

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/esse/272672>

Тип работы: Эссе

Предмет: Гостиничное дело

-

Концепция MICE, или MI (Meetings Industry) введена в 2006 году. Индустрия MICE – современный способ развития направлений туризма, социальной сферы, привлечения инвестиций. Деятельность в туризме, как известно, находится под влиянием мультипликативного эффекта, где на одно созданное рабочее место приходится 7 в смежных отраслях, а затраты отелей мультиплицируются на поставщиков и производителей.

MICE, помимо выгод экономического характера, дает возможность обмениваться знаниями, формировать новые коммуникации, создавать инновационный потенциал для интеллектуального развития, развития регионов.

Правительства разных стран пришли к выводу, что реализация организаций менеджмента дестинаций – важная форма глобального взаимодействия – экономического, интеллектуального. Стремительное развитие глобальных связей в последние несколько лет повысило возможности рынка услуг во всех странах. Итог – услуги являются движущей силой, быстрорастущим сектором в системе мирохозяйственных связей.

MICE позволяет интегрировать, развивать компании при помощи бизнес-образования, участия в выставках и конгрессах.

Литература

- 1) Брендинг Территории. Лучшие мировые практики / Под. Ред. К. Динни; пер. с англ. Веры Сечной. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.
- 2) Визгалов Д. В. Брендинг города. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2020.
- 3) Образ города. Кевин Линч / Перевод с английского: Глазычев В.Л.; редактор: Иконников А.В. - М.: Стройиздат, 1982. – 328 с
- 4) Панкрухин А. П. Маркетинг территорий. 2-е изд., доп. – Санкт Петербург: Питер. 2020.
- 5) Шилехина М.С. Культурное пространство города как его идентификационное лицо: сущность и формирование // Вестник МГУКИ. 2017. №3 (77). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnoe-prostranstvo-goroda-kak-ego-identifikatsionnoe-litso-suschnost-i-formirovanie> (дата обращения: 23.05.2022).
- 6) Anholt, S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions, Palgrave Macmillan, London, United Kingdom. 2017
- 7) Yale Center for Environmental Law and Policy, and Center for International Earth Science Information Network, Columbia University. 2019.

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/esse/272672>