

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

Аннотация дипломной работы

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМЕ**

Куницкая Юлия Руслановна

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры А.О.
Данильченко

2017 год

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, перечня условных обозначений, реферата дипломной работы, введения, трёх глав, 2 иллюстраций, 11 таблиц, заключения, 3 приложений, списка использованной литературы. Общий объем работы составляет 88 страниц. Список использованной литературы занимает 4 страницы и включает 65 позиций.

2. Перечень ключевых слов

МАРКЕТИНГ, ТУРИЗМ, «МАРКЕТИНГ-МИКС», ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА, СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА, ПОЛИТИКА ПРОДВИЖЕНИЯ, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, БРЕНДИНГ, SWOT-АНАЛИЗ, МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН, ТАКТИЧЕСКИЙ ПЛАН, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

3. Текст реферата

Объект исследования – современные тенденции развития маркетинга в туризме.

Цель исследования – выявить современные тенденции развития маркетинга в туризме, изучить специфику туристического маркетинга.

Методы исследования. В работе были использованы следующие методы научного исследования: обобщение, анализ, синтез, классификация, индукция, дедукция, аналогия, сравнение и описание.

Полученные итоги и их новизна. По итогам работы проанализирована история становления маркетинга как науки, определен уровень развития маркетинга в Беларуси, России и за рубежом. Выявлена специфика маркетинга услуг в целом и туристических услуг в частности, проанализированы некоторые маркетинговые инструменты на предмет применения в туристической индустрии Республики Беларусь. Предложены рекомендации по написанию маркетингового плана для туристического оператора. Приведён пример написания тактического плана маркетинга и предложен способ расчёта оценки эффективности маркетингового плана.

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

Рекомендации по использованию результатов работы. Итоги работы могут быть использованы руководителями или маркетологами туристических предприятий на практике.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы.

Дыпломная праца складаецца з заданні на дыпломную працу, зместа, пераліку ўмоўных пазначэнняў, рэферата дыпломнай працы, ўвядзення, 3 глаў, заключэння, 2 ілюстрацый, 11 табліц, 3 прыкладанняў, спісу выкарыстанай літаратуры. Агульны аб'ём працы складае 88 старонак. Спіс выкарыстанай літаратуры займае 4 старонкі і ўключае 65 пазіцый.

2. Ключавыя словы

МАРКЕТЫНГ, ТУРЫЗМ, «МАРКЕТЫНГ-МІКС», ТАВАРНАЯ ПАЛІТЫКА, ЦЭНАВАЯ ПАЛІТЫКА, ЗБЫТАВАЯ ПАЛІТЫКА, ПАЛІТЫКІА ПАСОЎВАННЯ, ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, БРЭНДЫНГ, SWOT-АНАЛІЗ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ПЛАНЫ.

3. Тэкст рэферата

Аб'ект даследавання – сучасныя тэндэнцыі развіцця маркетынгу ў турызме.

Мэта даследавання – выявіць сучасныя тэндэнцыі маркетынгу ў турызме, вызначыць спецыфіку турыстычнага маркетынгу.

Метады даследавання. У працы былі выкарыстаны наступныя метады навуковага даследавання: абагульненне, аналіз, сінтэз, класіфікацыя, індукцыя, дэдукцыя, аналогі, параўнанне і апісанне.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Па выніках працы прааналізавана гісторыя станаўлення маркетынгу як навукі, вызначаны ўзровень развіцця маркетынгу ў Беларусі, Расіі і за мяжой. Выяўлена спецыфіка маркетынгу паслуг у цэлым і турыстычных паслуг у прыватнасці, прааналізаваны некаторыя маркетынжавыя інструменты на прадмет ужывання ў турыстычнай індустрыі Рэспублікі Беларусь. Прапанаваны рэкамендацыі па напісанні маркетынгавага плана для турыстычнага аператара. Прыведзены прыклад напісання тактычнага плана маркетынгу і прапанаваны спосаб разліку ацэнкі эфектыўнасці маркетынгавага плана.

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

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў работы. Вынікі работы могуць быць выкарыстаны кіраўнікамі або маркетологамі турыстычных прадпрыемстваў на практыцы.

ANNOTATION

1. The structure and scope of diploma work

The diploma work consists of diploma work assignment, table of contents, list of arbitrary notations, symbols and terms, diploma work summary, introduction, 3 chapters, conclusion, 2 illustrations, 11 tables, 3 appendixes, and list of references. The scope of work is 88 pages. The list of references occupies 4 pages and includes 65 positions.

2. List of keywords

MARKETING, TOURISM, MARKETING MIX, PRODUCT STRATEGY, PRICING STRATEGY, DISTRIBUTION STRATEGY, COMMUNICATION STRATEGY, INTERNET MARKETING, BRANDING, SWOT ANALYSIS, MARKETING PLAN, TACTICAL PLAN, EFFICIENCY.

3. Summary text

The object of the research – current trends in the development of marketing in tourism.

The purpose of the study – studying the formation and the development of marketing science in the Republic of Belarus, Russia and abroad, finding modern trends of marketing development in tourism, exploring the possibilities of using separate marketing tools for businesses in the tourism industry, offering recommendations on how to write a marketing plan for a tour operator, creating a tactical plan for a tour operator, evaluating of the effectiveness of the marketing plan.

Research methods. There were used the following methods of scientific research such as generalization, analysis, synthesis, classification, induction, deduction, analogy, comparison and description.

The obtained results and their novelty.

In the research work the history of marketing formation as a science was analyzed, the level of marketing development in Belarus, Russia, and abroad was determined. The specifics of marketing services in general and tourism services in particular were revealed, and some marketing tools which can be applied in the tourism industry of the Republic of Belarus were analyzed. Practical novelty of the work lies in the recommendations for writing a marketing plan for a tour operator as well as giving an example of writing a tactical marketing plan, and proposing a method for calculating the evaluation of the effectiveness of a marketing plan.

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

Recommendations for using the results of work. The results of the work can be used by managers or marketers of tourism enterprises in practice.