**Резюме магистерской диссертации**

**Павликовой Полина Викторовны**

 **«ТУРИЗМ В ЭКЗОТИЧЕСКИЕ СТРАНЫ**

**В РЕКЛАМЕ МИРОВЫХ АВИАКОМПАНИЙ»**

**Н. рук. – Скрипюк Игорь Ильич, канд. психол. наук, доцент**

**Ключевые слова:** реклама туристических услуг, бренд авиакомпании, маркетинг территорий, маркетинговые коммуникации, специальные события.

**Актуальность:** актуальность работы заключается в малой степени проработанности темы при том, что мировые авиакомпании практически каждый месяц открывают в России новые перелеты и направления и проводят активные рекламные компании.

**Новизна:** новизна работы заключается в её узкой специализации и рассмотрении рекламы не только с позиции анализа рекламного продукта, но и с научной точки зрения, так как в работе исследована видеориторика рекламы туризма в экзотические страны.

**Исследовательские цели:** выявить специфику рекламы туризма в экзотические страны мировыми авиакомпаниями и определить основные тенденции в рекламе авиакомпаний.

**Задачи:** собрать рекламный материал для анализа в интернете, библиотеке, на местах продаж, в аэропортах и офисах авиакомпаний; провести интервью с представителями авиакомпаний на предмет рекламы туризма в экзотические страны и разработать опрос потребителей с целью выявления запомнившейся авиакомпании и эффективности рекламных носителей, исследовать специфику рекламы туризма, выявить динамику изменений туристического рынка и сделать прогноз относительно динамики роста туризма в экзотические страны до 2020 года, проанализировать видеориторику в рекламе авиакомпаний.

**Объект исследования:** реклама авиакомпаний

**Предмет:** особенности рекламы мировых авиакомпаний, которые осуществляют перелеты в экзотические страны.

**Методы исследования: глубокое** интервью, количественный опрос, выборка и контент-анализ годовых выпусков журналов по туристической тематике, сбор качественного материала для исследования, логико-экспериментальный метод, индукция и системный анализ видеориторики.

**Основные источники:** Офисы авиакомпаний, аэропорт Пулково, авиабилетное агентство «Авиа Бизнес Тревел», интервью с представителями авиакомпаний, Квартальнов В.А. Туризм. Часть первая. Туризм - Феномен ХХ века, Квартальнов В. А. Туризм: часть вторая. мотивация туризма и путешествий, Дурович А. П., Реклама в туризме, Морган Н., Причард А. Реклама в туризме и отдыхе, Ульяновский А.В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы, Ульяновский А. В. Социально-философские основы и принципы мифодизайна. Принцип креативности и прозрачности проектировщика и др.

**Структура работы:** работа состоит из титульного листа, содержания, введения, 3 глав, заключения, списка использованных источников и литературы, а также приложений.

**В первой главе** приводятся общая терминология в области определения туризма и экзотики, рассматриваются особенности рекламы туризма и авиакомпаний. **Вторая глава** носит прикладной характер. В ней анализируются интервью с. представителями авиакомпаний, исследуются различные носители рекламы авиакомпаний, производится обзор медиапланирования и специфики рекламы авиалиний. **Третья глава** является практической. В ней осуществляется анализ применения видеориторики в рекламировании туризма в экзотические страны мировыми авиакомпаниями с 1940 годов по настоящее время в СМИ, печатной продукции, на щитах.