

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет международных отношений
Кафедра международного туризма**

Аннотация к дипломной работе

**Инновационные методы продвижения гостиничных услуг на
целевом рынке (на примере гостиницы «Славянская»)**

Шаройко Мария Вячеславовна

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

2017

Реферат

Дипломная работа: 96 страниц, 8 таблиц, 2 рисунка, 6 формул, 51 источник, 6 приложений.

ИННОВАЦИИ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ГОСТИНИЧНЫЕ УСЛУГИ, ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА, МАРКЕТИНГ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ, ГОСТИНИЦА «СЛАВЯНСКАЯ», КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, РЕКОМЕНДАЦИИ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ.

Объект исследования – гостиница «Славянская», предоставляющая гостиничные услуги на рынке Республики Беларусь.

Цель работы – исследование инновационных методов продвижения гостиничных услуг на целевом рынке.

Изучена роль инноваций в продвижении гостиничных услуг с учетом особенностей индустрии гостеприимства. Проанализирован международный опыт внедрения инноваций в продвижении гостиничных услуг, выделены основные инновационные концепции в секторе гостиничных услуг на мировом рынке. Проведен анализ конкурентоспособности гостиницы «Славянская». Предложены мероприятия по совершенствованию продвижения услуг гостиницы «Славянская» посредством внедрения инноваций, рассчитана экономическая эффективность некоторых из них. Полученные результаты дадут возможность гостиничному предприятию укрепить позиции на рынке услуг, повысить осведомленность о предоставляемых услугах у потребителей, увеличить собственные доходы и позволят отслеживать тенденции, возникающие в клиентской среде.

Рэферат

Дыпломная праца: 96 старонак, 8 табліц, 2 малюнка, 6 формул, 51 крыніца, 6 дадаткаў.

ІНАВАЦЫІ, ПРАСОЎВАННЕ, ГАСЦІНІЧНЫЯ ПАСЛУГІ, ІНДУСТРЫЯ ГАСЦІННАСЦІ, МАРКЕТЫНГ, МІЖНАРОДНЫ ВОПЫТ, ГАСЦІНІЦА «СЛАВЯНСКАЯ», КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, РЭКАМЕНДАЦЫІ, АЦЭНКА ЭФЕКТЫЎНАСЦІ.

Аб'ект даследавання – гасцініца «Славянская», якая прадастаўляе гасцінічныя паслугі на рынку Рэспублікі Беларусь.

Мэта дыпломнай працы – даследаванне інавацыйных метадаў прасоўвання гасцінічных паслуг на мэтавым рынку.

Вывучана роля інавацый у прасоўванні гасцінічных паслуг з улікам асаблівасцяў індустрыі гасціннасці. Прааналізаваны міжнародны вопыт укаранення інавацый у прасоўванні гасцінічных паслуг, вылучаны асноўныя інавацыйныя канцэпцыі ў сектары гасцінічных паслуг на сусветным рынку. Праведзены аналіз канкурэнтаздольнасці гасцініцы «Славянская». Прапанаваны мерапрыемствы па ўдасканаленні прасоўвання паслуг гасцініцы «Славянская» з дапамогай ўкаранення інавацый, разлічана эканамічная эфектыўнасць некаторых з іх. Атрыманыя вынікі дадуць магчымасць гасцінічнаму прадпрыемству ўмацаваць пазіцыі на рынку паслуг, павысіць дасведчанасць аб паслугах у спажывцоў, павялічыць ўласныя даходы і дазваляць адсочваць тэндэнцыі, якія ўзнікаюць у кліенцкім асяроддзі.

Abstract

Thesis: 96 pages, 8 tables, 2 figures, 6 formulas, 51 sources, 6 applications.

INNOVATION, PROMOTION, HOTEL SERVICES, HOSPITALITY INDUSTRY, MARKETING, INTERNATIONAL EXPERIENCE, HOTEL “SLAVYANSKAYA”, COMPETITIVENESS, RECOMMENDATIONS, EVALUATION OF EFFICIENCY.

The object of the study is hotel "Slavyanskaya", which provides hotel services in the market of the Republic of Belarus.

The aim of the thesis is to explore innovative methods of promotion of hotel services in the target market.

It has been studied the role of innovations in the promotion of hotel services, taking into account the peculiarities of the hospitality industry. The international experience of innovations' introduction in promotion of hotel services has been analyzed, the basic innovative concepts in the sector of hotel services in the world market have been highlighted. The analysis of the competitiveness of the hotel "Slavyanskaya" has been conducted. It has been offered the activities for improving the promotion of the services of the hotel "Slavyanskaya" through the introduction of innovations, it has been calculated the economic efficiency of some of them. The results will enable the hotel to strengthen its position in the service market, raise awareness about the services provided by consumers, increase its own revenues and allow tracking trends in the client environment.