

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма

Аннотация к дипломной работе

**РАЗВИТИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА
ЭКСКУРСИОННЫХ ЦЕНТРОВ БЕЛАРУСИ С
ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ СОБЫТИЙНОГО
МАРКЕТИНГА**

Мишталъ Анастасия Витальевна

Научный руководитель: Старший преподаватель,
Решетникова А.Н.

Минск, 2019

АННОТАЦИЯ

Мишталё Анастасии Витальевны

*Развитие и продвижение туристского продукта экскурсионных центров
Беларуси с использованием инструментов событийного маркетинга*

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, содержания, реферата, введения, трех глав, заключения, 10 таблиц, 11 иллюстрацию, списка использованных источников. Общий объем работы составляет 67 страниц. Список использованных источников занимает 4 страницы и включает 38 позиций.

2. Перечень ключевых слов

ИВЕНТ-ТУРИЗМ, инструменты событийного маркетинга
СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ, МАРКЕТИНГ В ИВЕНТ, ФЕСТИВАЛИ,
ПРОДВИЖЕНИЕ ИВЕНТОВ

3. Текст реферата

Объект исследования дипломной работы – инструменты событийного маркетинга в туризме.

Предмет исследования – особенности применения инструментов событийного маркетинга в продвижении экскурсионных центров Беларуси.

Цель работы – определить основные направления совершенствования развития и продвижения туристского продукта экскурсионных центров Беларуси с использованием событийного маркетинга.

Методы исследования: анализ и синтез, сравнение, наблюдение, сопоставление, обобщение теоретического и практического материала.

Исследования и разработки: изучено содержание понятия ивент-маркетинг; изучены виды ивентов и их особенности; рассмотрен зарубежный опыт ивент-маркетинга; проведен анализ особенностей ивент-маркетинга в центрах историко-культурного наследия Беларуси; изучены особенности применения инструментов ивент-маркетинга для продвижения туристского продукта на базе центров историко-культурного наследия Беларуси; определены основные пути совершенствования развития туристского продукта экскурсионных центров Беларуси с использованием событийного маркетинга; разработаны направления совершенствования продвижения туристского продукта экскурсионных центров Беларуси с использованием событийного маркетинга.

Технико-экономическая и социальная значимость проведенного исследования внедрение предложенных мероприятий позволит

содействовать продвижению туристского продукта экскурсионных центров Беларуси с использованием событийного маркетинга.

АНАТАЦЫЯ

Мішталё Анастасіі Вітальеуны

Развіццё і прасоўванне турысцкага прадукту экскурсійных цэнтраў Беларусі з выкарыстаннем інструментаў падзейнага маркетынгу

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з заданні на дыпломную працу, зместа, рэферата, увядзення, трох кіраўнікоў, заключэння, 10 табліц, 11 ілюстрацыю, спісу выкарыстаных крыніц. Агульны аб'ём працы складае 67 старонак. Спіс выкарыстаных крыніц займае 4 старонкі і ўключае 38 пазіцый.

2. Пералік ключавых слоў

ПАДЗЕЙНЫ МАРКЕТЫНГ, СПЕЦЫЯЛЬНАЕ ПАДЗЕЯ, EVENT-МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, PR, МАРКЕТЫНГ.

3. Тэкст рэферата

Аб'ект даследавання дыпломнай працы - інструменты падзейнага маркетынгу ў турызме.

Прадмет даследавання - асаблівасці прымянення інструментаў падзейнага маркетынгу ў прасоўванні экскурсійных цэнтраў Беларусі.

Мэта работы - вызначыць асноўныя напрамкі ўдасканалення развіцця і прасоўвання турысцкага прадукту экскурсійных цэнтраў Беларусі з выкарыстаннем падзейнага маркетынгу.

Метады даследавання: аналіз і сінтэз, параўнанне, назіранне, супастаўленне, абагульненне тэарэтычнага і практычнага матэрыялу.

Даследаванні і распрацоўкі: вывучана змест паняцця івэнт-маркетынгу; вывучаны віды івэнтаў і іх асаблівасці; разгледжаны замежны вопыт івэнт-маркетынгу; праведзены аналіз асаблівасцяў івэнт-маркетынгу ў цэнтрах гісторыка-культурнай спадчыны Беларусі; вывучаны асаблівасці прымянення інструментаў івэнт-маркетынгу для прасоўвання турысцкага прадукту на базе цэнтраў гісторыка-культурнай спадчыны Беларусі; вызначаны асноўныя шляхі ўдасканалення развіцця турысцкага прадукту экскурсійных цэнтраў Беларусі з выкарыстаннем падзейнага маркетынгу; распрацаваны напрамкі ўдасканалення прасоўвання турысцкага прадукту экскурсійных цэнтраў Беларусі з выкарыстаннем падзейнага маркетынгу.

Тэхніка-эканамічная і сацыяльная значнасць праведзенага даследавання ўкараненне прапанаваных мерапрыемстваў дазволіць садзейнічаць прасоўванню турысцкага прадукту экскурсійных цэнтраў Беларусі з выкарыстаннем падзейнага маркетынгу.

ANNOTATION

Mishtal Anastasia Vitalevna

Development and promotion of the tourist product of the excursion centers of Belarus using event marketing tools

1. **Structure and scope of the diploma work**

Thesis consists of tasks for the thesis, content, abstract, introduction, three chapters, conclusion, 10 tables, 11 illustrations, a list of sources. The total amount of work is 62 pages. List of sources used is 4 pages and contains 38 positions.

2. **Keywords**

EVENT-TOURISM, event marketing tools in EVENT TOURISM, MARKETING IN EVENT, FESTIVALS, PROMOTION OF EVENTS

3. **Summery text**

The object of study - event marketing tools in tourism.

The subject of research is the peculiarities of using event marketing tools in promoting tour centers in Belarus.

The purpose of the work is to determine the main directions of improving the development and promotion of the tourist product of the excursion centers of Belarus using event marketing.

Research methods: analysis and synthesis, comparison, observation, comparison, generalization of theoretical and practical material.

Research and development: the content of the concept of event marketing has been studied; types of events and their features were studied; reviewed foreign experience of event marketing; an analysis of the features of event marketing in the centers of historical and cultural heritage of Belarus; studied the features of application of tools of marketing for the promotion of the tourist product on the basis of the centers of historical and cultural heritage of Belarus; identified the main ways to improve the development of the tourist product of the excursion centers of Belarus using event marketing; directions for improving the promotion of the tourist product of the excursion centers of Belarus using event marketing have been developed.

The technical, economic and social significance of the conducted research introduction of the proposed measures will help promote the tourist product of the excursion centers of Belarus using event marketing.