

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/kurosovaya-rabota/357768>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Туризм

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ФЕНОМЕН ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ 6

1.1. Гастрономический туризм как одна из разновидностей культурного туризма 6

1.2. Виды гастрономических туров 16

Вывод по первой главе 23

ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА Ароматные сказки Коломны (с посещением Фабрики пастилы) 25

2.1. Анализ гастрономических туров в Москве 25

2.2. Программа тура 29

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 34

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 35

Во времена экономической глобализации и мобильности туризм является быстрорастущей отраслью в мире. Система национальной кухни играет существенную роль в развитии туризма.

Кухня (польск. kuchnia др.-в.-ит. cucina лат. coquina:

1) отдельная комната в доме с печкой или духовкой;

2) выбор блюд;

3) перен. скрытая сторона любой деятельности, чьих-либо поступков) играет важную роль в сохранении культурной традиции. Изучение многообразия национальных кулинарных традиций позволяет прояснить многие вопросы межкультурных взаимодействий и заимствований. Знакомясь с другой культурой, мы не ограничиваемся чтением ее религиозных, философских и художественных текстов и тому подобного, мы рассматриваем ее структуры быта, цветовые предпочтения, пробуем на вкус.

Как непосредственное знакомство с культурной традицией, так и ее теоретическое осмысление предполагают знакомство с тем, какие продукты допустимы к употреблению в национальной кухне, а какие считаются непригодными или прямо запрещенными. Состав допустимых продуктов питания для жителей одной местности может существенно различаться в зависимости от религиозных запретов, этнических стереотипов и привычек. Например, в кухне народов Индии, помимо установки на вегетарианскую пищу, существуют глубокие различия между варнами в восприятии некоторых видов растительной пищи как священных или оскверняющих. Это обстоятельство делает очень трудным и трудоемким преодоление глубокого разделения индийского общества - ведь люди не могут вместе есть даже в одной семье, если в нее входят представители разных варн.

Актуальность исследования: одной из характерных тенденций является рост интереса к области питания. Книги и периодические издания, посвященные кулинарии, составляют значительный и очень популярный сегмент книжного рынка. Кулинария выходит за рамки частной рутинной деятельности и становится общественным актом, который выражается в выставках и конкурсах кулинарного мастерства. Получает распространение такое направление туризма, как кулинарный туризм, целью которого является знакомство с кухней разных народов. При этом представляет интерес как приготовление, так и его потребление. Все это свидетельствует о том, что пища рассматривается не только как способ удовлетворения биологических потребностей, но и как явление культуры.

Однако степень практического интереса не совпадает с теоретической разработанностью этого проблемного поля. Прежде всего сохраняется неоднозначность понятий, описывающих культурные аспекты существования пищи. Другая проблема связана с отсутствием должного теоретического осмысления гастрономической культуры. Она изучается в основном на эмпирическом уровне и в результате предстает как совокупность разрозненных правил и явлений. Механизмы функционирования гастрономической культуры не изучены. Условность пищевых норм и пищевых привычек не вызывает сомнений. Однако исторически и культурно изменчивы не только сами нормы гастрономической культуры, но и механизмы их репрезентации и распространения. Изучение этих механизмов невозможно без комплексного анализа, учитывающего не только эмпирическую реальность конкретных пищевых реалий, но и ценностно-

смысловой контекст, в котором существует гастрономическая культура.

Проблема исследования: отсутствие должного теоретического осмысления гастрономической культуры.

Цель дипломного исследования – разработка гастрономического тура по Москве в контексте развития гастрономического туризма.

Объект исследования – гастрономическая культура как феномен культуры.

Предмет исследования – региональные кухни Москвы как объект туристической индустрии. Опираясь на объект и предмет исследования можно выделить следующие задачи:

1. Определить гастрономический туризм как вид туризма
2. Изучить виды гастрономического туризма
3. Анализировать гастрономические туры Москвы
4. Разработать тур.

