

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма

Аннотация дипломной работы

**Организация концертной деятельности и ее влияние на
туристические потоки в регионах Беларуси**

КАТРИЧ Антонина Валерьевна

Научный руководитель:

доктор экономических наук,
профессор
Давыденко Л. Н.

Минск, 2023

Аннотация

Дипломная работа: 52 с., 4 табл., 34 ист.

Ключевые слова: концертная деятельность, театрально-концертная деятельность, менеджмент театрально-концертной деятельности, брендинг театрально-концертной деятельности, организация театрально-концертной деятельности.

Объект исследования: концертная деятельность.

Предмет исследования: менеджмент концертной деятельности и его влияние на туристические потоки в регионах Беларуси.

Цель исследования: раскрытие особенностей организации концертной и театральной деятельности и степень ее влияния на туристические потоки в регионах Беларуси.

Методы исследования: описание, изучение и системный анализ источников, анализ статистических данных, систематизация и логическое обобщение фактического материала, сравнительный анализ с дальнейшим выявлением общих и отличительных черт

Полученные результаты и их новизна: проанализированы основные факторы влияния на развитие концертной деятельности, организационные особенности менеджмента концертной деятельности, влияние маркетинга и, в частности, брендинга на развитие этой сферы, методики создания устойчивого брендинга, предложены механизмы совершенствования государственно-частного партнерства и методы информационного обеспечения концертной деятельности.

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.

Анатацыя

Дыпломная работа: 52 с., 4 табл., 34 гіст.

Ключавыя словы: канцэртная дзейнасць, тэатральна-канцэртная дзейнасць, менеджмент тэатральна-канцэртнай дзейнасці, брэндынг тэатральна-канцэртнай дзейнасці, арганізацыя тэатральна-канцэртнай дзейнасці.

Аб'ект даследавання: канцэртная дзейнасць.

Прадмет даследавання: менеджмент канцэртнай дзейнасці і яго ўплыў на турыстычныя плыні ў рэгіёнах Беларусі.

Мэта даследавання: раскрыццё асаблівасцей арганізацыі канцэртнай і тэатральнай дзейнасці і ступень яе ўплыву на турыстычныя патокі ў рэгіёнах Беларусі.

Метады даследавання: апісанне, вывучэнне і сістэмны аналіз крыніц, аналіз статыстычных дадзеных, сістэматызацыя і лагічнае абагульненне фактычнага матэрыялу, параўнальны аналіз з далейшым выяўленнем агульных і адметных рыс

Атрыманыя вынікі і іх навізна: прааналізаваны асноўныя фактары ўплыву на развіццё канцэртнай дзейнасці, арганізацыйныя асаблівасці менеджменту канцэртнай дзейнасці, уплыў маркетынгу і, у прыватнасці, брэндынгу на развіццё гэтай сферы, метадыкі стварэння ўстойлівага брэндынгу, прапанаваны механізмы ўдасканалення дзяржаўна-прыватнага партнёрства і метады інфармацыйнага забеспячэння канцэртнай дзейнасці.

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 палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Anotation

Degree paper:: 52 pp., 4 tab., 34 sources.

Key words: concert activity, theatrical and concert activity, management of theatrical and concert activity, branding of theatrical and concert activity, organization of theatrical and concert activity.

Object of research: concert activity.

Subject of study: management of concert activities and its impact on tourist flows in the regions of Belarus.

The purpose of the study: to reveal the features of the organization of concert and theater activities and the degree of its influence on tourist flows in the regions of Belarus.

Research methods: description, study and systematic analysis of sources, analysis of statistical data, systematization and logical generalization of factual material, comparative analysis with further identification of common and distinctive features

The results obtained and their novelty: the main factors of influence on the development of concert activities, organizational features of the management of concert activities, the impact of marketing and, in particular, branding on the development of this area, methods for creating sustainable branding, are analyzed, mechanisms for improving public-private partnerships and methods of information support are proposed concert activity.

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.