**РЕФЕРАТ**

Сизовой Елены Владимировны

«ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО МУЗЕЯ ИСТОРИИ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ»

*Ключевые слова:* музейный туризм, туристический потенциал, Белорусский Государственный музей истории Великой Отечественной войны, маркетинг в туризме, Беларусь, туристические маршруты, зарубежный опыт в музейном туризме.

*Актуальность:* Белорусский Государственный музей истории Великой Отечественной войны является одним из наиболее показательных примеров развития музейного туризма в Беларуси. Музей Великой Отечественной войны является самым посещаемым и востребованным в Беларуси среди белорусских жителей и иностранных гостей, он обладает значимым историко-культурным потенциалом. Интересен музей как исследователям, так и широкому кругу людей. Музей стал визитной карточкой нашей столицы, включен в основные культурно-познавательные туристические программы, пробуждает интерес к историко-культурному наследию Беларуси, способствует развитию внутреннего и въездного туризма. Также музей является одной из составляющих развития музейного туризма в городе Минске.

*Цель исследования:* раскрыть туристический потенциал развития музейного туризма в Беларуси на примере Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны.

*Объектом* исследования заданной темы является Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны.

*Предметом* исследования является туристическая деятельность Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны.

*Методы исследования:* в работе использовались методы сравнительного и системного анализа и синтеза, а также методы индукции, дедукции и аналогии, структурно-типологический метод, методы абстрагирования.

*Выводы:* В дипломной работе выявлено, что культурно-познавательный туризм в целом и музейный туризм в частности связаны с получением новой информации и эмоций, облегчают вхождение в другую культуру посредством коммуникации и общения. Музей истории Великой Отечественной войны является объектом культурно – познавательного туризма в городе Минске. Музей на сегодняшний день является самым посещаемым и одним из главных туристических объектов в столице Беларуси. Музейный туризма стремительно развивается. Маркетинг позволяет расширять возможности музей, привлекать большое количество туристов, вызывать интерес для повторного посещения музея. Современный музей уже перестает выполнять только научно – познавательную функцию, а стремится развиваться и привлекать к себе новую аудиторию, чем и помогает маркетинговые приемы.

*Структура работы*: работа состоит из введения, пяти глав, заключения, библиографического списка, приложения. При подготовке использовалось 55 источников. Общий объем работы составляет 61 страница.

РЭФЕРАТ

Сізовы Алены Уладзіміраўны

«ТУРЫСТЫЧНЫ ПАТЭНЦЫЯЛ БЕЛАРУСКАГА ДЗЯРЖАЎНАГА МУЗЕЯ ГІСТОРЫІ ВЯЛІКАЙ АЙЧЫННАЙ ВАЙНЫ»

*Ключавыя словы:* музейны турызм, турыстычны патэнцыял, Беларускі Дзяржаўны музей гісторыі Вялікай Айчыннай вайны, маркетынг ў турызме, Беларусь, турыстычныя маршруты, замежны вопыт у музейным турызме.

*Актуальнасць*: Беларускі Дзяржаўны музей гісторыі Вялікай Айчыннай вайны з'яўляецца адным з найбольш паказальных прыкладаў развіцця музейнага турызму ў Беларусі. Музей Вялікай Айчыннай вайны з'яўляецца самым наведвальным і запатрабаваным у Беларусі сярод беларускіх жыхароў і замежных гасцей, ён валодае значным гісторыка-культурным патэнцыялам. Цікавы музей як даследчыкам, так і шырокаму колу людзей. Музей стаў візітнай карткай нашай сталіцы, уключаны ў асноўныя культурна-пазнавальныя турыстычныя праграмы, абуджае цікавасць да гісторыка-культурнай спадчыны Беларусі, спрыяе развіццю ўнутранага і ўязнога турызму. Таксама музей з'яўляецца адной з складнікаў развіцця музейнага турызму ў горадзе Мінску.

*Мэта даследавання:* раскрыць турыстычны патэнцыял развіцця музейнага турызму ў Беларусі на прыкладзе Беларускага дзяржаўнага музея гісторыі Вялікай Айчыннай вайны.

