

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/252025>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Культурология

## СОДЕРЖАНИЕ

### ВВЕДЕНИЕ 3

#### 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ КУЛЬТУРНОГО МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ДОСУГА ТУРИСТОВ 6

1.1 Понятие культурного мероприятия для проведения досуга туристов 6

1.2. Формы организации досуга и методики их проведения 9

1.3. Этапы разработки и проведения гостиничных программ по организации досуга и развлечений 14

#### 2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ООО "АО "СОЛНЕЧНЫЙ БЕРЕГ". 18

2.1 Характеристика организации ООО "АО "Солнечный Берег" 18

2.2. Структура предприятия, характеристика подразделений и их взаимосвязей 22

2.3. Возможности организации культурного мероприятия для проведения досуга в ООО "Солнечный Берег" 25

#### 3. РАЗРАБОТКА КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА ВО ФРАНЦИЮ «ПАРИЖ ДВОРЦОВ И ПАРКОВ» 33

3.1. Анализ ресурсов для организации тура 33

3.2 Общая характеристика тура и программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту Санкт-Петербург- Париж - Санкт-Петербург 38

3.3 Расчет экономической эффективности тура 42

#### ЗАКЛЮЧЕНИЕ 45

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 48

## ВВЕДЕНИЕ

Досуг - это термин, который был использован для обозначения целого ряда мероприятий, которые люди могут проводить в свободное время. Однако для социологов досуг включает в себя состояние ума, в котором индивид находится в определенное время. Теперь мы рассмотрим эти идеи более подробно со ссылкой на ключевых академических авторов, чтобы проиллюстрировать высказанную точку зрения. Концепция досуга пронизывает широкий спектр ответов, и можно утверждать, что это скорее ощущение времени, чем какой-либо сектор вообще. Управление и маркетинг досуга оказали глубокое влияние на жизнь людей в истории и на ранних этапах нового тысячелетия. Досуг также является крупным бизнесом и способствовал экономическому росту в странах, где общество в большей степени зависело от производственных отраслей, а не от сферы услуг.

Общая тема досуга, по-видимому, заключается в том, что независимо от выбранного вида деятельности индивид должен получать позитивное психическое состояние в результате досуга, сродни позитивному опыту, полученному в результате игры в детстве. Похоже, что досуг - это психологическое состояние ума, возникающее в результате целого ряда различных видов деятельности, которые люди выбирают из огромного множества возможностей.

В целом туризм определяется как краткосрочное перемещение людей в места, расположенные на некотором расстоянии от их обычного места жительства, чтобы насладиться приятными впечатлениями и развлечениями. Это звучит просто, но это не так. Например, он не охватывает прибыльную сферу делового туризма, где основной целью поездки является работа, а не развлечения. Большинство комментаторов говорят, что туризм - это деятельность, обслуживаемая рядом других отраслей, таких как гостиничный бизнес и транспорт. Если и существует конкретная туристическая индустрия, то она, вероятно, состоит из секторов туристических услуг и розничных путешествий, которых вообще не существовало до появления современного массового пакетного туризма.

Существует значительная степень дублирования и несогласия между различными аспектами предоставления досуга. Организации досуга включают их в секторах туризма и здравоохранения, а также более традиционных поставщиков услуг в секторах искусства, спорта и отдыха. Аналогичным образом, наблюдается повышенный уровень размытости того, что представляет собой организация досуга глазами потребителя. Например, розничный торговец, предоставляющий покупателям возможность совершать покупки и питаться, может быть для них так же важен, как кинотеатр, публичный дом или футбольное поле. Это правда, что досуг стал гораздо более целостным опытом, который включает в себя множество организаций, предоставляющих широкий спектр возможностей для проведения досуга.

Объект исследования – туристические программы.

Предмет исследования – подготовка и реализация культурного мероприятия для проведения досуга туристов.

Цель работы – изучить теоретические аспекты организации культурного мероприятия для проведения досуга туристов.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- изучить теоретические основы организации культурного мероприятия для проведения досуга туристов,
- провести анализ деятельности туристской организации ООО «Солнечный Берег»,
- разработать культурное мероприятие для проведения досуга туристов в ООО «Солнечный Берег».

Теоретической базой выпускной квалификационной работы являются работы следующих авторов: Т.И.

Гальпериной, Н.И. Гаранина, И.В. Зорина, В.А. Квартальнова, Л.В. Курило, Е.М. Приезжевой, Т.Н.

Третьяковой.

В работе были использованы методы исследования: анализ, синтез, моделирование, атематический метод.

Новизна исследования – разработка собственного проекта анимационной программы для детей.

Практическая значимость исследования: заключается в разработке сценария анимационной программы «Евразийский Новый год».

Структура выпускной квалификационной работы отражает общую логику исследования и включает введение, три главы, заключение и список литературы.

