

Республики Беларусь. – URL: <https://archives.gov.by/blog/news/1031731> (дата обращения: 24.03.2025).

7. Костальцев, М. Почетные граждане Минска. Композитор Оловников сочинил десятки песен о героях Великой Отечественной / М. Костальцев // Минск – новости. – URL: <https://minsknews.by/pochetnye-grazhdane-minska-kompozitor-olovnikov-sochinil-desyatki-pesen-o-geroyah-velikoj-otechestvennoj/>. – Дата публ.: 08.11.2024.

8. Савицкий, Михаил Андреевич // Википедия : свобод. энцикл. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Савицкий,_Михаил_Андреевич (дата обращения: 24.03.2025).

9. «Узник 32815» Михаил Савицкий – цикл картин «Цифры на сердце» // Витебский городской портал. – URL: https://gorodvitebsk.by/news/10-05-2023/_uznik_32815_mihail_savickiy_-_cikl_kartin_cifry_na_serdce_ (дата обращения: 24.03.2025).

10. Шершнёва Римма Ивановна - участница партизанского подполья // Учреждение «Белорусский государственный музей истории Великой Отечественной войны». – URL: https://www.warmuseum.by/news/lyudi_i_sudby/95-let-so-dnya-rozhdeniya-shershnyevoy-rimmy-ivanovny-uchastnitsy-partizanskogo-dvizheniya-i-komsomolskogo-podpolya-v-minskoy-oblasti/. – Дата публ.: 28.07.2020.

11. 80 лет подвигу Риммы Шершневой // Гомельский областной музей военной славы. – URL: <http://milglory.gomel.museum.by/node/65235> (дата обращения: 24.03.2025).

Колесникова А.Е., студент группы Т–231
очной формы обучения
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный

институт культуры»

Научный руководитель – Лазарева М.В.,

кандидат педагогических наук, доцент

МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИИ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Одним из ключевых аспектов успешного маркетинга на рынке туризма являются каналы маркетинговой коммуникации. Компании должны использовать различные каналы, такие как социальные сети, туристические сайты, электронные рассылки, новостные ресурсы и т.д., для того, чтобы достичь широкой аудитории.

Но просто использование различных каналов недостаточно. Кроме того, необходимо убедиться, что контент, который компания создает, подходит для тех, кто его видит или читает. Это может включать в себя информацию о различных туристических направлениях, предложениях акций, новых отелях и мероприятиях и многом другом.

Маркетинговые коммуникации – это все средства, методы и технологии, которые используются для обмена информацией между компанией и ее целевой аудиторией с целью продвижения продуктов или услуг [1].

Главная цель маркетинговых коммуникаций – повысить прибыль компании за счет роста числа продаж [3].

В ходе исследования нами был проведен анализ эффективности маркетинговой коммуникации ООО «Собус-тур» и были разработаны рекомендации.

Эффективность маркетинговых коммуникаций ООО «Собус-тур» зависит от использования правильных каналов связи, адекватной аудитории и целевой группы, а также качественного контента.

Рассмотрим основные каналы компании:

1. Официальный сайт

Сайт компании выглядит современным, сделан в фирменном стиле.

Элементами фирменного стиля являются:

- Фирменный цвет;
- Фирменный логотип.

Также на сайте компании представлена информация об услугах, расписании, ценах и контактная информация [2].

2. Социальные сети

Компания активно использует социальные сети для продвижения своих услуг. Она имеет страницы в таких социальных сетях как: ВКонтакте, Одноклассники, Telegram, YouTube.

3. Email-рассылки

ООО «Собус-тур» регулярно отправляет email-рассылки своим клиентам и подписчикам. В них содержится информация о новых направлениях, горячих предложениях, скидках и акциях.

4. Рекламные баннеры и ролики

Содержат информацию о горячих предложениях и новых направлениях, а также призывают клиентов оставить заявку на сайте или позвонить в офис компании.

5. PR-активности

ООО «Собус-тур» участвует в различных PR-активностях, таких как выставки и конференции. Это позволяет компании привлечь новых клиентов, расширить свой кругозор и узнать о новых тенденциях в индустрии.

6. Контактный центр

Клиенты могут обращаться по телефону или по электронной почте для получения дополнительной информации и бронирования [2].

