

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

ТКАЧЁВА
Мария Анатольевна

ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ
(на примере ООО «Элдиви»)

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель:
старший преподаватель
М.С. Терещенко

Минск, 2018

АННОТАЦИЯ

Цель работы: Изучение тенденций международного туризма и их влияния на туризм в Республике Беларусь. Продвижение туристической компании и бренда «Элдиви» на белорусском рынке. Разработка рекламного поста на платформе Instagram для привлечения новых клиентов в детский лагерь «Малибу».

Объект исследования – туристическая кампания ООО «Элдиви».

Предмет исследования – продвижение туристических услуг на примере ООО «Элдиви», Всемирная Туристическая Организация (ЮНВТО), Instagram.

Методы исследования: сравнительного анализа (анализ литературы и нормативно-правовой документации), системного подхода, группировок, экспертных оценок.

Исследования и разработки: изучены тенденции международного туризма, проанализировано их влияние на международный туризм в Республике Беларусь, рассмотрены особенности продвижения в Instagram для детей в возрасте от 10 до 18 лет. Разработан рекламный пост для детского лагеря «Малибу» в Instagram.

Элементы научной новизны: произведен анализ туристической сферы на сегодняшний день, проведено исследование конкурентов детского лагеря «Малибу» и разработан пост с учетом выбора целевых аудиторий для детского отдыха в Польше.

Область возможного практического применения: реализация разработанных рекомендаций и поста в деятельности туристической кампании «Элдиви» с целью повышения качества обслуживания, повышения количества продаж туров и повышения узнаваемости бренда.

Технико-экономическая, социальная и (или) экологическая значимость: применение рекламного поста увеличит узнаваемость бренда кампании и повысит количество продаж.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Ключевые слова: маркетинг, туризм, продвижение, конкурентные стратегии, swot-анализ, реклама, Instagram.