

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

Аннотация дипломной работы

**Использование методов интернет-маркетинга в туристической
сфере: зарубежный и национальный опыт применения**

Раголевич Екатерина Дмитриевна

Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент Клицунова В.А.

Минск, 2024

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, 15 иллюстраций, 7 таблиц, списка использованных источников и литературы. Общий объем работы составляет 75 страниц. Список использованных источников и литературы занимает 5 страниц и включает 48 позиций.

2. Перечень ключевых слов

Интернет-маркетинг, интегрированные маркетинговые коммуникации, турпродукт, социальные сети, продвижение, сфера туризма.

3. Текст аннотации

Объект исследования – туристические организации Республики Беларусь.

Предмет исследования – интернет-маркетинг в деятельности белорусских туристических организаций.

Цель исследования – анализ использования интернет-маркетинга в туристической сфере с целью выявления ключевых принципов, которые способствуют эффективной маркетинговой деятельности в сфере туризма.

Методы исследования: методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, аналогии, сравнения, проведение социологического опроса.

Полученные итоги и их новизна. В работе рассмотрены основы интернет-маркетинга, маркетинговая деятельность зарубежных дестинаций в сети интернет, проанализировано использование инструментов и методов интернет-маркетинга частными туристическими предприятиями, проведен социологический опрос для выявления факторов, влияющих на выбор туристического продукта потребителями, сформулированы рекомендации для дальнейшего продвижения туристических предприятий Республики Беларусь.

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

Рекомендации по использованию результатов работы. Результаты данного исследования могут быть использованы туристическими предприятиями, маркетинговыми специалистами, исследователями и другими заинтересованными сторонами для более эффективного планирования и реализации маркетинговых стратегий в условиях современного онлайн-пространства, также туристическими организациями и администрацией Республики Беларусь.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, ўвядзення, трох кіраўнікоў, заключэння, 15 ілюстрацый, 7 табліц, спісу выкарыстowanych крыніц і літаратуры. Агульны аб'ём працы складае 75 старонак. Спіс выкарыстаных крыніц і літаратуры займае 5 старонак і ўключае 48 пазіцый.

2. Пералік ключавых слоў

Інтэрнет-маркетынг, інтэграваныя маркетынгавыя камунікацыі, турпрадукт, сацыяльныя сеткі, прасоўванне, сфера турызму.

3. Тэкст анатацыі

Аб'ект даследавання – турыстычныя арганізацыі Рэспублікі Беларусь.

Прадмет даследавання – інтэрнет-маркетынг у дзейнасці беларускіх турыстычных арганізацый.

Мэта даследавання – аналіз ўзроўню развіцця сістэмы маркетынгавых камунікацый санаторна-курортных арганізацый і выпрацоўка рэкамендацый па яе ўдасканаленні.

Метады даследавання: метады аналізу і сінтэзу, індукцыі і дэдукцыі, аналогіі, параўнанні, правядзенне сацыялагічнага апытання

Атрыманыя вынікі і іх навізна. : у працы разгледжаны асновы інтэрнэт-маркетынгу, маркетынгавая дзейнасць замежных дэстынацый у сетцы інтэрнэт, прааналізавана выкарыстанне інструментаў і метадаў інтэрнэт-маркетынгу прыватнымі турыстычнымі прадпрыемствамі, праведзена сацыялагічнае апытанне для выяўлення фактараў, якія ўплываюць на выбар турыстычнага прадукта спажывцамі, сфармуляваны рэкамендацыі для далейшага прасоўвання. 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 дадзенага даследавання могуць быць выкарыстаны турыстычнымі прадпрыемствамі, маркетологамі, даследчыкамі і іншымі зацікаўленымі бакамі для больш эфектыўнага планавання і рэалізацыі маркетынгавых стратэгий ва ўмовах сучаснай анлайн-прасторы, а таксама турыстычнымі арганізацыямі і адміністрацыяй Рэспублікі Беларусь.

ANNOTATION

1. Structure and scope of the diploma work

The diploma work consists of diploma work assignment, table of contents, diploma work summary, introduction, 15 illustrations, 7 tables, a list of references and sources used. Total scope of work is 75 pages. The list of the used sources and references occupies 5 pages and includes 48 positions.

2. Keywords

Internet marketing, integrated marketing communications, tourism products, social networks, promotion, tourism.

3. Summary text

The object of the study tourism organizations of the Republic of Belarus

The subject of the study – Internet marketing in the activities of Belarusian tourism organizations.

The purpose of the research is the analysis of the use of Internet marketing in the tourism sector in order to identify key principles that contribute to effective marketing activities in the tourism sector.

Methods of research: methods of analysis and synthesis, induction and deduction, analogies, comparisons, conducting a sociological survey.

The results of the work and their novelty. The work examines the basics of Internet marketing, marketing activities of foreign destinations on the Internet, analyzes the use of Internet marketing tools and methods by private tourism enterprises, conducts a sociological survey to identify factors influencing the choice of a tourism product by consumers, and formulates recommendations for further promotion of tourism enterprises of the Republic of Belarus.

Authenticity of the materials and results of the diploma work. The materials used and the results of the thesis are reliable. The work was done independently.

Recommendations on the usage. The results of this study can be used by tourism enterprises, marketers, researchers and other interested parties for more effective planning and implementation of marketing strategies in the modern online space, as well as tourism organizations and the administration of the Republic of Belarus.