

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
Кафедра международных отношений**

Аннотация к дипломной работе

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТАРТЕГИИ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО
«ТИКЕТ2»**

Кунаева Алина Евгеньевна

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры Международного туризма О.С. Мозговая

Минск, 2019

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, 16 иллюстраций, 17 таблиц, 2 приложений, списка использованных источников. Общий объем работы составляет 77 страниц. Список использованных источников занимает 3 страницы и включает 42 позиции.

2. Перечень ключевых слов

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ПРОДУКТОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ЦЕНОВАЯ СТРАТЕГИЯ, СБЫТОВАЯ СТРАТЕГИЯ, КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ

3. Текст реферата

Объект исследования – ООО «ТИКЕТ2».

Предметом исследования является маркетинговая стратегия ООО «ТИКЕТ2».

Цель исследования заключается в определении направлений по совершенствованию маркетинговой стратегии ООО «ТИКЕТ2».

Методы исследования. В работе применялись такие методы исследования, как анализ и синтез, графический, табличный, обобщение, методы маркетинговых исследований.

Полученные итоги и их новизна. В работе изучены теоретические аспекты маркетинговой стратегии, рассмотрено содержание основных маркетинговых стратегий, применяемых в деятельности туристического предприятия; изучена организационно-экономическая характеристика туристического агентства «ТИКЕТ2»; проведен анализ маркетинговой стратегии деятельности туристического агентства «ТИКЕТ2»; проведен анализ рыночных возможностей туристического агентства «ТИКЕТ2»; разработаны рекомендации по совершенствованию маркетинговой стратегии. Практическая новизна работы заключается в использовании методик оценки эффективности маркетинговой стратегии.

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 в рамках повышения эффективности маркетинговой стратегии туристического предприятия.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, уводзінаў, трох глаў, заключэння, 16 ілюстрацый, 17 табліц, 2 дадаткаў, спісу выкарыстаных крыніц. Агульны аб'ём працы складае 79 старонак. Спіс выкарыстаных крыніц займае 3 старонкі і ўключае 42 пазіцыі.

2. Пералік ключавых слоў

МАРКЕТЫНГАВЫЯ СТРАТЭГІІ, ПРАДУКТОВАЙ СТРАТЭГІІ, ЦЭНАВАЙ СТРАТЭГІІ, ЗБЫТАВЫХ СТРАТЭГІЯ, КАМУНІКАЦЫЙНЫЯ СТРАТЭГІІ

3. Тэкст рэферата

Аб'ект даследавання я – ТАА «Тикет2».

Прадметам даследавання з'яўляецца маркетынговая стратэгія ТАА «Тикет2».

Мэта даследавання заключаецца ў вызначэнні напрамкаў па ўдасканаленні маркетынгавай стратэгіі ТАА «Тикет2».

Метады даследавання. У дадзенай працы ўжываліся такія метады даследавання, як аналіз і сінтэз, графічны, таблічны, абагульненне, метады маркетынговых даследаванняў.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. У працы вывучаны тэарэтычныя аспекты маркетынгавай стратэгіі, разгледжана ўтрыманне асноўных маркетынговых стратэгий, якія выкарыстоўваюцца ў дзейнасці турыстычнага прадпрыемства; вывучана арганізацыйна-эканамічная характарыстыка турыстычнага агенцтва «Тикет2»; праведзены аналіз маркетынгавай стратэгіі дзейнасці турыстычнага агенцтва «Тикет2»; праведзены аналіз рынкавых магчымасцяў турыстычнага агенцтва «Тикет2»; распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай стратэгіі. Практычная навізна працы складаецца ў выкарыстанні метадых ацэнкі эфектыўнасці маркетынгавай стратэгіі.

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

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы. Вынікі работы могуць быць выкарыстаны ў рамках павышэння эфектыўнасці маркетынгавай стратэгіі турыстычнага прадпрыемства.

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, 16 illustrations, 17 tables, 2 addendums and list of references. Total scope of work is 79 pages. The list of references occupies 3 pages and includes 42 positions.

2. Keywords:

MARKETING STRATEGY, PRODUCT STRATEGY, PRICE STRATEGY, SALES STRATEGY, COMMUNICATION STRATEGY

3. Summary text

The object of the research – LTD "TICKET2"

The subject of the research –LTD "TICKET2"

The purpose of the research is to identify areas for improving the marketing strategy of the LTD "TICKET2".

Methods of research. In this work, we used such research methods as analysis and synthesis, graphical, tabular, generalization, marketing research methods.

The results of the work and their novelty. The paper examines the theoretical aspects of marketing strategy, examines the content of the main marketing strategies used in the activities of a tourist enterprise; studied the organizational and economic characteristics of the travel agency "TICKET2"; The analysis of the marketing strategy of the travel agency "TICKET2"; an analysis of the market opportunities of the travel agency "TICKET2"; recommendations for improving the marketing strategy. The practical novelty of the work is to use methods for evaluating the effectiveness of the marketing strategy.

Authenticity of the materials and results of the diploma work. The materials used and the results of the thesis are reliable. Work done by yourself.

Recommendations on the usage. The results of the work can be used in the framework of improving the marketing strategy of a tourism enterprise.