

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/otchet-po-praktike/399006>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Туризм

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

Раздел 1. Реализация программы технологии и организации туризма 4

1.1. Перспективы развития мирового туризма 4

1.2. Понятие туроператорской деятельности 6

1.3. Технология предреализационных процессов в сфере туризма 8

1.4. Организация и проведение туристского маршрута 11

1.5. Обеспечение безопасности туризма 13

1.6. Расчет стоимости туристского продукта 16

Раздел 2. Изучение маркетинговых технологий в туризме 17

2.1. Маркетинг как концепция управления туристского бизнеса 17

2.2. Разработка комплекса маркетинга в индустрии туризма 18

2.3. Маркетинг рынка потребителей туристских услуг 20

2.4. Основы сегментации рынка туристских услуг 21

2.5. Маркетинговые исследования рынка туристских услуг 23

2.6. Маркетинговая продуктово-рыночная стратегия туристского предприятия 24

2.7. Ценовая стратегия и тактика туристского предприятия 26

2.8. Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия 28

3. Предоставление туроператорских услуг 29

3.1. Туристский бренд 29

3.2. Процесс управления брендами в организациях индустрии туризм 29

3.3. Процесс формирования собственного туристского бренда 30

4. Особенности развития регионального туризма 32

4.1. Теоретические аспекты функционирования туризма в современной экономике 32

4.2. Оценка эффективности развития регионального туризма. Возможности развития видов туризма в регионе 33

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 36

Все это уже известные китайским туроператорам маршруты. В 2023 году в России не будет новых регионов китайского туризма. Одним из главных развлечений китайских туристов во время отпуска является шоппинг. В России брендовые товары приобрели до четверти прибывающих сюда китайских туристов. Сейчас этот сегмент ограничен в связи с уходом многих брендов с российского рынка. Тем не менее, китайские туристы продолжают тратить деньги на другие популярные товары, которые можно приобрести в нашей стране: янтарь, шоколад, сувениры, ювелирные изделия.

Европа, где представлены все бренды, не возьмет на себя значительную часть туристического потока из Китая в Россию. Во-первых, многие страны ЕС ввели ограничения для китайцев.

Потребительские ценности пронизывают все аспекты их образа жизни, где выбор поездки все больше отражает интересы, убеждения и рабочие отношения потребителей. Примером этого является тенденция смешанных поездок (или «уверенности в себе» – бизнес плюс отпуск): это могут быть так называемые «рабочие» (рабочие каникулы) или «работа из любой точки мира» (возможность работать из любой точки мира).

Ожидается, что рост предложений, основанных на ценностях здорового образа жизни, таких как спорт, велнес и экотуризм, превзойдет динамику продаж стандартных туристических пакетов в 2023-2027 годах, при этом средний годовой прирост стоимости составит более 12%.

Ожидается, что в 2024 году общая стоимость оздоровительных пакетов, ориентированных на комплексное оздоровление, от занятий йогой до медицинских процедур в спа-центрах, достигнет 29,3 миллиарда

долларов. Индустрия оздоровления продемонстрировала высокую устойчивость во время пандемии, причем спад в 2020 году был меньше, чем в других типах услуг (-65% против -69%).

Туризм, основанный на природных достопримечательностях и красотах (включая приключенческий туризм, экотуризм и пляжный отдых), также пользуется повышенным потребительским спросом. Ожидается, что только в 2024 году на него будет приходиться 57% всех туристических пакетов по всему миру. Эти пакеты включают в себя сельские, пляжные и приключенческие природные направления и мероприятия, поскольку привлекательность отдыха на природе продолжает расти после пандемии.

Еще одна тенденция - адаптация туристов к стыковочным рейсам. Российские туристы раньше не очень любили этот формат и воспринимали такие билеты как самую исключительную меру, когда других вариантов просто нет. Сейчас отношение к стыковочным рейсам у россиян гораздо спокойнее.

Еще одна тенденция 2023 года также связана с внутренним туризмом: это резкое сокращение глубины бронирования по всем направлениям, включая короткие поездки недалеко от дома. Поездки на выходные обычно бронируются спонтанно. Популярность семей и компаний растет в регионах и на курортах России, которые находятся ближе всего к месту проживания. Для отечественных туристов сейчас очень важна хорошая транспортная доступность, удобное расположение жилья, чтобы не тратить много времени на дорогу и передвигаться от дома к отелю и обратно, отмечают эксперты.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» №132 от 24.11.1996 года.
2. Федеральная целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011-2018 годы"
3. ГРАЖДАНСКИЙ КОДЕКС РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ" (ГК РФ) от 30.11.1994 N 51-ФЗ
4. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме : учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 214 с.
5. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / Н.А. Агешкина. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 567 с.
6. Андреев, В. Д. Организация и методика рискоориентированного аудита в туризме : учебное пособие / В. Д. Андреев. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. – 392 с.
7. Багдасарян, В. Э. История туризма : учебное пособие / В.Э. Багдасарян, И.Б. Орлов, А.Д. Попов. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 190 с.
8. 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.
9. Безопасность в туризме : учебно-методическое пособие / сост. С. Ю. Махов. – Орел : МАБИВ, 2020. – 118 с.
10. Бизнес-планирование в туризме : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / под общ. ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К, 2021. – 310 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/otchet-po-praktike/399006>