

ФАКУЛЬТЕТ Економіки та управління
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 073 Менеджмент
ОСВІТНЯ ПРОГРАМА Менеджмент організацій
ТЕМА ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ Управління партнерськими відносинами в мережі туристичних підприємств (на прикладі ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС»)
ІІІ студента Головчук Юлія Олександрівна
ІІІ керівника Стадник Валентина Василівна
Рік захисту 2019 р.

АНОТАЦІЯ

Розглянуто специфіку партнерських відносин у туризмі і визначено їх роль у підвищенні конкурентоспроможності туристичних підприємств. Виділено ключову роль функції маркетингу в розвитку партнерських відносин туристичної організації. Виконано аналіз сучасного ринку туристичних послуг, позиційовано на ньому послуги ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС». Досліджено вплив середовища функціонування на структуру туристичних продуктів ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС».

Розроблено рекомендації для розвитку партнерства і партнерських відносин у мережі туристичних підприємств. Зокрема, розроблено рекомендації для удосконалення маркетингового забезпечення стратегічного партнерства мережі туристичних підприємств шляхом створення регіональних туристичних центрів. З метою розширення впливу маркетингових інструментів на поведінку споживачів туристичних послуг обґрунтовано пропозиції з використання цифрових технологій. Розроблено моделі маркетингу взаємовідносин із партнерами ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС».

Дипломна робота виконана на замовлення підприємства.

Ключові слова: партнерські відносини, маркетинг взаємодії, туризм, регіональні туристичні центри, комунікативна політика.

Публікації:

1. Головчук Ю.О. Маркетинг взаємовідносин в управлінні продажем туристичних послуг. *VIII Всеукраїнська студентська науково-практична конференція «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих»*. 2019. Ч.2. С.82-88.

2. Головчук Ю.О., Стадник В.В. Партнерські відносини в розвитку інноваційної діяльності підприємства. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. 2019. №4. Том 7. С. 34-40.

3. Стадник В.В., Головчук Ю.О. Маркетингові підходи до аналізу чинників макросередовища в контексті економічної безпеки бізнес-стратегій підприємств туристичної індустрії. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 5. С.224-231.

4. Стадник В.В., Головчук Ю.О., Соколюк Г.О. Функція маркетингу в мінімізації ризиків партнерської взаємодії в бізнес-системах індустрії туризму. *Соціально-економічні проблеми і держава. Електронне наукове фахове видання*. 2019. Вип.2(21). С.132-145. Url: sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2019/19/svvbit.pdf