

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра почвоведения и земельных информационных систем

КОПАТЬ

Евгений Вячеславович

ГЕОМАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО
ПИТАНИЯ Г. МИНСКА

Дипломная работа

Научный руководитель:

доцент Н.В. Жуковская

Допущена к защите

« ____ » _____ 2018 г.

Зав. кафедрой почвоведения и земельных информационных систем

доцент, кандидат географических наук Д.М. Курлович

Минск, 2018

РЕФЕРАТ

Копать, Е.В. Геомаркетинговый анализ рынка общественного питания г. Минска (дипломная работа). – Минск: БГУ, 2018. – 40 с.

Геомаркетинг, объекты общественного питания, плотность населения, сетевой анализ, анализ размещения, зоны доступности.

В дипломной работе рассматривается понятие геомаркетинга. Дана характеристика основных особенностей (подходы, методы и опыт применения) геомаркетингового анализа в различных сферах. Сформулированы этапы выполнения геомаркетингового анализа рынка общественного питания. С помощью ГИС-приложений осуществлён анализ расположения объектов общественного питания г. Минска и предложены варианты для размещения новых объектов.

Библиогр. 14 назв., рис. 18.

РЭФЕРАТ

Копець, Я.В. Геамаркетынгавы аналіз рынку грамадскага харчавання г. Мінска (дыпломная работа). – Мінск: БДУ, 2018. – 40 с.

Геамаркетынг, аб'екты грамадскага харчавання, шчыльнасць насельніцтва, сеткавай аналіз, аналіз размяшчэння, зоны даступнасці.

У дыпломнай рабоце разглядаецца паняцце геамаркетынгу. Дадзена характарыстыка асноўных асаблівасцяў (падыходы, метады і вопыт прымянення) геамаркетынгавага аналізу ў розных сферах. Сфармуляваны этапы выканання геамаркетынгавага аналізу рынку грамадскага харчавання. З дапамогай ГІС-прыкладанняў ажыццёўлены аналіз размяшчэння аб'ектаў грамадскага харчавання г. Мінска і прапанаваны варыянты для размяшчэння новых аб'ектаў.

Бібліягр. 14 назв., мал. 18.

ABSTRACT

Kopat, E.V. Geomarketing analysis of the market of public catering in Minsk (diploma work). – Minsk: BSU, 2018. – 40 p.

Geomarketing, public catering facilities, population density, network analysis, placement analysis, accessibility zone.

In this work the concept of geomarketing is considered. Given the characteristic of the main features (approaches, methods and experience of application) of geomarketing analysis in different areas. Formulating stages of performing the geomarketing analysis of the catering market. Analysing location of public catering facilities in Minsk and proposing places for new objects with the help of GIS-applications.

Bibliogr. 14 names, fig. 18