ГЛАВА 1. ФЕНОМЕН ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

1.1. Гастрономический туризм как одна из разновидностей культурного туризма

Путешествия по дальним странам всегда манили любителей новых ощущений и впечатлений. Каждый преследует разные цели в своих поездках, от которых зависит и выбор вида туризма. Это может быть пляжный отдых, покорение гор или обзор местных достопримечательностей. Но в любом туре мы тесно сталкиваемся с культурой посещаемой страны. Новая страна - новая культура. И часто одна из главных достопримечательностей страны, которую просто нельзя обойти вниманием, это местная кухня. Не зря говорят: хочешь узнать культуру страны – попробуй ее на вкус. Именно для ценителей-гурманов и существуют гастрономические туры [46].

Гастрономический туризм – понятие, корни которого уходят в глубокое прошлое. Еще наши предки любили путешествовать по миру, чтобы изучать рецепты салатов, изысканных вин и специй. Сейчас этот вопрос частично решен, в каждом магазине можно найти массу ингредиентов и всевозможных специй для приготовления различных блюд со всех континентов. Но, тем не менее, современные повара и домохозяйки не реже путешествуют, чтобы получить бесценный опыт у какого-нибудь известного шеф-повара или попробовать эксклюзивное вино [45].

Кулинарный туризм или гастрономический туризм – это вид туризма, при котором туристы пробуют национальную кухню страны, области или региона, и это в настоящее время считается важной составляющей гастротуризма. Рестораны распространены среди туристов, и «еда становится наравне с климатом, жильем и ландшафтом» по важности для туристов.

Этот вид туризма позволяет познакомиться не только со вкусом блюд и технологией их приготовления, но и разобраться в обрядах, традициях приема пищи, научиться дегустировать блюда, сервировке стола.

В программе многих гастрономических поездок предусмотрены мастер-классы от лучших поваров, которые с удовольствием поделятся секретами приготовления того или иного блюда. Также, преследуя профессиональные цели, в кулинарные путешествия отправляются представители туристических компаний, стремящиеся расширить свой бизнес и начать продавать гастрономические туры.

Гастрономический туризм представляет собой путешествие по континентам и странам с целью ознакомления с особенностями местных кухонь, кулинарными обычаями, а также дегустации блюд или продуктов, присущих только приезжему человеку [47].

Поэтому гастрономический тур, или гастротур, представляет собой комплекс мероприятий по дегустации блюд, характерных для местной кухни или национальной кухни [1, с. 12].

Национальная кухня – это культурный конструкт эпохи Модерна, возникающий в процессе складывания национальных государств и репрезентирующий национальную культуру и самобытность на уровне повседневности. Представительный характер национальной кухни обусловил преобладающую трансляцию ядра гастрономической культуры, которая задает основные правила сочетания продуктов и определяет круг возможных блюд. Ритуальное подтверждение и закрепление норм гастрономической культуры в национальной кухне становится основанием для их «профанации» в повседневных практиках [2, с.10]. Кулинарное искусство всегда формировалось под влиянием определенной среды, классов, сословий, часто зависело от моды, навязываемой определенным социальным слоем, престижем или привычками (а иногда и произволом) отдельных лиц. Но до конца XVII в. В ее основе неизменно лежали местные, национальные кухни, тесно связанные с природными условиями той или иной страны, с историческими достижениями и религиозными предписаниями того или иного народа [1, с. 3].

Основные отличия национальных кухонь не в том, из чего и из чего они готовятся, а в том, как, как готовятся, какими приемами, в какое время, при какой температуре, в какой среде, в какой посуде. Именно эти детали, эти технологические «мелочи» являются основными для формирования вкуса, консистенции и аромата блюда [1, с. 9].

