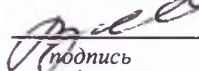


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой профессор


В.Ф.Володько
«19» 06 2018 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

«МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ»

Специальность 1-26 02 02 «Менеджмент»


Специализация 1-26 02 02-05 «Международный менеджмент»

Студент Группа 30801213
группы


подпись

Алексейчик В.М.

Руководитель
(старший преподаватель)


подпись


Марцева С.В.

Консультанты:
по управленческой и
по экономической части
(старший преподаватель)


подпись

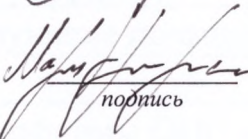
Марцева С.В.

по технологической части
(к.э.н., доцент)


подпись

Ковалёв А.В.

Ответственный за нормоконтроль
(аспирант)


подпись

М.А. Громова

Объем работы:

дипломная работа — 80 страницы;

графическая часть — 9 листов А4;

цифровые носители — 1 диск.

Минск 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа 81 страниц, 13 рисунков, 11 таблиц, 30 источников.

Ключевые слова: Туристическое агентство, маркетинг на туристическом рынке, продвижение турфирмы, реклама как способ продвижения услуг турфирмы, маркетинг туристического агентства, финансовые показатели, анализ осуществляемой маркетинговой деятельности, предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности.

Объект исследования: туристическое агентство ООО «Мои любимые туры» .

Предмет исследования: маркетинговая деятельность на туристическом рынке

Цель дипломной работы: анализ маркетинговой деятельности туристической организации, повышение эффективности маркетинговой деятельности.

Задачи дипломной работы: изучить практические основы маркетинга на туристическом рынке; разработать маркетинговые алгоритмы продвижения туристической организации, оценить эффективность предложенных методов повышения эффективности маркетинговой деятельности.

Методы исследования: эмпирический метод маркетинговых исследований, анализ конкурентной среды, выявление сильных и слабых сторон фирмы.

Полученные результаты и их новизна: изучены основные стратегии маркетинга на рынке туристических услуг; разработаны алгоритмы, позволяющие рассчитывать оптимальную маркетинговую стратегию; указаны главные ошибки руководства организации, найдены пути решения описанных маркетинговых проблем.

Область применения, экономическая эффективность (практическая значимость): результаты исследований могут использоваться руководством туристической организации, с целью выбора стратегии и принятия решения при проведении совершенствования маркетинговой деятельности на предприятии.



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Багиев Г. Л. и др. Маркетинг: Учебник для ВУЗов / Г. Л. Багиев, В.М. Тарасевич., Х. Анн; Под общ. ред. Г. Л. Багиева. М.: ОАО “Издательство “Экономика”, 2012. – 245 с.
2. Балабанов И. Т. Экономика туризма: Учеб. Пособие. – М.: Финансы и статистика, 2011 – с. 289.
3. Батра Р., Майерс Д.Д., Аакер Д.А. Рекламный менеджмент: Пер. с англ. – 5-е изд. – М.: СПб., 2012. – 784 с.
4. Джефкинс Ф. Реклама: Учеб. пособие для вузов по специальности 350700 - Реклама / Фрэнк Джефкинс; Пер. с англ. под ред. Б.Л.Еремина. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — XIX, 523 с.
5. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: - Мн.: Новое знание, 2005 – с.366.
6. Ильин В.Я. Особенности журнальной и газетной рекламы. - Маркетинг в России и за рубежом №3 / 2007 г. – с. 32-37
7. Ильина Е. Н. Менеджмент транспортных услуг: Учебник.- Мн.: Амалфея, 2013.
8. Кириллов А. Т., Волкова Л. А. Маркетинг в туризме. - СПб., 2013 – с.366.
9. Король А.Н. Организация и планирование рекламы: Учебное пособие. – Хабаровск: ХГАЭП, 2011. – 124 с.
10. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2009. — 576 с.
11. МакДональд М. Стратегическое планирование маркетинга. – СПб.: Питер, 2010. – 586 с.
12. Максимчук А.Д. Механизм зависимости: собственность, конкуренция и эффективность хозяйствования. Мн.: ИП «Экоперспектива», 2012.- 240 с.
13. Маркетинг: Учебник / Романов А.Н., Коряюгов Ю.Ю., Красильников С.А. и др.; Под ред. А.Н. Романова. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012. - 560 с.: ил.

14. Моисева Н.К. Международный маркетинг: Учебник. — М.: Центр экономики и маркетинга, 2011.
15. Мудров А.Н. Основы рекламы. — М.: Инфра, 2012. — 163 с.
16. Музыкант В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике: Учеб. пособие. — Москва: Армада-пресс, 2013. — 686 с.
17. О'Гуинн Т.С. Реклама и продвижение бренда: пер. с англ. / Томас С.О'Гуинн, Крис Т.Аллен, Ричард Дж.Семеник. — 3-е изд. — СПб.: Нева, 2012. — 651 с.
- 18.
19. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К., Шахурин В.Г. Рекламная деятельность: Учебник. — М., 2008. — 244 с.
20. Песоцкий Е.А. Реклама и психология потребителя / Е.А.Песоцкий. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. — 186 с.
21. Реклама: принципы и практика: Пер. с англ. / Уильям Уэллс, Джон Бернет, Сандра Мориарти. — 2-е изд., испр. — СПб.: Питер, 2013. — 735 с.
22. Уперов В.В. Реклама - ее сущность, значение, историческое развитие и психологические основы //Торговля и реклама, СПб., — 2012, - 157с.
23. Уперов В.В. Реклама - ее сущность, значение, историческое развитие и психологические основы //Торговля и реклама, СПб., — 2011, 157с.
24. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2010. — 528 с.
25. Экономическая теория: Учеб. пособие/ Л.Н. Давыденко, А.И.Базылева, А.А.Дичковский и др.; Под общ. ред. Л.Н.Давыденко. — Мн.: Выш. шк., 2012. — 366 с.
26. Контекстная реклама в Интернете. Настольная книга рекламиста /под ред. Басова А.В. — СПб.: Питер, 2009. — 247 с.
27. Костина, А.В. Основы рекламы/ А.В. Костина.— М.: КноРус, 2008. — 272 с.

28. Клокова, А.В. Расходы на рекламу/ А.В. Клокова. – М.: Бератор – Паблишинг, 2008. – 156 с.
29. Лидовская, О.И. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. Готовые маркетинговые решения / О.И. Лидовская.– СПб.: Питер, 2008. – 169 с.
30. Мокшанцев, Р.И. Психология рекламы/ Р.И. Мокшанцев.– М.: Инфра-М, 2009. – 180 с.