

Реферат **выпускной квалификационной работы**

Тема выпускной квалификационной работы: Лингвистические особенности презентации российского турпродукта на выставочных мероприятиях в немецкоязычных странах

Автор ВКР: Алексанова Вероника Сергеевна.

Научный руководитель ВКР: канд. филол. наук проф. кафедры германистики и межкультурной коммуникации М. Е. Морозова.

Актуальность темы исследования: Актуальность темы исследования объясняется тем, что в настоящее время мы можем наблюдать сильную конкуренцию: выходят на рынок новые туристические центры, молниеносно развиваются Internet-технологии и онлайн-продажи, потребители все чаще желают совместить различные виды отдыха, а также наблюдается сокращение длительности туристических поездок. Все это заставляет задумываться и постоянно пребывать в поиске новых способов продвижения туристических продуктов, поскольку успешная работа туристической фирмы зависит не только от нужного продукта хорошего качества, ориентированного на рынок ценовой политики. Необходима также систематическая и эффективная связь с потенциальным клиентом и торговыми посредниками. Соответственно, проблемы налаживания хороших контактов с потенциальными клиентами, реклама фирмы, создание и закрепление в обществе позитивного отношения к туризму являются одними из главнейших мероприятий туристической индустрии.

Цель работы – выявить и рассмотреть лингвистические особенности продвижения туристического продукта.

Основными **задачами**, решаемыми настоящей работой являются:

1. Раскрыть понятие и особенности коммуникации в сфере туризма;
2. Рассмотреть теоретические основы лингвистического формирования и продвижения туристического продукта;
3. Дать характеристику экскурсионно-познавательному туру
4. «Две столицы Закавказья» с позиции лингвистических особенностей текста сопровождающего его;
5. Разработать рекомендации по улучшению лингвистического оформления текста, сопровождающего экскурсионный тур «Две столицы Закавказья».

Теоретическая значимость работы заключается в том, что в рамках выпускной квалификационной работы изучены лингвистические особенности немецких текстов сопровождающих турпродукт как отдельный сегмент туристского рынка, раскрыт потенциал продвижения российских турфирм на немецкоязычном рынке, проведен сопоставительный анализ отечественных и зарубежных текстов на немецком языке, а также изучены

лингвистические особенности данного вида текстов.

Практическая ценность работы состоит в том, что предложенные данные по улучшению рекламного текста экскурсионного тура «Две столицы Закавказья», прежде всего, помогут привлечь новых и уже существующих клиентов и как следствие увеличить объем прибыли от продаж.

Результаты исследования:

1. Выделены основные лингвистические особенности текстов, сопровождающих немецкоязычные турпродукты;
2. Выявлены характерные черты немецких текстов, часто отсутствующие в подобных текстах российского происхождения;
3. Составлен список рекомендаций по составлению аутентичных текстов на немецком языке;
4. Разобран пример исправления неудачно составленного текста на немецком языке.