## 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ КУЛЬТУРНОГО МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ДОСУГА ТУРИСТОВ

### 1.1 Понятие культурного мероприятия для проведения досуга туристов

Представления о культуре и досуге существуют как на теоретическом, так и на повседневном уровнях. Когда люди говорят о досуге, они обычно имеют в виду свободное время для работы. Однако исследователи и менеджеры, работающие в области досуга населения, не выявили этих явлений, хотя они тесно связаны.

В некотором смысле досуг - это деятельность свободного времени вне сферы социальной и семейной работы, поэтому человек восстанавливает свою трудоспособность и в основном развивает навыки и способности, которые невозможно улучшить в сфере работы. Это деятельность, которую человек ставит перед собой, отвечающая определенным интересам и целям. Быть знакомым с культурными ценностями (посещение музеев, театров, концертов и т.д.), спорт и занятия спортом, туризм, туризм – это то, чем гармонично развитая личность может заниматься в свободное время и многое другое.

Досуговая деятельность стала объектом систематического анализа ученых относительно недавно. В начале XX века, хотя философы Древней Греции и Древнего Китая изучали роль досуга и развлечений в жизни человека. Если греки считали, что досуг - это прежде всего стремление человеческой души к свободе, то древнекитайские философы рассматривали досуг как возможность принести человеку счастье и радость. Долгое время общественное сознание и философская мысль христианского Запада в основном признавали важность труда и второстепенную роль досуга в жизни человека. Досуг часто олицетворяет лень, лень. В конце девятнадцатого века первой современной попыткой было переосмыслить отношение к работе и безделью.

Способность направлять свою энергию в свободное время на реализацию в целом эффективных идей, реализацию своего жизненного плана, а также развитие и совершенствование своих основных

способностей в значительной степени определяют социальное благополучие человека и его удовлетворенность в свободное время. Культурный досуг - это действие человека, направленное на изучение нового: в музыке, драматургии, физической культуре и других областях, оно направлено на развитие его личностных качеств.

Культурная и досуговая деятельность нашего общества тесно связана с другими видами деятельности: семьей, религией, бизнесом, обществом и политикой. Досуг современных людей относится ко времени, которое не связано ни с необходимым трудом в сфере общественного производства, ни с воспроизводством жизненных функций человека в семье и общественных отношениях. Досуг как социальное явление можно проследить до каменного века, когда возвращение охотника со своей добычей отмечалось как большой праздник.

Культурно-досуговые мероприятия - это мероприятия, которые удобно организованы и содержательно наполнены группой людей или конкретным человеком в свободное время. Это разработано на основе потребностей человека в изменении характера деятельности, а также разработано на основе целей развлечения и социально-культурного развития. Человек самостоятельно выбирает форму и вид этой деятельности, исходя из личных предпочтений, возможностей и уровня культурного развития, а также принимая во внимание традиции, моду и воздействие на окружающую среду.

Как одно из культурных явлений, туризм способствует активизации развития общества и культуры. Она не только находит свое раскрытие в материальных и духовных формах культуры, но и в какой-то степени воплощает в себе все функции культуры. Хотя культуралисты занимаются проблемой теории культурных функций (П.С.Гуревич, Б.С.Ерасов, Л.Г.Ионин, М.С.Каган, А.Йа. Самолеты и т.д.) Даны разные иерархии и количество культурных функций, но, используя любую культурную модель, можно выявить, что культурные функции активно проявляются в туризме.

Туризму, необходимо иметь свободное время, которое становится все более совершенным уровнем экономического развития, что способствует расширению производственных мощностей и повышению производительности труда за счет результатов научно-технического прогресса, с одной стороны, и за счет сокращения его досуга социологи принимают технический прогресс как решающий фактор социального развития, культурологи, в свою очередь, рассматривают проблему свободного времени как проблему личности.

Досуг в туристическом комплексе организуется специальной службой под названием "анимация". Именно от наличия такого вида услуг, его материалов, технического оснащения и укомплектования персоналом зависят положение и роль туристического комплекса на рынке анимационных и туристических услуг, его коммерческий успех и перспективы развития.

Мало того, что количество клиентов в конкретных туристических центрах может быть увеличено за счет увеличения количества гостиничных номеров, работы авиакомпаний и устранения коммунальных проблем, но это также может создать условия для комфортного, разнообразного и интересного отдыха. С этой целью разрабатываются планы международных мероприятий, научных конференций и семинаров. разработан для проведения спортивных мероприятий (верховая езда, парусный спорт, горный туризм, экскурсии), азартных игр и посещения исторических памятников. Различные формы проведения досуга являются залогом успешной работы всего туристического комплекса.

Сотрудники этой службы не только формулируют планы работы с клиентами, но и участвуют в формировании ценовой политики организации, решают кадровые проблемы, операционные, транспортные, туристические и другие вопросы. При планировании досуга они будут учитывать социально-демографические характеристики туристов - их национальность, возраст, размер группы и продолжительность пребывания, культурные особенности, расу, религиозные взгляды, традиции и привычки и т.д.

