

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

Аннотация к дипломной работе

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЧНОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ «ХЭМПТОН ХИЛТОН МИНСК СИТИ
ЦЕНТР»)**

Новицкая Ангелина Владимировна

Научный руководитель — доктор исторических наук, доцент Л.М.
Гайдукевич

Минск, 2017

АННОТАЦИЯ

1 . Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, 20 иллюстраций, 8 таблиц, 3 приложений. Общий объем работы составляет 60 страниц. Список использованных источников занимает 5 страниц и включает 53 позиции.

2. Перечень ключевых слов

МАРКЕТИНГ, ГОСТИНИЧНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, НАПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, КОНКУРЕНЦИЯ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА, КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА.

3. Содержание работы

Объектом исследования является маркетинговая деятельность гостиничного предприятия.

Цель исследования — изучение содержания и специфических особенностей маркетинговой деятельности в гостиничном бизнесе, разработка направлений совершенствования маркетинговой деятельности на предприятии «Хэмптон Хилтон Минск Сити Центр».

Методы исследования: наблюдение, анализ, описание, мониторинг, экспертно-аналитический метод и метод сравнительного анализа.

Элементами научной новизны полученных результатов является определение направлений совершенствования организации маркетинговой деятельности гостиничного предприятия (на примере «Хэмптон Хилтон Минск Сити Центр»).

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

Рекомендации по использованию результатов работы. Результаты дипломного исследования имеют непосредственную практическую значимость. Разработанные по итогам исследования рекомендации могут стать основой разработки маркетинговой стратегии гостиничного предприятия, которая позволит предприятию устойчиво развиваться и обеспечит его конкурентоспособность.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, уводзін, трох глаў, заключэння, спісу выкарыстаных крыніц, 20 ілюстрацый, 8 табліц, 3 дадаткі. Агульны аб'ём працы складае 60 старонак. Спіс выкарыстаных крыніц займае 5 старонак і ўключае 53 пазіцыі.

2. Пералік ключавых слоў

МАРКЕТЫНГ, ПРАДПРЫЕМСТВА ІНДУСТРЫІ ГАСЦІННАСЦІ, НАПРАМКІ МАРКЕТЫНГАВАЙ ДЗЕЙНАСЦІ, КАНКУРЭНЦЫЯ, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, ДАСЛЕДАВАННЕ РЫНКУ, ЯКАСЦЬ АБСЛУГОЎВАННЯ, УДАСКАНАЛЕННЕ АРГАНІЗАЦЫІ МАРКЕТЫНГУ.

3. Змест працы

Аб'ектам даследавання з'яўляецца маркетынговая дзейнасць гасцінічнага прадпрыемства.

Мэта даследавання – вывучэнне зместу і спецыфічных асаблівасцяў маркетынгавай дзейнасці ў гасцінічным бізнэсе, распрацоўка напрамкаў удасканалення маркетынгавай дзейнасці на прадпрыемстве «Хэмптан Хілтан Мінск Сіці Цэнтр».

Метады даследавання: назіранне, аналіз, апісанне, маніторынг, экспертна-аналітычны метады і метады параўнальнага аналізу.

Навуковай навізнай атрыманых вынікаў з'яўляецца вызначэнне напрамкаў удасканалення арганізацыі маркетынгавай дзейнасці гасцінічнага прадпрыемства (на прыкладзе «Хэмптан Хілтан Мінск Сіці Цэнтр»).

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

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы. Вынікі дыпломнага даследавання маюць непасрэдную практычную значнасць. Распрацаваныя па выніках даследавання рэкамендацыі могуць стаць асновай распрацоўкі маркетынгавай стратэгіі гасцінічнага прадпрыемства, якая дазволіць прадпрыемству устойліва развівацца і забяспечыць яго канкурэнтаздольнасць.

ANNOTATION

1. The structure and volume of the graduate work

The graduate work contains the task on the graduate work, table of contents, abstract of the graduate work, introduction, three chapters, conclusion, list of references, 20 illustrations, 8 tables, 3 appendixes. The total amount of work is 60 pages. List of references takes 5 pages and includes 53 products.

2. The list of keywords

MARKETING, HOTEL, MARKETING ACTIVITY, COMPETITION, COMPETITIVENESS, MARKETING COMMUNICATIONS, MARKET RESEARCH, QUALITY OF SERVICE, MARKETING IMPROVEMENT.

3. The content of the work

The object of the research is hotel marketing activities.

The objective is to study specific features of marketing activities in the hotel industry and to generate practical marketing ideas that can be implemented at «Hampton by Hilton Minsk City Centre».

The methods of the research: observation, analysis, description, monitoring, expert-analytical method and comparative analysis.

The scientific novelty of the results of the graduate work lies in identifying directions for improving the organization of the marketing activities for hotels (on the example of «Hampton by Hilton Minsk City Centre»).

Authenticity of the materials and the findings of the thesis. The materials used in the thesis and its findings are authentic. The research was conducted independently.

Recommendations on the use of the findings. The results of the research have direct *practical significance*. The recommendations developed on the basis of the research could form the basis for the development of the marketing strategy of the hotel, which will allow the company to develop steadily and ensure its competitiveness.