

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

Аннотация к дипломной работе

**РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГЕ
ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТАЙМ
ВОЯЖ»)**

Костечко Ирина Валерьевна

Научный руководитель - кандидат экономических наук, доцент М.В. Боровко

Минск, 2017

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объём дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, реферата дипломной работы, введения, трёх глав, заключения, 7 иллюстраций, 10 таблиц, 7 приложений, списка использованных источников. Общий объём работы составляет 70 страниц. Список использованных источников занимает 6 страниц и включает 76 позиций.

2. Перечень ключевых слов

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ, КОМПЬЮТЕРНЫЕ СИСТЕМЫ В МАРКЕТИНГЕ, ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА, ВЕБ-АНАЛИТИКА.

3. Текст реферата

Объект исследования – информационные технологии в маркетинговой деятельности туристского предприятия.

Цель исследования – изучение использования информационных технологий в маркетинге туристского предприятия.

Методы исследования. В работе использованы такие методы, как изучение и анализ печатных и интернет-источников, обобщение, дедуктивный метод, наблюдение, измерение, сравнение, SW и SNW анализы.

Полученные итоги и их новизна. В работе анализируется роль информационных технологий в маркетинговой деятельности туристского предприятия, рассматривается их применение в деятельности зарубежных компаний и на примере ООО «Тайм Вояж». Практическая новизна работы заключается в возможности использования выработанных рекомендаций для повышения эффективности применения информационных технологий в маркетинговой деятельности туристского предприятия.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы. Использованные материалы и результаты дипломной работы являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно.

Рекомендации по использованию результатов работы. Итоги работы могут быть использованы для продолжения исследования роли информационных технологий в маркетинговой деятельности туристских предприятий, а также при написании обобщающих работ по применению информационных технологий в маркетинге.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, уводзінаў, трох глаў, заключэння, 7 ілюстрацый, 10 табліц, 7 дадаткаў, спісу выкарыстаных крыніц. Агульны аб'ём працы складае 70 старонак. Спіс выкарыстанай літаратуры займае 6 старонак і ўключае 76 пазіцый.

2. Пералік ключавых слоў

ІНФАРМАЦЫЙНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ, МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГ У ТУРЫЗМЕ, ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЕ ДАСЛЕДАВАННЕ, КАМПУТАРНЫЯ СІСТЭМЫ У МАРКЕТЫНГУ, ПРЫЛАДЫ ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГУ, ВЭБ-АНАЛІТЫКА.

3. Тэкст рэферата

Аб'ект даследавання – інфармацыйныя тэхналогіі ў маркетынгавай дзейнасці турысцкага прадпрыемства.

Мэта даследавання – вывучэнне выкарыстання інфармацыйных тэхналогій у маркетынгу турысцкага прадпрыемства.

Метады даследавання. У працы скарыстаны такія метады, як вывучэнне і аналіз друкаваных і інтэрнэт-крыніц, абагульненне, дэдукцыйны метады, назіранне, вымярэнне, параўнанне, SW і SNW аналізы.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. У працы аналізуецца роля інфармацыйных тэхналогій у маркетынгавай дзейнасці турысцкага прадпрыемства, разглядаецца іх ужыванне ў дзейнасці замежных кампаній і напрыкладзе ТАА «Тайм Ваяж». Практычная навізна працы складаецца ў магчымасці выкарыстання выпрацаваных рэкамендацый для падвышэння эфектыўнасці ўжывання інфармацыйных тэхналогій у маркетынгавай дзейнасці турысцкага прадпрыемства.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы. Выкарыстаныя матэрыялы і вынікі дыпломнай працы з'яўляюцца дакладнымі. Праца выканана самастойна.

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы. Вынікі працы могуць быць выкарыстаны для працягу даследавання ролі інфармацыйных тэхналогій у маркетынгавай дзейнасці турысцкіх прадпрыемстваў, а таксама пры напісанні абагульняючых прац па ўжыванні інфармацыйных тэхналогій у маркетынгу.

ANNOTATION

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, 7 illustrations, 10 tables, 7 addendams, and list of references. Total scope of work is 70 pages. The list of references occupies 6 pages and includes 76 positions.

2. Keywords

INFORMATION TECHNOLOGIES, MARKETING, MARKETING IN TOURISM, INTERNET MARKETING, MARKETING RESEARCH, COMPUTER SYSTEMS IN MARKETING, INTERNET MARKETING TOOLS, WEB-ANALYTICS.

3. Summary text

The object of the research is information technologies in the marketing of a tourism company.

The purpose of the research is to study the use of information technologies in the marketing of a tourism company.

Methods of research. Such methods as the study and analysis of printed and Internet sources, generalization, deductive method, observation, measurement, comparison, SW and SNW analyzes are used in this work.

The results of the work and their novelty. The role of information technologies in the marketing, their application in the activities of foreign companies and on LLC Time Voyage are considered. Practical novelty of the work is in the possibility of using the developed recommendations for increasing the efficiency of application the information technologies in the marketing activities of the tourism company.

Authenticity of the materials and results of the diploma work. The materials used and the results of the diploma work are authentic. The work has been put through independently.

Recommendations on the usage. The results of the work can be used for further research on the role of information technologies in the marketing activities of tourism companies, as well as for writing general works on the use of information technologies in marketing.