

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://studservis.ru/kurosovaya-rabota/349742>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Гостиничное дело

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЕ АНИМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ ..7

1.1.Понятие и сущность анимации в туризме и гостеприимств..... 7

1.2.Организация деятельности анимационной службы 12

ГЛАВА 2. ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ АНИМАЦИОННЫХ УСЛУ В ТУРИСТИЧЕСКИХ ЗАВЕДЕНИЯХ 20

2.1. Элементы технологического процесса создания анимационных программ. 20

2.2. Особенности проведения анимационных программ и рекламы 23

ГЛАВА 3. ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ АНИМАЦИОННЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТСКОГО ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА 29

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 35

Актуальность исследования. В современном глобализирующемся мире реалии существующей техногенной среды обуславливают особо острую надобность восстановления физических, а также духовных сил, которые люди теряют в процессе, как трудовой деятельности, так и в повседневной жизнедеятельности. Ведь именно физическая рекреация как особый вид деятельности, направляется на реализацию рекреационных человеческих потребностей, восстановления и развития как физических, так и духовных сил человека, его умственное совершенствование становится тем сегментом индустрии современного гостеприимства, который в настоящее время наиболее динамично развивается, как в мировом пространстве, так и в России.

Под анимационными гостиничными услугами подразумеваются дополнительные услуги, которые предоставляются путешественникам и позволяют, наравне с организованным проживанием туристов, а также питанием, создавать более комфортные условия для их отдыха. Научно организованная анимация не оставляет туристов без должного внимания, ведь проживающие в отели или гостинице будут постоянно заняты тем, что доставляют им большое удовольствие, вызывают положительные эмоции, формируют хорошее настроение и побуждают желание возвращаться к хорошим эмоциям вновь и вновь.

Инновационное направление в туристической индустрии – анимация- в настоящее время активно развивается в мировой туристской индустрии как наиболее адекватное средство в постоянной конкурентной борьбе между подобными по уровню оказания сервиса и обустройством интерьеров отелями, а также туристскими комплексами. Эта дефиниция применяется во многих областях деятельности человека.

Зарождение же туристской анимации тесно связано с организацией и проведением досуга в давние времена - проведением различных культовых фольклорных праздников, а также обрядов, Олимпийскими играми, а также рыцарскими турнирами и т.д.. Сама дефиниция анимация появилось в 70-х года прошлого столетия в СССР. В те времена анимация была напрямую связана с мультипликацией, т.е. предоставлением двигательных действий, нарисованным различным картинкам. А человека, который профессионально этим занимался, называли аниматором.

Следует отметить, что люди, занимающиеся этим видом деятельности возникли за русских землях ранее, чем образовался СССР. Так, во времена Советского Союза даже было создано государственное культурно-просветительское движение, которое было направлено на массовую организацию досуга и развлечений общественности, а роль сами аниматоров исполняли массовики-затейники.

В настоящее время в большинстве своем под дефиницией аниматор следует понимать работника, который отвечает за оживление всего бизнеса и увеличения продаж. Сталкиваемся мы с этим явлением не редко.

Так в крупных магазинах, в случае, когда проходит презентация товара, где каждому посетителю предлагается продегустировать какой-нибудь рекламируемый продукт и сделать свой выбор в пользу данного товара. В этом случае человек, который рекламирует товар является аниматором (промоутером). Он может быть задействован также во многих мероприятиях: в акциях и лотереях, которые рассчитаны на

привлечения внимания покупателей к какому-то не было товару, изучение опыта продаж разных конкурентов, маркетинговых исследований и тому подобное.

Объект исследования – анимация как элемент проведения досуга.

Предмет – особенности анимации в туристическом бизнесе.

Цель работы – комплексное рассмотрение проблем, связанных с современными технологиями анимационных услуг в сфере гостиничного продукта.

Задачи исследования:

1. Определить понятие и сущность анимации,
2. Охарактеризовать особенности деятельности анимационной службы,
3. Проанализировать особенности технологии создания анимационной программы,
4. Изучить особенности разработки анимационной программы на примере гостиничного комплекса.

Гипотеза исследования – изучая тематику анимационной технологии в туризме, можно предположить, что деятельность аниматоров занимает важную роль в развитии туризма, в частности в деятельности отельно-развлекательных комплексов.

В процессе проведения исследования использовались различные источники информации: публикации в отечественных периодических изданиях, информационные данные из российской части сети Интернет.

Исследование проводилось с помощью основных методов: ходе научной работы использовались теоретические методы исследования:

В числе методов теоретического анализа в исследовании использовались: - метод структурного анализа;

- метод содержательного анализа;

- метод сравнительного анализа;

- метод систематизации, применяемый для представления собираемой информации о понятии анимации;

- метод обобщения, позволяющий обобщать результаты теоретического анализа, обнаруживать в многообразии предметов нечто общее, выделять в знаниях объединяющее их общее свойство, дающее им некоторую целостность.