В целом можно сказать, что ООО «Собус-тур» имеет хорошо выстроенную стратегию маркетинговых коммуникаций, которая позволяет им продвигать свои туристические услуги с высокой эффективностью.

Для улучшения маркетинговых коммуникаций компании ООО «Собус-тур» нами были предложены следующие рекомендации:

1. Уникальное предложение.

Необходимо определить уникальное предложение, которое отличает ООО «Собус-тур» от конкурентов и привлекает клиентов. Например: предлагаем компании разработать акцию «Сам себе турагент», в которой клиенту будет выдаваться возможность самому подобрать себе подходящий тур со скидкой 15 %. А так же ввести акцию «Рука помощи» – 100 рублей с каждого клиента, которые пойдут в благотворительные фонды.

2. Использование контента.

Контент маркетинг – это один из способов привлечения клиентов через компанию онлайн. Следует разрабатывать интересный контент в виде статей, видеороликов, фоторепортажей и других форматов. Это поможет привлечь больше клиентов.

3. Сотрудничество с другими группами в социальных сетях или компаниями.

Один из способов увеличения узнаваемости компании – это сотрудничество с другими группами в социальных сетях или компаниями. Можно предложить им бесплатные туры, чтобы они на себе почувствовали комфорт, безопасность и обслуживание, которые компания предлагает клиентам, а после оставили свой отзыв о качестве услуг в социальных сетях или у себя на сайте.

4. Улучшение сайта.

Необходимо обновить сайт компании и сделать его более удобным для пользования. Например, добавить на главную страницу раздел «О нас», а также

на сайте можно давать раздел «Отзывы», фото-видео и другие полезные материалы, чтобы привлечь больше клиентов.

5. Новаторство.

Интеграция инновационных технологий и актуальных тенденций в маркетинговую стратегию, таких как виртуальная и дополненная реальность, позволит клиентам ощутить атмосферу путешествия и комфорта, предоставляемую компанией.

6. SMS-сообщения.

Рекомендуем компании сделать смс-сообщения с поздравлениями «с днем рождения», ведь каждому клиенту будет приятно, что о нем помнят и всегда ждут в компании.

7. Мониторинг и анализ.

Используя аналитические инструменты для отслеживания и анализа результатов маркетинговых усилий компании, помогут понять, что работает, а что нет, и внести необходимые корректировки.

И в заключение хочется сказать, что эффективность маркетинговых коммуникаций в сфере туризма имеет огромное значение для успеха компаний в этой отрасли. Конкуренция в этой области является очень высокой, поэтому компании должны постоянно улучшать свои маркетинговые стратегии и использовать различные каналы маркетинговой коммуникации для привлечения и удержания клиентов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Колесникова, А. А. Понятие и виды маркетинговых коммуникаций / А. А. Колесникова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 20 (467). — С. 321-324.

2. Собус-тур : [сайт]. – Кемерово : Собус-тур, 207-2024. – URL: <https://sobustur.ru/> (дата обращения: 11.02.2025). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

3. Skillbox : [сайт]. – Москва : Скиллбокс, 2024. – URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/что-такое-marketingovye-kommunikatsii-kakie-est-vidy-kommunikatsiy-i-zachem-oni-kompaniyam/> (дата обращения: 11.02.2025). – Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

Кононович Е.А., студент 306 группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Леонова Т.А.,
кандидат искусствоведения

ТЕМА СМЕРТИ В ФИЛЬМАХ ИНГМАРА БЕРГМАНА

На протяжении истории человечества феномены человеческого бытия – любовь, жизнь, смерть становились ключевыми объектами художественного осмысления. Особое место здесь занимает феномен смерти, который в искусстве XX века, кинематографе в частности, подвергается существенному переосмыслению.

Впервые о влечении человека к смерти пишет З. Фрейд в своей уникальной работе «По ту сторону принципа удовольствия» (1920 г.), повернувшей его учение к другой топической модели психического аппарата (Я, Оно, Сверх-Я). Работа основывалась на результатах наблюдения за инвалидами и ветеранами Первой мировой войны [4].

С. Кьеркегор стал основоположником философии экзистенциализма, которая задается вопросом о сути человеческого существования. Одним из