

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации**

ЛЕМБОВИЧ
Иван Владимирович

**ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ
НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ**

Реферат дипломной работы

Научный руководитель:
кандидат социологических наук,
доцент Н.А. Елсукова

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Объем дипломной работы составляет 54 страницы и включает 1 иллюстрацию, 2 приложения и 35 использованных источников.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, ТУРИСТИЧЕСКАЯ УСЛУГА, ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ, ТУРИСТИЧЕСКИЙ АГЕНТСТВО, ТУРИСТИЧЕСКИЙ ОПЕРАТОР, ПРОДВИЖЕНИЕ, ПРОДВИЖЕНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ, РЕКЛАМА, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, ЛИЧНЫЕ ПРОДАЖИ, СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА.

Объект дипломной работы – продвижение туристических услуг на белорусском рынке
Предмет дипломной работы – инструменты продвижения туристических услуг на белорусском рынке. Целью дипломной работы является определение основных инструментов продвижения туристических услуг на белорусском рынке.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (опросный метод) и интервью.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: определены понятия и особенности туристического продукта, туризма, продвижения, выделен ряд основных инструментов продвижения в сфере туризма, дана оценка и рекомендация туристическому предприятию по вопросу продвижения своих услуг.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного подхода к изучению проблемы эффективности продвижения туристических услуг в небольших туристических организациях. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Результаты дипломной работы могут применяться в разработке собственной стратегии продвижения туристических продуктов для туристических организаций

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Аб'ём дыпломнай работы складае 54 старонкі і ўключае ілюстрацыю, 2 прыкладанні і 35 выкарыстаных крыніцы.

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВЫ: ТУРЫЗМ, ТУРЫСТЫЧНЫ ПРАДУКТ, ТУРЫСТЫЧНЫ ПАСЛУГ, ТУРЫСТЫЧНАЯ КАМПАНІЯ, ТУРЫСТЫЧНАЕ АГЕНЦТВА, ТУРЫСТЫЧНЫ АПЕРАТАР, ПРАСОЎВАННЕ,

ПРАСОЎВАННЕ У СФЕРЫ ТУРЫЗМУ, ІНСТРУМЕНТЫ ПРАСОЎВАННЯ, РЭКЛАМА, СУВЯЗІ З ГРАМАДСКАСЦЮ, АСАБІСТЫЯ ПРОДАЖЫ, СТЫМУЛЯВАННЕ ЗБЫТУ.

Аб'ект дыпломнай работы – пасоўванне турыстычных паслуг на беларускім рынку. Прадмет дыпломнай працы – прылады пасоўвання турыстычных паслуг на беларускім рынку. Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца вызначэнне асноўных прылад пасоўвання турыстычных паслуг на беларускім рынку.

Метадалагічную аснову дыпломнай работы склалі агульнанавуковыя метады: метааналізу і сінтэзу, метады індукцыі і дэдукцыі, а таксама часнавуковыя, якія выкарыстоўваюцца пры правядзенні сацыялагічных даследаванняў (апытальны метады) і інтэрв'ю.

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: вызначаны паняцці і асаблівасці турыстычнага прадукту, турызму, пасоўвання, вылучаны шэраг асноўных інструментаў пасоўвання ў сферы турызму, дадзена ацэнка і рэкамендацыя турыстычнаму прадпрыемству па пытанні пасоўвання сваіх паслуг.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю комплекснага падыходу да вывучэння праблемы эфектыўнасці пасоўвання турыстычных паслуг у невялікіх турыстычных арганізацыях. Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення. Вынікі дыпломнай работы могуць прымяняцца ў распрацоўцы ўласнай стратэгіі пасоўвання турыстычных прадуктаў для турыстычных арганізацый.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай работы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.

GRADUATE THESIS SUMMARY

This thesis consists of 54 pages and includes 1 illustration, 2 applications and 35 sources.

KEYWORDS: TOURISM, TOURIST PRODUCT, TOURIST SERVICES, TOURIST COMPANY, TOURIST AGENCY, TOURIST OPERATOR, PROMOTION, PROMOTION IN TOURISM SPHERE, PROMOTION TOOLS, ADVERTISING, PUBLIC RELATIONS, PERSONAL SALES, STIMULATION OF SALES.

The object of the thesis is the promotion of tourist services in the Belarusian market. The subject of the thesis is the tools for promoting tourist services in the Belarusian market. The purpose of the thesis is to identify the main tools for promoting tourism services in the Belarusian market.

The methodological basis of the thesis was constituted by general scientific methods (the method of analysis and synthesis, the method of induction and deduction) as well as the private scientific methods used in sociological research (polling method) and interviews.

In the course of writing this thesis following results were obtained: the concepts and features of the tourism product, tourism, promotion were identified, a number of basic tools for promotion in the field of tourism were singled out, an assessment and recommendation was made to the tourist enterprise on the promotion of its services.

The scientific novelty of the results of thesis is detection of an integrated approach to the study of the problem of the effectiveness of promotion of tourist services in small tourist organizations. The obtained results are characterized by wide possibilities of theoretical and practical application. The results of the thesis can be applied in the development of its own strategy for the promotion of tourism products for tourism organizations.

The materials and results of the thesis were obtained on the basis of reliable sources and independently carried out theoretical and practical research.