

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
Кафедра международного туризма

Аннотация к дипломной работе

**Маркетинговая деятельность туристского предприятия
(на примере ООО «Топ-Тур»)**

Червинская Ангелина Андреевна

Научный руководитель:
кандидат географических наук, доцент
Решетников Д. Г.

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из оглавления, реферата, дипломной работы, введения, трех глав, заключения, 4 иллюстраций, 7 таблиц, 2 приложений, списка использованных источников. Общий объем работы составляет 65 страниц. Список использованных источников занимает 5 страниц и включает 69 позиций.

2. Перечень ключевых слов

Маркетинговая деятельность предприятия, продвижение туристского продукта, конкурентная среда, цифровизация маркетинговой деятельности, эффективность маркетинговой деятельности.

3. Текст реферата

Объект исследования – ООО «ТОП-ТУР».

Предмет исследования – маркетинговая деятельность ООО «ТОП-ТУР».

Цель работы – выявление особенностей организации маркетинговой деятельности туристского предприятия и разработка рекомендаций по повышению ее эффективности.

Методы исследования: проведение опроса, экспертная оценка, сравнительный анализ, SWOT-анализ.

Исследования и разработки: изучена специфика маркетинговой деятельности туристского предприятия, проведен анализ основных показателей хозяйственной деятельности ООО «ТОП-ТУР», предложены практические рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Область возможного практического применения: ООО «ТОП-ТУР», а также другие туристские предприятия, действующие на белорусском рынке. Технико-экономическая, социальная и (или) экономическая значимость: внедрение предлагаемых рекомендаций может способствовать повышению эффективности маркетинговой деятельности туристского предприятия ООО «ТОП-ТУР».

Предоставленный материал в дипломной работе объективно отражает состояние исследуемого процесса, все заимствованные из источников положения сопровождаются ссылками на их авторов.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з зместа, рэферата, дыпломнай працы, увядзення, трох частак, заключэння, 4 ілюстрацый, 7 табліц, 2 прыкладанняў, спісу выкарыстаных крыніц. Агульны аб'ём працы складае 65 старонак. Спіс скарыстаных крыніц займае 5 старонак і ўключае 69 пазіцый.

2. Пералік ключавых слоў

Маркетынговая дзейнасць прадпрыемства, прасоўванне турысцкага прадукта, канкурэнтнае асяроддзе, цыфравізацыя маркетынгавай дзейнасці, эфектыўнасць маркетынгавай дзейнасці.

3. Тэкст рэферата

Аб'ект даследавання - ТАА «ТОП-ТУР».

Прадмет даследавання - маркетынговая дзейнасць ТАА «ТОП-ТУР».

Мэта працы - выяўленне асаблівасцяў арганізацыі маркетынгавай дзейнасці турысцкага прадпрыемства і распрацоўка рэкамендацый па павышэнні яе эфектыўнасці.

Метады даследавання: правядзенне апытання, экспертная ацэнка, параўнальны аналіз, SWOT-аналіз.

Даследаванні і распрацоўкі: вывучана спецыфіка маркетынгавай дзейнасці турысцкага прадпрыемства, праведзены аналіз асноўных паказчыкаў гаспадарчай дзейнасці ТАА "ТОП-ТУР", прапанаваны практычныя рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: ТАА "ТОП-ТУР", а таксама іншыя турысцкія прадпрыемствы, якія дзейнічаюць на беларускім рынку.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная і (або) эканамічная значнасць: укараненне прапанаваных рэкамендацый можа садзейнічаць павышэнню эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці турысцкага прадпрыемства ТАА "ТОП-ТУР".

Прадстаўлены матэрыял у дыпломнай працы аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, усе запазычаныя з крыніц становішча суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ANNOTATION

1. The structure and scope of the thesis

The thesis consists of a table of contents, an abstract, a thesis, an introduction, three chapters, a conclusion, 4 illustrations, 7 tables, 2 appendices, a list of references. The total volume of work is 65 pages. The list of sources used occupies 5 pages and includes 69 units.

2. Keywords

Marketing activities of the enterprise, promotion of a tourist product, competitive environment, digitalization of marketing activities, effectiveness of marketing activities.

3. Abstract text

Object of research – the «ТОП-ТYP» LLC.

The subject of the investigation - marketing activities of the «ТОП-ТYP» LLC.

Purpose – analysis of the company's marketing activities and development of ways to improve it.

Research methods: conducting a survey, expert evaluation, comparative analysis, SWOT-analysis.

Research and development: the specifics of the marketing activity of a tourist enterprise were studied, the analysis of the main indicators of the economic activity of «ТОП-ТYP» LLC was carried out, practical recommendations were proposed for improving the marketing activities of the enterprise.

The area of possible practical application: «ТОП-ТYP» LLC, as well as other tourist enterprises operating on the Belarusian market.

Economic and social significance: the implementation of the proposed recommendations can improve the effectiveness of the marketing activities of the tourist enterprise «ТОП-ТYP» LLC.

The material provided in the thesis objectively reflects the state of the process under study, all provisions borrowed from sources are accompanied by references to their authors.