

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма

Аннотация к дипломной работе

Международный опыт использования культурного наследия в формировании бренда туристских дестинаций

Шиманович Ангелина Вячеславовна

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры А. Н. Решетникова

Минск, 2021

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, 20 иллюстраций, 5 таблиц, 1 приложения, списка использованных источников. Общий объем работы составляет 76 страниц. Список использованной литературы занимает 5 страниц и включает 49 позиций.

2. Перечень ключевых слов

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ, ДЕСТИНАЦИЯ, КОНТЕНТ-АНАЛИЗ, КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ, НАЦИОНАЛЬНЫЙ БРЕНД, РЕЙТИНГ, ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ.

3. Текст реферата

Объект исследования: брендинг дестинаций на основе культурного потенциала.

Предмет исследования: международный опыт формирования брендинга туристских дестинаций и использование культурного наследия в рамках процесса брендинга.

Цель исследования: анализ возможности использования культурного наследия в качестве основы формирования идентичности и продвижения национального бренда на международном рынке.

Методы исследования: контент-анализ, социальный опрос, описание, сравнительный анализ, индукция и классификация.

Полученные результаты и их новизна: систематизирован материал о методических подходах зарубежных авторов к оценке туристского бренда дестинаций, выявлена роль культурного наследия при формировании бренда страны, изучено и проанализировано восприятие туристами культурно-исторического потенциала Беларуси методом контент-анализа интернет-отзывов, предложены направления по совершенствованию процессов брендинга в Беларуси.

Область возможного практического применения: результаты дипломной работы могут быть использованы для продолжения исследований национального брендинга, а также при проведении лекционных и семинарских занятий по дисциплинам «География международного туризма» и «Маркетинг туристских дестинаций».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, уводзінаў, трох глаў, заключэння, 20 ілюстрацый, 5 табліц, 1 дадатак, спісу выкарыстаных крыніц. Агульны аб'ём працы складае 76 старонак. Спіс выкарыстаных крыніц займае 5 старонак і ўключае 49 пазіцый.

2. Пералік ключавых слоў

ТЭРЫТАРЫЯЛЬНЫ БРЭНДЫНГ, ДЭСЦІНАЦЫЯ, КАНТЭНТ-АНАЛІЗ, КУЛЬТУРНАЯ СПАДЧЫНА, НАЦЫЯНАЛЬНЫ БРЭНД, РЭЙТЫНГ, ЗАМЕЖНЫ ВОПЫТ.

3. Тэкст рэферата

Аб'ект даследавання: брэндынг дэсцінацый на аснове культурнага патэнцыялу.

Прадмет даследавання: міжнародны вопыт фарміравання брэндынгу турысцкіх дэсцінацый і выкарыстанне культурнай спадчыны ў рамках працэсу брэндыравання.

Мэта даследавання: аналіз магчымасці выкарыстання культурнай спадчыны ў якасці асновы фармавання ідэнтычнасці і прасоўвання нацыянальнага брэнда на міжнародным рынку.

Метады даследавання: кантэнт-аналіз, сацыяльнае апытанне, апісанне, параўнальны аналіз, індукцыя і класіфікацыя.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: сістэматызаваны матэрыял аб метадычных падыходах замежных аўтараў да ацэнкі турысцкага брэнда дэсцінацый, выяўлена ролю культурнай спадчыны пры фарміраванні брэнда краіны, вывучана і прааналізавана ўспрыманне турыстамі культурна-гістарычнага патэнцыялу Беларусі метадам кантэнт-аналізу інтэрнэт-водгукаў, прапанаваны кірункі па ўдасканаленні працэсаў брэндынгу ў Беларусі.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі дыпломнай працы могуць быць выкарыстаны для працягу даследаванняў нацыянальнага брэндынгу, а таксама пры правядзенні лекцыйных і семінарскіх заняткаў па дысцыплінах «Геаграфія міжнароднага турызму» і «Маркетынг турысцкіх дэсцінацый».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ANNOTATION

1. Structure and scope of the diploma work

The diploma thesis consists of the diploma thesis assignment, table of contents, diploma thesis abstract, introduction, three chapters, conclusion, 20 illustrations, 5 tables, an application, reference list. The total scope of the thesis is 76 pages. The reference list covers 5 pages and includes 49 items.

2. Keywords

TERRITORIAL BRANDING, DESTINATION, CONTENT ANALYSIS, CULTURAL HERITAGE, NATIONAL BRAND, RANKING, FOREIGN EXPERIENCE.

3. Summary text

The object of the research: destination branding based on cultural potential.

The subject of the research: international experience in the formation of branding of tourism destinations and the use of cultural heritage as part of the branding process.

The purpose of the research: analysis of the possibility of using cultural heritage as the basis for the formation of identity and promotion of a national brand in the international market.

Methods of the research: content analysis, social survey, description, benchmarking, induction and classification.

Obtained results and their novelty: the material on the methodological approaches of foreign authors to the assessment of the brand of tourism destinations was systematized, the role of cultural heritage in the formation of the country's brand was revealed, the perception of the cultural and historical potential of Belarus by the method of content analysis of Internet reviews was studied and analyzed, directions for improving the branding processes in Belarus were proposed.

Area of possible practical application: the results of the research may be used for further studies of national branding, as well as during lectures and seminars on such disciplines as «Geography of International Tourism» and «Marketing of Tourism Destinations».

The author of the work confirms that computational and analytical material presented in it correctly and objectively reproduces the picture of investigated process, and all the theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from literary and other sources are given references to their authors.