

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

Аннотация дипломной работы

**ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ БРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ
ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ
ДЕСТИНАЦИЙ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ВОЗМОЖНОСТИ
РАЗВИТИЯ БЕЛАРУСИ**

Атаева Лейла Тойлиевна

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

Минск, 2023

Аннотация

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, 6 иллюстраций, 3 таблиц, списка использованных источников. Общий объем работы составляет 71 страница. Список использованных источников занимает 5 страниц и включает 71 позицию.

2. Перечень ключевых слов

«ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ БРЕНДИНГ», БРЕНД, ДЕСТИНАЦИЯ, ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ, КУЛИНАРНЫЙ БРЕНД, МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИИ

3. Текст реферата

Объект исследования – гастрономический брендинг регионов.

Цель исследования – выявление сущности гастрономического брендинга, его роли в продвижении туристских дестинаций и определении возможностей применения зарубежного опыта гастрономического брендинга в Беларуси.

Методы исследования: функциональный анализ; статистический анализ; синтез; метод исторического и логического; сравнение; обобщение; классификация; наблюдение.

Полученные итоги и их новизна. изучены основные понятия «гастрономического брендинга»; определены особенности применения гастрономического брендинга в продвижении туристских дестинаций; разработаны рекомендации по применению зарубежного опыта гастрономического брендинга в условиях Беларуси

Достоверность материалов и результатов дипломной работы. Использованные материалы и результаты дипломной работы являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно. Достоверность определяется самостоятельно собранными фактическими данными и использованием общепринятых и научно обоснованных методов анализа привлеченных данных.

Рекомендации по использованию результатов работы. Результаты работы могут быть использованы для разработки стратегий развития сферы гастрономического туризма как отдельных регионов Республики Беларусь, так и страны в целом.

Анатацыя

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, ўвядзення, трох глаў, заключэння, 6 ілюстрацый, 3 табліц, спісу выкарыстаных крыніц. Агульны аб'ём працы складае 68 старонак. Спіс выкарыстаных крыніц займае 5 старонак і ўключае 71 пазіцыю.

2. Пералік ключавых слоў

«ГАСТРАНАМІЧНЫ БРЭНДЫНГ», БРЭНД, ДЭСТЫНАЦЫЯ, ЗАМЕЖНЫ ДОСВЕД, КУЛІНАРНЫ БРЭНД, МАРКЕТЫНГ ТЭРЫТОРЫІ.

3. Тэкст рэферата

Аб'ект даследавання – гастронамічны брэндынг рэгіёнаў.

Мэта даследавання – выяўленне сутнасці гастронамічнага брэндынгу, яго ролі ў прасоўванні турысцкіх дэстынацый і вызначэнні магчымасцей прымянення замежнага вопыту гастронамічнага брэндынгу ў Беларусі.

Метады даследавання: функцыянальны аналіз; статыстычны аналіз; сінтэз; метады гістарычнага і лагічнага; параўнанне; абагульненне; класіфікацыя; назіранне.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. вивучаны асноўныя паняцці "гастронамічнага брэндынгу"; вызначаны асаблівасці прымянення гастронамічнага брэндынгу ў прасоўванні турысцкіх дэстынацый; распрацаваны рэкамендацыі па прымяненні замежнага вопыту гастронамічнага брэндынгу ва ўмовах Беларусі.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы. Выкарыстаныя матэрыялы і вынікі дыпломнай работы з'яўляюцца дакладнымі. Праца выканана самастойна. Дакладнасць вызначаецца самастойна сабранымі фактычнымі дадзенымі і выкарыстаннем агульнапрынятых і навукова абгрунтаваных метадаў аналізу прыцягнутых даных.

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы. Вынікі працы могуць быць скарыстаны для распрацоўкі стратэгіі развіцця сферы гастронамічнага турызму як асобных рэгіёнаў Рэспублікі Беларусь, так і краіны ў цэлым.

Anotation

1. Structure and scope of the diploma work

2. The thesis consists of a table of contents, an abstract of the thesis, an introduction, three chapters, a conclusion, 6 illustrations, 3 tables, a list of references. The total volume of work is 71 pages. The list of sources used takes 5 pages and includes 71 positions.

3. Keywords «GASTRONOMIC BRANDING», BRAND, DESTINATION, FOREIGN EXPERIENCE, CULINARY BRAND, TERRITORIAL MARKETING.

4. Summary text

The object of the study is gastronomic branding of regions.

The purpose of the study is to identify the essence of gastronomic branding, its role in promoting tourist destinations and identifying the possibilities of applying foreign experience in gastronomic branding in Belarus.

Research methods: functional analysis; statistical analysis; synthesis; historical and logical method; comparison; generalization; classification; observation.

The results obtained and their novelty. studied the basic concepts of "gastronomic branding"; the features of the application of gastronomic branding in the promotion of tourist destinations are determined; recommendations were developed on the application of foreign experience in gastronomic branding in the conditions of Belarus

Authenticity of the materials and results of the diploma work. The materials used and the results of the thesis work are reliable. The work was done independently. Reliability is determined by self-collected factual data and the use of generally accepted and evidence-based methods for analyzing the data involved.

Recommendations on the usage. The results of the work can be used to develop strategies for the development of the sphere of gastronomic tourism both in individual regions of the Republic of Belarus and the country as a whole.