk» hotel and its efficiency was carried out.

The work takes into account the current trends in the development of marketing. The practical importance of the work lies in the analysis and evaluation of the effectiveness of the marketing activities of a real hotel company and the development of recommendations for its improvement.