Мотивация, побуждающая человека путешествовать, не является лишней. Они удовлетворяют свои потребности, участвуя в развлекательных мероприятиях (общение, творчество, эмоциональное обогащение, занятия, физическое восстановление, покой, эстетическое наслаждение).

## 1.2. Формы организации досуга и методики их проведения

Система организации туризма и досуга определяется заинтересованностью туристов в путешествиях в свободное от потребления туристических услуг время. Потребности сферы досуга имеют определенную последовательность выполнения. Удовлетворение спроса обычно порождает новый спрос. Это позволяет вам сменить вид деятельности и обогатить свой досуг. В области туризма и досуга должен произойти переход

от простых форм деятельности ко все более сложным формам деятельности, от пассивного развлечения к активной деятельности, от удовлетворения более глубоких социальных и культурных устремлений, от физических форм развлечения к духовному удовольствию, от пассивного усвоения культурных ценностей к творчеству и т.д.

Положение человека и его культурный уровень привели к изменениям в структуре туризма и досуга. Структура досуга, включая туризм, состоит из нескольких уровней, которые отличаются друг от друга с точки зрения психологической и культурной значимости, эмоционального веса и степени духовной активности.

#### Рисунок 1 – Индустрия досуг

Самый простой вид досуга - отдых. Он предназначен для восстановления потребляемой во время работы мощности и делится на активную и пассивную.

Пассивный отдых характеризуется состоянием покоя, снимающим усталость и восстанавливающим силы. Неважно, чем занят человек, главное, чтобы можно было отвлечься, избавиться от напряжения и получить эмоциональную разрядку. Обычно простые действия вызывают умиротворенное настроение дома. Это может быть простое сидение или лежание, чтение газет, настольные игры, непринужденные разговоры, обмен мнениями и прогулки. Этот вид развлечений не ставит перед собой далеко идущих целей: он пассивный, личный и содержит только активное и непринужденное общение. И, несмотря на это, такой отдых является неотъемлемой частью жизни человека. Это этап подготовки к более сложной и творческой деятельности.

Напротив, активные развлечения воспроизводят человеческую силу за пределами первоначального уровня. Мышечные и умственные функции, которые он отдает работе, еще не нашли применения на работе. Человеку нравятся физические упражнения, влияние эмоций и быстрые перемены в общении с друзьями. Активный отдых, в отличие от пассивного, требует некоторого минимума свежих сил, волевых усилий и подготовки. Это включает в себя спорт, физическое воспитание, физические и умственные упражнения, путешествия, игры, просмотр фильмов, посещение выставок, театров, музеев, прослушивание музыки, чтение и дружеские обмены

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 08.06.2020).
2. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / Н.А. Агешкина. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 567 с.
3. Андреев, В. Д. Организация и методика риск-ориентированного аудита в туризме : учебное пособие / В. Д. Андреев. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. – 392 с.
4. Асеева М.А., Ратушняк Г.Я. Исследование процесса развития туристских услуг международных деловых туров // Вестник РМАТ. 2021. №2.
5. Багдасарян, В. Э. История туризма : учебное пособие / В.Э. Багдасарян, И.Б. Орлов, А.Д. Попов. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 190 с.
6. Баранов, А. С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма : учебник / А.С. Баранов, И.А. Бисько ; под ред. Е.И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 383 с.
7. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе / М.А. Жукова. М. : Кнорус, 2020. С. 109-110.
8. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 392 с.
9. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – 5-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 291 с.
10. Мотышина, М. С. Менеджмент туризма : учебник для среднего профессионального образования / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 282 с.
11. Овчаров, А. О. Экономика туризма : учебное пособие / А.О. Овчаров. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 253 с.
12. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В.П. Орловская ; под ред. Е.И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 176 с.
13. Остроумов, О. В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность : учебно-методическое пособие / О. В. Остроумов ; под. ред. Ю. С. Путрика. — Москва : Финансы и Статистика, 2021.

— 128 с.

14. Панова, А. В. Статистика туризма : учебное пособие / А.В. Панова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 248 с.
15. Пахомова, О. М. Стандартизация и контроль качества туристских услуг : учебное пособие / О.М. Пахомова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 135 с.
16. Пищулов, В. М. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / В.М. Пищулов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 284 с.
17. Погодина, В. Л. География туризма : учебник / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова ; под ред. Е.И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 256 с.
18. Покровский, Н. Е. Туризм: от социальной теории к практике управления : учебное пособие / Н. Е. Покровский, Т. И. Черняева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Университетская книга ; Логос, 2020. — 424 с.
19. Практика активного туризма : учебно-методическое пособие / сост. С. Ю. Махов. — Орел : МАБИВ, 2020. — 149 с.
20. Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 210 с.
21. Рассохина, Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 210 с.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/252025>