

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма

Аннотация дипломной работы

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА БРЕНДИНГА В
ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (НА
ПРИМЕРЕ «ХЭМПТОН БАЙ ХИЛТОН МИНСК СИТИ ЦЕНТР»)**

КАЛЕВИЧ Вероника Николаевна

Научный руководитель:
доктор географических наук,
Хомич С.А.

Допущена к защите
«___» _____ 201__ г.

Зав. кафедрой международного туризма
доктор исторических наук Л.М. Гайдукевич

Минск, 2018

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, 5 иллюстраций, 2 таблицы, списка использованных источников и литературы. Общий объем работы составляет 62 страницы. Список использованных источников и литературы занимает 4 страницы и включает 46 позиций.

2. Перечень ключевых слов

БРЕНД–МЕНЕДЖМЕНТ, ГОСТИНИЧНЫЙ БРЕНДИНГ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ, КАРТА СТРАТЕГИЧЕСКИХ ГРУПП, ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ БРЕНДИНГА, АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ, МОДЕЛЬ КОНКУРЕНТНЫХ СИЛ ПОРТЕРА.

3. Текст аннотации

Объект исследования – элементы и инструменты гостиничного брендинга.

Цель исследования – разработка практических рекомендаций по применению инструментов формирования бренда и управления им с целью обеспечения конкурентоспособности гостиничного предприятия «Хэмптон бай Хилтон Минск Сити Центр» с использованием зарубежного опыта гостиничного бренда.

Методы исследования: сравнительный анализ, графический анализ, построение карты стратегических групп, построение профиля конкурентных преимуществ, наблюдения.

Полученные итоги и их новизна. В ходе проведенного исследования были определены основные ключевые моменты гостиничного брендинга, выявлены конкурентные преимущества предприятия «Хэмптон бай Хилтон Минск Сити Центр». Новизна исследования заключается в выявлении того, как инструменты гостиничного брендинга влияют на конкурентоспособность гостиничного предприятия.

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

Рекомендации по использованию результатов работы. Данная дипломная работа может применяться для разработки бизнес–плана гостиничного предприятия, а также успешного введения бренд–менеджмента в деятельность организации.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, уводзінаў, трох глаў, заключэння, 5 ілюстрацый, 2 табліцы, спісу выкарыстаных крыніц і літаратуры. Агульны аб'ём працы складае 62 старонкі. Спіс выкарыстаных крыніц і літаратуры займае 4 старонкі і ўключае 46 пазіцый.

2. Пералік ключавых слоў

БРЭНД-

МЕНЕДЖМЕНТ, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ ГАСЦІНІЧНАГА ПРАДПРЫЕМСТВА, КАРТА СТРАТЭГІЧНЫХ ГРУП, ЗАМЕЖНЫ ДОСВІД БРЭНДЫНГА, ПРОФІЛЬ КАНКУРЭНТНЫХ ПЕРАВАГ, МАДЭЛЬ КАНКУРЭНТНЫХ СІЛ ПОРТЭРА, ГАСЦІНІЧНЫ БРЭНДЫНГ.

3. Тэкст анатацыі

Аб'ект даследавання – элементы і інструменты гасцінічнага брэндынгу.

Мэта даследавання – распрацоўка практычных рэкамендацый па ўжыванні інструментаў фарміравання брэнда і кіравання ім з мэтай забеспячэння канкурэнтаздольнасці гасцінічнага прадпрыемства «Хэмптан бай Хілтан Мінск Сіці Цэнтр» з дапамогай выкарыстоўвання замежнага вопыту гасцінічнага брэнда.

Метады даследавання. – параўнальны аналіз, графічны аналіз, пабудова карты стратэгічных груп, пабудова профілю канкурэнтных пераваг.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. У ходзе праведзенага даследавання былі вызначаны асноўныя моманты гасцінічнага брэндынгу, выяўлены канкурэнтныя перавагі прадпрыемства «Хэмптан бай Хілтан Мінск Сіці Цэнтр». Навізна даследавання заключаецца ў выяўленні таго, як інструменты гасцінічнага брэндынгу ўплываюць на канкурэнтаздольнасць гасцінічнага прадпрыемства.

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

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы. Дадзеная дыпломная праца можа выкарыстоўвацца для распрацоўкі бізнэс-плана гасцінічнага прадпрыемства, а таксама паспяховага ўвядзення брэнд-менеджменту ў дзейнасць арганізацыі.

ANNOTATION

1. Structure and scope of the diploma work

The diploma work consists of diploma work assignment, table of contents, diploma work summary, introduction, 3 chapters, conclusion, 5 illustrations, 2 tables and list of references. Total scope of work is 62 pages. The list of references occupies 4 pages and includes 46 positions.

2. Keywords

BRAND MANAGEMENT, HOTEL BRANDING, COMPETITIVENESS OF THE HOTEL COMPLEX, MAP OF STRATEGIC GROUPS, FOREIGN BRANDING EXPERIENCE, ANALYSIS OF COMPETITIVE ADVANTAGES, MODEL OF COMPETITIVE FORCES OF PORTER.

3. Summary text

The object of the research are elements and tools of hotel branding.

The purpose of the research is to develop practical recommendations on the use of brand creation tools to ensure the competitiveness of the hotel enterprise "Hampton by Hilton Minsk City Center" using the foreign experience of the hotel brand.

Methods of the research – comparative analysis, graphical analysis, strategic groups mapping, the profile of competitive advantages, observation.

The results of the work and their novelty. In the course of the study were determined the main key moments of hotel branding and identified competitive advantages of the hotel company "Hampton by Hilton Minsk City Centre". The novelty of the study is to identify how the tools of state branding influence the competitiveness of the hotel business.

Authenticity of the materials and results of the diploma work. The materials used and the results of the diploma work are authentic. The work has been put through independently.

Recommendations on the usage. The results of the work can be used for development of a business plan and for successful introduction of brand management in the hotel organization.