

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

Кафедра международного туризма

Аннотация к дипломной работе

Стратегия развития туристского предприятия в условиях пандемии
Covid-19

Гусева Надежда Андреевна

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры
Данильченко А.О.

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, 5-ти иллюстраций, 21-ой таблицы, 1-го приложения, списка использованных источников и литературы. Общий объем работы составляет 88 страниц. Список использованных источников и литературы занимает 4 страницы и включает 64 позиции.

2. Перечень ключевых слов

СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ, РЫНОК, ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ, РЕКЛАМА, СТИМУЛИРОВАНИЕ, ЭФФЕКТ

3. Содержание работы

Объект исследования – туроператор ООО «Корал Тревел».

Цель исследования – разработать маркетинговую стратегию туристского предприятия ООО «Корал Тревел» в условиях пандемии COVID-19 и предложить мероприятия по ее реализации.

Методы исследования – обобщение, классификации, сравнение, анализ, моделирование, описание, метод опроса, SWOT-анализ.

Полученные результаты и их новизна: рассмотрены теоретические аспекты маркетинговой стратегии туристского предприятия; проведена организационно-экономическая характеристика ООО «Корал Тревел», проанализирована маркетинговая деятельность предприятия, выработана маркетинговая стратегия и предложены мероприятия по ее реализации.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы. Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно- 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.

Область возможного практического применения – формирование стратегии развития туроператора ООО «Корал Тревел».

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, уводзінаў, трох частак, заключэння, 5-ці ілюстрацый, 21. Табліцы, 1-га дадатку, спісу выкарыстаных крыніц і літаратуры. Агульны аб'ём працы складае 88 старонак. Спіс скарыстаных крыніц і літаратуры займае 4 старонкі і ўключае 64 пазіцыі.

2. Пералік ключавых слоў

СТРАТЭГІЯ, МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГ У ТУРЫЗМЕ, РЫНАК, ІНСТРУМЕНТЫ РАХУНЕННЯ, РЭКЛАМА, СТЫМУЛЯВАННЕ, ЭФЕКТ

3. Змест працы

Аб'ект даследавання – тураператар ТАА «Карал Трэвел».

Мэта даследавання – распрацаваць маркетынговую стратэгію турысцкага прадпрыемства ТАА «Карал Трэвел» ва ўмовах пандэміі COVID-19 і прапанаваць мерапрыемствы па яе рэалізацыі.

Метады даследавання – абагульненне, класіфікацыі, параўнанне, аналіз, мадэляванне, апісанне, метады апытання, SWOT-аналіз.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: разгледжаны тэарэтычныя аспекты маркетынгававай стратэгіі турысцкага прадпрыемства; праведзена арганізацыйна-эканамічная характарыстыка ТАА "Карал Трэвел", прааналізавана маркетынговая дзейнасць прадпрыемства, вырацавана маркетынговая стратэгія і прапанаваны мерапрыемствы па яе рэалізацыі.

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

Вобласць магчымага практычнага прымянення - фарміраванне стратэгіі развіцця тураператара ТАА "Карал Трэвел".

ANNOTATION

1. Structure and scope of the thesis

The diploma work consists of a task for the thesis, table of contents, abstract of the thesis, introduction, three chapters, conclusion, 5 illustrations, 21 tables, 1 appendix, list of references and references. The total volume of work is 88 pages. The list of used sources and literature takes 4 pages and includes 64 items.

2. List of keywords

STRATEGY, MARKETING, MARKETING IN TOURISM, MARKET, PROMOTION TOOLS, ADVERTISING, STIMULATION, EFFECT

3. Content of the work

The object of the research is the tour operator Coral Travel LLC.

The purpose of the research is to develop a marketing strategy for the tourist enterprise Coral Travel LLC in the context of the COVID-19 pandemic and propose measures for its implementation.

Research methods – generalization, classification, comparison, analysis, modeling, description, survey method, SWOT analysis.

The obtained results and their novelty: theoretical aspects of the marketing strategy of a tourist enterprise are considered; the organizational and economic characteristics of Coral Travel LLC were carried out, the marketing activities of the enterprise were analyzed, a marketing strategy was developed and measures for its implementation were proposed.

Reliability of materials and results of the thesis. The author of the work confirms that the calculation and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

The area of possible practical application is the formation of a development strategy for the tour operator Coral Travel LLC.