

Анотація Грabelіна К.О.

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр зі спеціальності 075 «Маркетинг» на тему: Маркетингова комунікаційна політика туристичного агентства «more tours»: проблеми та перспективи вдосконалення

Об'єктом дослідження є діяльність туристичного агентства «More Tours».

Предмет дослідження – маркетингова комунікаційна політика цього агентства.

Наукова новизна роботи полягає у пропозиції комплексних заходів вдосконалення маркетингової комунікаційної політики туристичного агентства «More Tours» з урахуванням сучасних трендів цифрової трансформації та зміни споживчих уподобань.

Практичне значення результатів дослідження полягає у можливості впровадження запропонованих заходів для підвищення ефективності комунікаційної діяльності туристичного агентства, зміцнення його конкурентних позицій та задоволення потреб клієнтів.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Ключові слова: туристична галузь, туристична послуга, туристичний продукт, суб'єкти туристичної діяльності, кон'юнктура ринку, споживачі, маркетингові дослідження, маркетинговий інструментарій, анкетування, показники, тенденції, маркетингова стратегія.

Abstract

qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 075 "Marketing" on the topic: Marketing communication policy of the travel agency "more tours": problems and prospects for improvement **Grabelina K.**

The object of the study is the activities of the travel agency "More Tours".

The subject of the study is the marketing communication policy of this agency.

The scientific novelty of the work lies in the proposal of comprehensive measures to improve the marketing communication policy of the travel agency "More Tours", taking into account modern trends in digital transformation and changing consumer preferences.

The practical significance of the research results lies in the possibility of implementing the proposed measures to increase the effectiveness of the travel agency's communication activities, strengthen its competitive position and meet the needs of customers.

The structure of the work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of sources used and appendices.

Keywords: tourism industry, tourism service, tourism product, tourism entities, market conditions, consumers, marketing research, marketing tools, questionnaires, indicators, trends, marketing strategy.