

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/kursovaya-rabota/363334>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Туризм

ВВЕДЕНИЕ

1. ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

1.1. Понятие событийного туризма

1.2 Особенности российского событийного туризма

1.3 Роль событийного маркетинга в развитии туристских дестинаций

2. РАЗРАБОТКА СОБЫТИЙНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРШРУТА ПО ВЕЛИКОМУ НОВГОРОДУ

2.1 Анализ туристского потенциала Великого Новгорода

2.2 Разработка событийного тура по Великому Новгороду

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ВВЕДЕНИЕ

Во многих странах туризм является важной частью национального бюджета и одним из самых прибыльных секторов экономики. Одним из способов привлечения туристов в регион является событийный туризм. Событийный туризм часто является источником привлечения туристов в межсезонье и служит круглогодичным туристическим направлением.

Событийный туризм появился в мире относительно недавно, но уже успел заявить о себе во многих странах. Событийный туризм стал характерной чертой таких городов, как Пекин, Нью-Дели, Нурсултан и Москва. Несмотря на недолгий срок существования событийного туризма как массового явления, истоки его древние, а само явление возникло еще в античном мире. Ярким примером являются "Олимпийские игры", которые проводились каждые четыре года в Древней Греции. Событийный туризм сегодня является важной частью культурного туризма и предполагает посещение территории в определенное время, связанное с конкретным событием в жизни сообщества или общества в целом.

Событие – это ряд явлений, которые отличаются своей неоднозначностью, важностью для общества, человечества в целом, небольшой группы или отдельного человека, а также коротким периодом существования. События могут быть разовыми или повторяться с определенной периодичностью. Событийный туризм характеризуется тем, что новые туры пополняются каждый год, независимо от того, являются ли они разовыми или повторяющимися событиями.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что событийный туризм – один из наиболее ярко развивающихся видов туризма в этом регионе. С каждым годом в Великом Новгороде появляется всё больше и больше событий, которые привлекают потоки туристов.

Объектом исследования является Великий Новгород, с её событийным туристским потенциалом.

Предметом исследования является выступает программа обслуживания туристов на маршруте «Великий Новгород – Сольцы – Старая Русса – Боровичи».

Целью работы является составить тур событийной направленности в Новгородскую область.

Достижению поставленной цели способствует ряд поставленных задач:

1. Изучить теоретические основы событийного туризма.
2. Проанализировать текущее состояние событийного туризма в Великом Новгороде.
3. Разработать событийный тур по Великому Новгороду, и расчетную программу по этому туру.

1. ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

1.1. Понятие событийного туризма

Туризм – это путешествия, совершаемые людьми в свободное время с целью отдыха, образования, профессиональной/деловой, спортивной, религиозной или иной целью [1].

Существует множество видов туризма, одним из которых является событийный туризм. Событийный туризм относится к туристической деятельности, которая связана с определенными важными социальными

событиями или природными явлениями и привлекает своей уникальностью.

Событийный туризм является важной частью культурного туризма, который фокусируется на посещении места назначения в определенное время, связанное с общественным событием [2]. Термин событийный туризм впервые появился в Европе в 1980-х годах. В то время событийный туризм не позиционировался как самостоятельное направление туризма, а был частью других направлений туризма, таких как приключенческий туризм, экологический туризм и гастрономический туризм. Затем событийный туризм оформился как самостоятельное направление туризма.

С другой стороны, внедрение событийного туризма уходит корнями в глубь веков. К этому виду отдыха относятся поединки, гладиаторские бои и сельские фестивали, на которых проходят народные гуляния. Публичные казни, которые были популярны в Средние века, также являются проявлением событийного туризма, поскольку привлекают сотни зрителей.

Событийный туризм включает в себя культурные, спортивные, этнографические и выставочные туристические мероприятия. Событийный туризм ориентирован в основном на людей с доходом выше среднего и на предприятия нескольких семейных пар [4].

Вся инфраструктура событийного туризма сегодня хорошо развита во всем мире. Олимпийские игры и чемпионаты мира по различным видам спорта занимают очень важное место в событийном туризме. Миллионы болельщиков ежедневно путешествуют по всему миру, следя за своими любимыми командами. Мероприятия событийного туризма также имеют большое экономическое значение. Во время таких событий повышается активность всех объектов индустрии туризма. Во время проведения мероприятий спрос начинает превышать предложение, что приводит к дефициту. Поэтому регион, принимающий мероприятие, должен быть экономически подготовлен.