Ничто не позволяет так близко соприкоснуться с материальной культурой народа, как национальный стол. Понять его особенности — это, пожалуй, лучший и кратчайший путь к взаимопониманию народов [1, с. 7]. Приобщение и изучение традиций национальной и местной кухни в последнее время стало предметом туристического интереса. Помимо того, что еда является каждодневной потребностью и входит в обязательном порядке во все программы туристических поездок, еще и кулинария, точнее гастрономия, стала предметом особого туристического интереса гурманов. Подавляющую часть культурно-развлекательной программы туристической поездки в рамках гастрономического тура составляет посещение предприятий по производству продуктов питания, в том числе сельскохозяйственных кооперативов и фермерских хозяйств, дающих возможность изучить производство и попробовать экологически чистые продукты питания. В перечень таковых с большим успехом входит посещение колбасных производств, винзаводов и погребов коллекционных вин с дегустацией продукции, сыроварений, опять же с дегустацией [3, с. 213].

Цель гастрономических туров – насладиться особенностями кухни той или иной страны. В то же время эта цель не ограничивается тем, чтобы попробовать какое-то редкое, экзотическое блюдо или попробовать бесчисленное количество блюд [42].

Важно наслаждаться местным рецептом, который на протяжении веков впитал в себя традиции и обычаи местных жителей, их культуру приготовления пищи [42].

Итак, гастрономический туризм – это путешествие по странам и континентам с целью ознакомления с особенностями местной кухни, кулинарными традициями, с целью отведать уникальное для приезжего человека блюдо или продукт [42].

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Издательский торговый дом «Герда», 2014. – 192с.
2. Волошин Н.И. Правовое регулирование туристской деятельности: Учебное пособие. – М.: «Финансы и статистика», 19201498. – 120с.
3. Власова И.Б., Зорин И.В., Ильин Е.М. Основы туристской деятельности. – М.: «Российский международный институт туризма», 2012. – 357с.
4. Вепренцев В.Ю., Васильев И.В. Правовое регулирование туристического бизнеса в Российской Федерации – М.: Издательская компания “Триада-График”, 2010. – 225с.
5. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. – 2-е изд., перераб. и доп. –

М.: «Финпресс», 2010. – 461с.

6. Гуляев В. Организация туристской деятельности: Учебное пособие. – М.: «Нолидж», 2012. – 312с.

7. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. – Минск.: ООО «Новое знание», 2011. – 495с.

8. Дурович А.П.; Копанев А.С. Маркетинг в туризме: Учебное пособие под ред. М. Горбыловой. – М.: «Экономикс», 2010. – 400с.

9. Дойль П. Менеджмент: Стратегия и тактика. – СПб.: Издательство «Питер», 2010. – 560с.

10. Дегтярь Г.М. Лицензирование, стандартизация и сертификация в туризме. – М.: «ИНФО», 2011. – 180с.

11. Дойль П. Менеджмент: Стратегия и тактика. – СПб.: Издательство «Питер», 2011. – 560с.

12. Запесоцкий А.С. Стратегический маркетинг в туризме: Учебное пособие. – СПб.: Издательство «СПбГУП», 2011. – 384с.

13. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль: Пер. с англ./ Под ред.: О.Третьяк и др. 9-е изд. – СПб.: «Питер», 2012. – 887с.

14. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: «Ростинтер», 2014. – 704с.

15. Нагорский Н.В. Музей в духовной жизни общества. – СПб. , 2014. – 432 с.

16. Дурович А.П.,Копанев А.С. Маркетинг в туризме.-М.: «Экономпресс»,2012.

17. Карпова Г.А., Воронцова М.Г. Экономика современного туризма.-М.:«Герда»,2014.

18. Папирян Г.А. Экономика туризма.-М.: Финансы и статистика», 2011.

19. Пузакова Е.П., Честникова В.А. Международный туристический бизнес.-М.: «Экспертное бюро – М»,2011.

20. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг.-М.: «Ось-89»,2012.

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/kurovovaya-rabota/357768>