

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
Кафедра международных отношений**

Аннотация дипломной работы

**Место и роль рекламы в продвижении турпродукта объектов
гостеприимства Республики Беларусь**

Масюк Артём Вадимович

Научный руководитель: кандидат экономических наук, доцент О.П.
Ефимова-Стадник

Минск, 2024

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, и приложений. 6 иллюстраций, 3 таблицы, списка использованных источников. Общий объем работы составляет 70 страниц. Список использованных источников занимает 7 страниц и включает 59 позиций.

2. Перечень ключевых слов

Реклама, продвижение, туризм, индустрия гостеприимства, иновационные технологии, туристический продукт, рекламная стратегия, travel card, Республика Беларусь.

3. Содержание работы

Объект исследования - реклама как средство продвижения турпродукта объектов гостеприимства Республики Беларусь

Предмет исследования – методы и эффективность рекламы в Республике Беларусь.

Цель исследования: разработка рекламной стратегии по продвижению турпродуктов гостеприимства в Республике Беларусь.

Методы исследования: В работе использованы теоретические и эмпирические методы исследования (классификация, сравнительный анализ, синтез и обобщение полученной информации, математические и экономические расчеты, метод экспертной оценки, PEST-анализ, SWOT-анализ).

Полученные итоги и их новизна. Проведен PEST-анализ. Методом экспертной оценки рассчитаны средние взвешенные показатели степени влияния информационно-коммуникационных технологий на индустрию туризма Республики Беларусь. Экспертами выступили работники туристических предприятий Республики Беларусь. По результатам анализа разработана стратегия по продвижению турпродуктов гостеприимства в Республике Беларусь.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы. - Использованные материалы и результаты дипломной работы являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно.

Рекомендации по использованию результатов работы. Итоги работы могут быть использованы как стратегия по продвижению турпродуктов гостеприимства в Республике Беларусь.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з зместа, рэферата дыпломнай працы, ўвядзення, трох кіраўнікоў, заключэння, і прыкладанняў. 6 ілюстрацый, 3 табліцы, спісу выкарыстаных крыніц. Агульны аб'ём працы складае 70 старонак. Спіс выкарыстаных крыніц займае 7 старонак і ўключае 59 пазіцый.

2. Пералік ключавых слоў

Рэклама, прасоўванне, турызм, індустрыя гасціннасці, іновационные тэхналогіі, турыстычны прадукт, рэкламная стратэгія, travel card, Рэспубліка Беларусь.

3. Змест работы

Аб'ект даследавання-рэклама як сродак прасоўвання турпрадукту аб'ектаў гасціннасці Рэспублікі Беларусь

Прадмет даследавання-метады і эфектыўнасць рэкламы ў Рэспубліцы Беларусь.

Мэта даследавання: распрацоўка рэкламнай стратэгіі па прасоўванні турпрадуктаў гасціннасці ў Рэспубліцы Беларусь.

Метады даследавання: У працы выкарыстаныя тэарэтычныя і эмпірычныя метады даследавання (класіфікацыя, параўнальны аналіз, сінтэз і абагульненне атрыманай інфармацыі, матэматычныя і эканамічныя разлікі, метады экспертнай ацэнкі, PEST-аналіз, SWOT-аналіз).

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Праведзены pest-аналіз. Метадам экспертнай ацэнкі разлічаны сярэднія ўзважаныя паказчыкі ступені ўплыву інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогій на індустрыю турызму Рэспублікі Беларусь.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы. - Выкарыстаныя матэрыялы і вынікі дыпломнай працы з'яўляюцца дакладнымі. Праца выканана самастойна.

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы. Вынікі працы могуць быць выкарыстаныя як стратэгія па прасоўванні турпрадуктаў гасціннасці ў Рэспубліцы Беларусь.

ANNOTATION

1. The structure and scope of the thesis

The thesis consists of a table of contents, an abstract of the thesis, an introduction, three chapters, a conclusion, and appendices. 6 illustrations, 3 tables, and a list of sources used. The total volume of the work is 70 pages. The list of sources used occupies 7 pages and includes 59 items.

2. List of keywords

Advertising, promotion, tourism, hospitality industry, innovative technologies, tourism product, advertising strategy, travel card, Republic of Belarus.

3. The content of the work

The object of the study is advertising as a means of promoting the tourist product of the hospitality facilities of the Republic of Belarus

The subject of the study is the methods and effectiveness of advertising in the Republic of Belarus.

The purpose of the study: to develop an advertising strategy for the promotion of hospitality tourism products in the Republic of Belarus.

Research methods: The work uses theoretical and empirical research methods (classification, comparative analysis, synthesis and generalization of the information obtained, mathematical and economic calculations, expert assessment method, PEST analysis, SWOT analysis).

The results obtained and their novelty. A PEST analysis was performed. The weighted average indicators of the degree of influence of information and communication technologies on the tourism industry of the Republic of Belarus are calculated by the method of expert assessment. The experts were employees of tourism enterprises of the Republic of Belarus. Based on the results of the analysis, a strategy has been developed to promote hospitality tourism products in the Republic of Belarus.

The reliability of the materials and results of the thesis. - The materials used and the results of the thesis are reliable. The work was done independently.

Recommendations for using the results of the work. The results of the work can be used as a strategy to promote hospitality tourism products in the Republic of Belarus.