Событийный туризм предлагает больше рабочих мест для большего числа людей, чем другие виды туризма [8].

Во время подготовки мероприятий можно наблюдать возрождение традиций и обычаев, рост патриотизма народа и развитие народного творчества.

Основными преимуществами событийного туризма являются его все сезонность и высокая рентабельность. Существуют следующие классификации событийного туризма: [2].

1. Масштаб события:

- международный уровень;
- национальный уровень;
- региональный уровень.

2. По теме мероприятия:

- национальные фестивали и праздники (праздник Святого Патрика, женский праздник в Греции).
- театрализованные представления (праздник на льду, шоу Romanza в Германии, шоу Lord of the Dance в Великобритании).
- кино- и театральные фестивали (Каннский кинофестиваль, Московский международный кинофестиваль).
- гастрономические фестивали (Октоберфест в Германии, Oyster Festival в Ирландии).
- показы мод (Неделя высокой моды в Москве, Неделя моды в Париже).
- аукционы (аукционы Sotheby, аукционы Christie).
- музыкальные фестивали и музыкальные конкурсы (Евровидение, RockFest в Финляндии).
- спортивные мероприятия (олимпиады и международные соревнования, гонки Формулы-1).
- Карнавалы (Карнавал в Рио-де-Жанейро, Венецианский карнавал).

Участники событийных туров имеют весьма высокие требования к средствам размещения, транспорту и к услугам гидов-переводчиков. Существует несколько важных аспектов, делающих события более популярными (таблица 1). [5].

1. Абдулазизова С.Л. Роль событийного туризма в продвижении регионального турпродукта и популяризации отдыха в регионах / С.Л. Абдулазизова // Туризм: право и экономика. – 2016 г. 124 с.

2. Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент - менеджмент / О.В. Алексеева // Российское предпринимательство. – 2017 г. 89 с.

3. Арбузов, А. Ф. География туризма / А.Ф. Арбузов. - М.: Академия, 2018 г. - 160 с.

4. Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук / О.В. Алексеева. - М., 2016 г. 139 с.

5. Белецкая. Специфика организации событийного туризма в России и зарубежных странах: современный этап.\\Сетевой журнал «Научный результат». Серия «технологии бизнеса и сервиса». 2019 г. №2 – 66 с.

6. Булганина С.В. Событийный туризм: история и перспективы развития.\\ Н.С. Лопаткина. Событийный туризм в России.\\Интернет журнал «Наукoведение». 2019 г. 206 с.
7. Бабикова В.Н. Сравнительный анализ состояния туризма в России / Бабикова В.Н., Радионова М.В. // Информ. системы и математ. методы в экономике. – 2020 г. 199 с.
8. Власова Т.И. Событийный туризм - эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион / Т.И. Власова, А.В. Алейников // Вестник Национальной академии туризма. – 2017 г – 155 с.
9. Грушин М.Ю. Анализ развития событийного туризма в России, его функции, пути повышения эффективности событийных мероприятий. 2016. 133 с.
10. Гамов, В. К. Менеджмент качества и оценка соответствия в туризме / В.К. Гамов, Н.В. Старичкова. - М.: Феникс, 2019. - 288 с.
11. Квартальнов В. А. Туризм: теория и практика. - М.: Финансы и статистика , 1998 г. 213 с.
12. Кречмар, Михаил Книга путешественника, или Дзэн-туризм / Михаил Кречмар. - Москва: Машиностроение, 2017 г. - 791 с.
13. Леонидова Е. Г. Событийный туризм как новое направление российского туристического рынка // Universum: экономика и юриспруденция. – 2019 г – 304 с.
14. Морева С. Н. Событийный туризм как перспективное направление регионального туризма / С. Н. Морева, Е. А. Пескова // Соврем. Тенденции развития науки и технологий. – 2016 г. 210 с.
15. Пелле А. В. Рыночная сегментация массовых культурно-зрелищных мероприятий 2017 г. 178 с.
16. Тарасова Ю. А. Разработка проекта ивента: научное обоснование основных компонентов\\Индустриальное развитие региона. 2020 г – 222 с.
17. Шихова Ю. П. Теоретико-методическое представление сегмента «событийный туризм» как элемента развития региона // Подводя итоги года. Вопросы политологии, социологии, философии, истории, экономики: материалы междунар. науч.-практ. конф. – Саратов, 2019 г – 132 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/kursovaya-rabota/363334>