Исследование проводилось на базе_____.

В курсовой работе широкое применение находят языковые конструкции, связывающие структурные части курсовой работы.

Структура работы: содержание, введение, три главы, разделенные на параграфы, заключение, список использованных источников.

Во введении дается общая характеристика исследования и определяется его характер. Оно содержит формулировку заглавной темы, цель и задачи, приемы и методы работы с ними.

Выделяется актуальность и проблематика исследования. Раскрывается основная гипотеза и структура работы.

Каждая часть работы завершается обобщением и содержит предварительные выводы, которые впоследствии суммируются в заключении, в котором также подводится основной итог работы, делаются обобщающие выводы.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЕ АНИМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

1.1. Понятие и сущность анимации в туризме и гостеприимстве

В настоящее время развитие туристической индустрии все больше направлено на вопросы организации культурного досуга, а также развлечений путешественников. Все чаще сами туры становятся все больше развлекательными, а грамотно построенная и научно организованная аттрактивная составляющая самого тура, как считают специалисты туристической индустрии, является наиболее решающим аргументом в конкурентной борьбе за своего туриста.

Современные потребности путешественников, их удовлетворение, а также современное развитие сферы туризма переводятся в область разработки цифрового пространства всего туристского продукта.

Потребитель туристского продукта сам сможет управлять своим процессом потребления. Такие изменения позволяют уйти от традиционных предложений потребителям туристских услуг.

Новейшим достижением в формировании и продвижении туристического продукта и значимым инновационным инструментом удовлетворения современного туриста будут различные события, которые происходят в той или иной местности.

Как известно, особенности событийного мероприятия вызывают особый интерес туристов, выступают

драйверами продвижения определенной местности, что позволяет создать информационный повод, а это в свою очередь повышает известность данного региона и в особенности привлекает путешественников. На первом месте в процессе подготовки к поездке незаменимая роль принадлежит мультимедийным технологиям. К таким мультимедийным технологиям можно отнести: красочно разработанные каталоги, всевозможные справочники. В каталогах и справочниках будущие путешественники без труда найдут подробное описание о желаемой посетить стране, о наиболее востребованных маршрутах и различных отелях. Неизменным пунктом в справочниках и каталогах представлена информация о правилах поведения в сложившихся экстремальных ситуациях и как быстро и грамотно оформить документы. Будущие путешественники имеют возможность планировать свой тур с учетом сложившихся цен, определенных скидок, сезона, необходимого транспорта.

1. Бабаева Е.В. Специфика социально-культурной анимации в туризме /Е.В. Бабаева //Актуальные проблемы социально-культурной деятельности в современном пространстве Московского мегаполиса.2021. С.49.
2. Вилданова Д.А. Особенности организации анимационной деятельности на предприятии сферы сервиса /Д.А. Вилданова //Общество, государство, личность. Влияние цифровых технологий. Материалы XXII Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых. Том 4.1. Казань .2022. С.97.
3. Гусева, У.В. Маркетинговое исследование возможности внедрения анимационных программ в гостиничный бизнес Калининградской области /У.В. Гусева //Проблемы и перспективы развития индустрии гостеприимства Калининградской области глазами молодых ученых. 2018. С.55.
4. Мешкова Ю.М. Анимация в туризме /Ю.М. Мешкова //Теория и практика современной науки. Материалы Международной (заочной) научно-практической конференции.ТГУ им. Г.Р. Державина. 2019. С.238.
5. Рахмонов Ш.Ш. THE SIGNIFICANCE OF ANIMATION PROGRAMS IN TOURISM /Ш.Ш. Рахмонов //Интернаука. 2017. С. 52.
6. Сапожникова, С. М. Совершенствование управления муниципальным образованием в условиях цифровой экономики / С. М. Сапожникова // Цифровое пространство: экономика, управление, социум : сборник 2-й Всероссийской научной конференции, Смоленск, 25 июня 2020 года / Смоленский государственный университет. – Курск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2020. – С. 314-319. – EDN ECQZLF.
7. Сирченко, А.А. О перспективах развития событийного туризма в Российской Федерации / А.А. Сирченко. - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=1313>
8. Соболева Н.В. Анимация в туризме. Учебное пособие /Н.В. Соболева //Сибирский федеральный университет. 2021.160 с.
9. Соколов Э.В. Анимация как часть индустрии туризма / Э.В. Соколов. - М.: Триумф, 2019. 180 с.
10. Шпилько С.П. Классификация видов туризма: от теории к практике / Вестник Национальной академии туризма. - 2019. - № 1. С. 9-15.
11. Ярошкевич Е.Р. Экскурсионная анимация / Е.Р. Ярошкевич. - М.: ЛогосМ, 2019. - 290 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/kurovaya-rabota/349742>