

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ДОРОНИНА
Диана Дмитриевна

**СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ФОРМИРОВАНИИ
ТУРИСТИЧЕСКОГО ИМИДЖА МИНСКА**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат социологических наук,
доцент
Е.В. Лебедева

Допущена к защите

«__» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью
кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ	2
РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНОЙ ПРАЦЫ	3
ABSTRACT.....	4
ВВЕДЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 1 СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ	Ошибка! Закладка не определена.
1.1. Специальные мероприятия: определение, виды, роль в индустрии развлечений	Ошибка! Закладка не определена.
1.2. Организация специального мероприятия и этапы его жизненного цикла	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 2 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ ГОРОДА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Туристический имидж города: понятие, типология, специфика формирования.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Городская событийность: опыт использования в формировании туристического имиджа города (анализ кейсов)	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 3 СОБЫТИЙНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИМИДЖА МИНСКА	Ошибка! Закладка не определена.
3.1 Городская событийность в формировании туристического имиджа постсоветских городов (на примере ул. Октябрьской).	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Рекомендации по использованию городской событийности в формировании туристического имиджа Минска	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	Ошибка! Закладка не определена.
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	Ошибка! Закладка не определена.

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 80 страниц, 44 источника, 2 приложения.

ИМИДЖ, ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА, ГОРОД, ТУРИСТЫ, СПЕЦИАЛЬНЫЕ СОБЫТИЯ, КРЕАТИВ, КРЕАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА, АРТ-КВАРТАЛ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, ГОРОДСКАЯ СРЕДА.

Объект исследования дипломной работы – специальные мероприятия.

Предмет исследования – роль специальных мероприятий в формировании туристического имиджа Минска.

Цель дипломной работы – раскрыть специфику, специальных мероприятий как инструмента формирования туристического имиджа города (на примере Минска).

Методы исследования: специальные методы (аналогия, классификация, дедукция, системный подход), а также специальные социологические методы – анкетный опрос, наблюдение, контент-анализ, метод анализа кейсов, а также Customer Journey Map.

Полученные результаты и их новизна: были рассмотрены специальные мероприятия: определение, виды, роль в индустрии развлечений; проанализированы особенности организации специальных мероприятий; описано понятие, типология и специфика формирования туристического имиджа города; проанализированы примеры городской событийности в формировании туристического имиджа города; рассмотрены возможности городской событийности в формировании туристического имиджа постсоветских городов (на примере ул. Октябрьская); разработаны рекомендации по использованию городской событийности в формировании туристического имиджа Минска.

Новизна темы заключается в анализе и обобщении опыта работы специалистов по коммуникации в области событийного менеджмента и формировании целостного подхода в их работе.

Область возможного практического применения: разработанный комплексный подход работы может быть использован специалистами в области событийного менеджмента, имиджиологии для организаций эффективных мероприятий в досугово-развлекательной деятельности г. Минска.

Автор работы подтверждает достоверность материалов дипломной работы, а также самостоятельность её выполнения.

Доронина Д. Д.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНОЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца змяшчае: 80 старонак, 44 крыніцы, 2 прыкладанні.

ІМІДЖ, ІНСТРУМЕНТЫ ФАРМІРАВАННЯ ІМІДЖУ, ГОРАД, ТУРЫСТЫ, СПЕЦЫЯЛЬНЫЯ ПАДЗЕІ, КРЭАТЫЎ, КРЭАТЫЎНЫЯ ПРАСТОРЫ, АРТ-КВАРТАЛ, ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ, ГАРАДСКАЯ СЕРАДА.

Аб'ект даследавання дыпломнай працы – спецыяльныя мерапрыемствы.

Прадмет даследавання – роля спецыяльных мерапрыемстваў у фарміраванні турыстычнага іміджу Мінска.

Мэта дыпломнай працы – раскрыць спецыфіку, спецыяльных мерапрыемстваў як інструмента фарміравання турыстычнага іміджу горада (на прыкладзе Мінска).

Метады даследавання: спецыяльныя метады (аналогія, класіфікацыя, дэдукцыя, сістэмны падыход), а таксама спецыяльныя сацыялагічныя метады – анкетны апытанне, назіранне, кантэнт-аналіз, метады аналізу кейсаў, а таксама Customer Journey Map.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: былі разгледжаны спецыяльныя мерапрыемствы: вызначэнне, віды, роля ў індустрыі забаў; прааналізаваны асаблівасці арганізацыі спецыяльных мерапрыемстваў; апісана паняцце, тыпалогія і спецыфіка фарміравання турыстычнага іміджу горада; прааналізаваны прыклады гарадской падзейнасці у фарміраванні турыстычнага іміджу горада; разгледжаны магчымасці гарадской падзейнасці у фарміравання турыстычнага іміджу постсавецкіх гарадоў (на прыкладзе вул. Кастрычніцкая); распрацаваны рэкамендацыі па выкарыстанню гарадской падзейнасці у фарміраванні турыстычнага іміджу Мінска.

Навізна тэмы заключаецца ў аналізе і абагульненні вопыту работы спецыялістаў па камунікацыі ў галіне падзейнага менеджменту і фарміраванні цэласнага падыходу ў іх працы.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: распрацаваны комплексны падыход працы можа быць выкарыстаны спецыялістамі ў галіне падзейнага менеджменту, іміджлогіі для арганізацый эфектыўных мерапрыемстваў у досугова-забаўляльнай дзейнасці г. Мінска.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць матэрыялаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

Дароніна Д. Д.

ABSTRACT

The graduation paper contains: 80 pages, 44 sources, 2 appendixes.

IMAGE, INSTRUMENTS of FORMING of IMAGE, CITY, TOURISTS, SPECIAL EVENTS, KREATIV, KREATIVNYE SPACES, ART-QUARTER, KEEPING, CITY ENVIRONMENT.

The object of the research is the special measures.

The subject of the research is a role of the special measures in forming of tourist image of Minsk.

Purpose of the research is expose a specific, special measures as instrument of forming of tourist image of city (on the example of Minsk).

Research methods: special methods (analogy, classification, deduction, approach of the systems), and also the special sociological methods are the questionnaire questioning, supervision, content-analysis, method of analysis of keys, and also Customer Journey Map.

The results obtained and their novelty: the special measures were considered: determination, kinds, role in industry of entertainments; the features of organization of the special measures are analyzed; a concept, typology and specific of forming of tourist image of city, is described; the examples of city event are analyzed in forming of tourist image of city; possibilities of city event are considered in forming's of tourist image of postsovetskikh cities (on the example of street October); developed recommendation on the use of city event in forming of tourist image of Minsk.

The novelty of the thesis: in an analysis and generalization of experience specialists after communication in area of event management and forming of integral approach in their work.

Implementation of the results: the developed complex approach of work can be used specialists in area of event management, image of organizations of effective measures in entertaining activity Minsk.

The author of the study confirms the reliability of the materials of the thesis work, as well as the independence of its execution.

Doronina D.D