*Аб'ектам* даследавання зададзенай тэмы з'яўляецца Беларускі дзяржаўны музей гісторыі Вялікай Айчыннай вайны.

*Прадметам* даследавання з'яўляецца турыстычная дзейнасць Беларускага дзяржаўнага музея гісторыі Вялікай Айчыннай вайны.

 *Метады даследавання*: у рабоце выкарыстоўваліся метады параўнальнага і сістэмнага аналізу і сінтэзу, а таксама метады індукцыі, дэдукцыі і аналогіі, структурна-тыпалагічны метад, метады абстрагавання.

*Вынiкi:* у дыпломнай працы выяўлена, што культурна-пазнавальны турызм у цэлым і музейны турызм у прыватнасці звязаныя з атрыманнем новай інфармацыі і эмоцый, палягчаюць ўваходжанне ў іншую культуру з дапамогай камунікацыі і зносін. Музей гісторыі Вялікай Айчыннай вайны з'яўляецца аб'ектам культурна - пазнавальнага турызму ў горадзе Мінску. Музей на сённяшні дзень з'яўляецца самым наведвальным і адным з галоўных турыстычных аб'ектаў у сталіцы Беларусі. Музейны турызму імкліва развіваецца. Маркетынг дазваляе пашыраць магчымасці музей, прыцягваць вялікая колькасць турыстаў, выклікаць цікавасць для паўторнага наведвання музея. Сучасны музей ужо перастае выконваць толькі навукова - пазнавальную функцыю, а імкнецца развівацца і прыцягваць да сябе новую аўдыторыю, чым і дапамагае маркетынгавыя прыёмы.

*Структура працы:* праца складаецца з ўвядзення, пяці кіраўнікоў, заключэння, бібліяграфічнага спісу, прыкладання. Пры падрыхтоўцы выкарыстоўвалася 55 крыніц. Агульны аб'ём працы складае 61 старонка.

ABSTRACT

Sizova Elena

"TOURIST POTENTIAL OF THE BELARUSIAN STATE MUSEUM OF THE HISTORY OF THE GREAT PATRIOTIC WAR"

*Key words:* museum tourism, tourist potential, Belarusian State Museum of the History of the Great Patriotic War, marketing in tourism, Belarus, tourist routes, foreign experience in museum tourism.

*Relevance*: The Belarusian State Museum of the History of the Great Patriotic War is one of the most illustrative examples of the development of museum tourism in Belarus. The Museum of the Great Patriotic War is the most visited and demanded in Belarus among Belarusian residents and foreign guests; it has significant historical and cultural potential. The museum is interesting for both researchers and a wide range of people. The museum has become a visiting card of our capital, is included in the main cultural and educational tourist programs, awakens interest in the historical and cultural heritage of Belarus, contributes to the development of domestic and inbound tourism. Also, the museum is one of the components of the development of museum tourism in the city of Minsk.

*Purpose of the study*: to reveal the tourist potential of the development of museum tourism in Belarus on the example of the Belarusian State Museum of the History of the Great Patriotic War.

*The object* of research of the given topic is the Belarusian State Museum of the History of the Great Patriotic War.

*The subject* of the research is the tourist activity of the Belarusian State Museum of the History of the Great Patriotic War.

 *Research methods*: the work used methods of comparative and systemic analysis and synthesis, as well as methods of induction, deduction and analogy, structural-typological method, methods of abstraction.

*Conclusions:* In the thesis it was revealed that cultural and educational tourism in general and museum tourism in particular are associated with obtaining new information and emotions, facilitate entry into another culture through communication and communication. The Museum of the History of the Great Patriotic War is an object of cultural and educational tourism in the city of Minsk. The museum is by far the most visited and one of the main tourist sites in the capital of Belarus. Museum tourism is developing rapidly. Marketing allows you to expand the capabilities of the museum, attract a large number of tourists, and generate interest for re-visiting the museum. The modern museum no longer fulfills only a scientific and cognitive function, but seeks to develop and attract a new audience, which helps marketing techniques.

*Structure of the work:* the work consists of an introduction, five chapters, a conclusion, a bibliography, an appendix. 55 sources were used in the preparation. The total amount of work is 61 pages.