

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма

Аннотация дипломной работы

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОДУКТОВОЙ
ПОЛИТИКИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ
ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«ВНЕШИНТУРИСТ»)**

Комарова Карина Александровна

Научный руководитель:
старший преподаватель
П. О. Сороко

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, 2 иллюстраций, 7 таблиц, списка использованных источников и литературы. Общий объем работы составляет 76 страниц. Список использованных источников и литературы занимает 3 страницы и включает 39 позиций.

2. Перечень ключевых слов

МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОДУКТОВАЯ ПОЛИТИКА, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОДУКТОВОЙ ПОЛИТИКИ, ВНЕШНИЕ и ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА ПРОДУКТОВУЮ ПОЛИТИКУ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА.

3. Текст аннотации

Объект исследования – продуктовая политика ООО «Внешинтурист».

Цель исследования – анализ и совершенствование маркетинговой продуктовой политики компании ООО «Внешинтурист».

Методы исследования: методы анализа литературы, анализа нормативно-правовой документации по теме дипломной работы, применены методы сравнения и моделирования.

Полученные итоги и их новизна. В ходе проведенного исследования маркетинговая продуктовая политика была выделена как ключевой фактор конкурентоспособности туристского предприятия «Внешинтурист». Практическая новизна работы заключается в разработке и возможности использования нового тура туристской компании «Внешинтурист».

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

Рекомендации по использованию результатов работы. Итоги работы могут быть использованы для продолжения исследования эффективности маркетинговой продуктовой политики компании «Внешинтурист».

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, уводзінаў, трох глаў, заключэння, 2 ілюстрацый, 7 табліц, спісу выкарыстаных крыніц і літаратуры. Агульны аб'ём працы складае 76 старонак. Спіс выкарыстаных крыніц і літаратуры займае 4 старонкі і ўключае 39 пазіцыі.

2. Пералік ключавых слоў

МАРКЕТЫНГАВЫЯ ПРАДУКТОВАЯ ПАЛІТЫКА, УДАСКАНАЛЕННЕ ПРАДУКТОВАЙ ПАЛІТЫКІ, ЗНЕШНІЯ І ЎНУТРАНЫЯ ФАКТАРЫ ЎПЛЫВУ НА ПРАДУКТОВУЮ ПАЛІТЫКУ, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ ПРАДПРЫЕМСТВАЎ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ ДЗЕЙНАСЦІ ПЕРСАНАЛА.

3. Тэкст анатацыі

Аб'ект даследавання – прадуктовая палітыка ТАА «Внешінтурыст».

Мэта даследавання – аналіз і ўдасканаленне маркетынгавай прадуктовай палітыкі кампаніі ТАА «Внешінтурыст».

Метады даследавання – метады аналізу літаратуры, аналізу нарматыўна-прававой дакументацыі па тэме дыпломнай працы, ужытыя метады параўнання і мадэлявання.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. У ходзе праведзенага даследавання маркетынгавая прадуктовая палітыка была выдзелена як ключавы фактар канкурэнтаздольнасці турысцкага прадпрыемства «Внешінтурыст». Практычная навізна працы складаецца ў распрацоўцы і магчымасці выкарыстання новага тура турысцкай кампаніі «Внешінтурыст».

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

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў работы. Вынікі работы могуць быць выкарыстаны для працягу даследавання эфектыўнасці маркетынгавай прадуктовай палітыкі кампаніі «Внешінтурыст».

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, 2 illustrations, 7 tables and list of references. Total scope of work is 76 pages. The list of references occupies 4 pages and includes 39 positions.

2. Keywords

MARKETING PRODUCT POLICY, IMPROVEMENT OF THE PRODUCT POLICY, EXTERNAL AND INTERNAL FACTORS OF INFLUENCE ON THE PRODUCT POLICY, COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE, EFFECTIVENESS OF THE PERSONNEL ACTIVITY.

3. Summary text

The object of research is the assortment policy of OOO «Vneshinturist».

The purpose of the research is analysis and improvement of the marketing product policy of the company «Vneshinturist» LLC.

Methods of research: methods for analyzing literature, analyzing normative and legal documentation on the topic of the thesis, methods of comparison and modeling applied.

The results of the work and their novelty. In the course of the research, marketing product policy was identified as a key factor in the competitiveness of the tourist enterprise "Vneshinturist". Practical novelty of the work is to develop and use the new tour of the tourist company "Vneshinturist".

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 to continue research into the effectiveness of the marketing product policy of Vneshinturist.