

РЕФЕРАТ

Тема выпускной квалификационной работы: Организация продвижения Словении на туристском рынке России (на примере туристской фирмы ООО «БлюСкай – Тревелшоп»)

Автор ВКР: Аксаментова А.А., студентка института международного сервиса, туризма и иностранных языков, группы 501(С)

Научный руководитель: Линец С.И., доктор исторических наук, профессор кафедры туризма и гостиничного сервиса

Сведения об организации-заказчике: Общество с ограниченной ответственностью «БлюСкай - Тревелшоп» функционирует в г. Пятигорске с первого июня 2011 года и является уполномоченным агентством «Coral Travel». Сеть туристских агентств БлюСкай действует на рынке России уже более одиннадцати лет и по праву завоевала репутацию фирмы, отличающейся стабильностью и надежностью.

БлюСкай является полноправным участником группы компаний OTI – крупной международной структуры, в которую также входят туроператоры ODEON TOURS (Турция, Египет), HOLIDAY'M SERVICE (Турция), CORAL TRAVEL (Россия), SUNMAR (Россия), A-CLASS (Россия), WEZYR HOLIDAYS (Польша), гостиничная сеть OTIUM HOTELS INTERNATIONAL (Турция) и компания OGD SECURITY & CONSULTANCY (Турция).

Актуальность темы исследования: Актуальность темы исследования предопределена высокой необходимостью пополнения теоретической и методологической базы маркетинга территории, целесообразностью совершенствования способов его применения на практике. Страна как туристская дестинация – основополагающее понятие в туристской деятельности, отражающее взаимосвязь и взаимозависимость туризма с внешними социально-экономическими макросредами. Таким образом, проблема формирования комплекса продвижения применительно к маркетингу туристской дестинации особенно значима в настоящее время.

Цель работы: Разработка методических и практических рекомендаций по организации продвижения Словении на туристском рынке России. Данная деятельность способна повысить эффективность использования природного и туристского потенциала страны.

Задачи:

- изучение теоретических аспектов продвижения местности, выявив место данного процесса в туристском маркетинге;
- выявление структуры и специфики организации продвижения страны как туристской дестинации для разработки практических рекомендаций по ее формированию;
- оценка и проведение анализа природных и туристско-рекреационных ресурсов дестинации Словения;
- исследование стратегических направлений развития сотрудничества России и Словении;
- выявление роли туристской фирмы «БлюСкай-Тревелшоп» в формировании образа Словении в качестве привлекательной туристской дестинации;
- формулирование практических рекомендаций по организации продвижения дестинации Словения турфирмой с целью повышения эффективности использования ее потенциала.

Теоретическая и практическая значимость исследования: Разработанный комплекс управления продвижением территории на туристском рынке даст возможность учитывать влияние ряда значимых факторов. Результаты исследования могут быть использованы в качестве материала к курсу лекций преподавателями вузов, научными и практическими работниками, заинтересованными в успешном управлении продвижением дестинации на туристский рынок. Выводы и рекомендации могут быть положены в основу практической деятельности туристской организации «БлюСкай» и консалтинговых компаний, являющихся субъектами туристского рынка.

Результаты исследования: В данной работе был проведен анализ деятельности, связанной с продвижением страны на туристском рынке и ее осуществление предприятием (ООО «БлюСкай-Тревелшоп»). При этом были совершены следующие действия:

- Рассмотрено продвижение страны на туристском рынке как процесс.
- Выявлены способы и инструменты продвижения страны на рынке туризма.
- Определено современное состояние туристского потенциала Словении, перспективы ее развития.
- Исследованы стратегические направления развития сотрудничества России и Словении.
- Выявлена роль туристской фирмы «БлюСкай-Тревелшоп» в формировании образа Словении в качестве привлекательной туристской дестинации.
- Сформулированы практические рекомендации по организации продвижения дестинации Словения турфирмой с целью повышения эффективности использования ее потенциала.

Рекомендации:

- создание отдела маркетинга, занимающегося распространением рекламных сообщений;
- изменение интерфейса сайта «БлюСкай»;
- отражение новой информации об услугах;
- предоставление возможности пользователям оставлять комментарии и задавать вопросы;
- проведение опросов на сайте;
- создание вкладки, информирующей гостей о предстоящих событиях в Словении;

- осуществление мобильной рассылки о специальных предложениях и акциях турфирмы;
- создание слогана и логотипа, чтобы сформировать туристский бренд республики на территории РФ;
- корректирование названия туров в Словению;
- распространение информации о национальных традициях Словении, ее промыслах и ремеслах, новых музеях, выставках, событийных мероприятиях;
- проведение различных выставок, посвященных культуре и потенциалу Словении, презентации новых словенских направлений и событий, фестивалей на базе двустороннего сотрудничества;
- организация ознакомительных поездок в Словению;
- продвижение территории в сети Интернет через социальные сети, блоги, микроблоги, онлайн-видео.