

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/405464>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Туризм

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 5

1 Теоретические аспекты инсентив-туров 5

1.1 Определение туристского продукта и особенности его разработки 5

1.2 Общая характеристика инсентив-тура 7

1.3 Современное состояние, проблемы и прогнозы развития инсентив-туров 10

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 13

2 Разработка и продвижение инсентив-туров в России 13

2.1 Оценка развития инсентив-туризма в России 13

2.2 Особенности разработки инсентив-туров в России 15

2.3 Разработка плана маркетинга для продвижения инсентив-туров в России 18

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 22

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 24

ПРИЛОЖЕНИЯ 27

Разработка и продвижение инсентив-туров – это стратегический подход к привлечению и мотивации сотрудников, партнеров или клиентов компании путем проведения организованных путешествий. Инсентив-туры представляют собой необычную форму корпоративных поездок, которые помогают создать сильную команду, укрепить партнерские отношения и повысить продуктивность в рабочей среде. Разработка инсентив-туров начинается с определения основных целей, которые компания стремится достичь. Поэтому при разработке программы следует учесть интересы и предпочтения участников, чтобы создать впечатления, которые запомнятся на всю жизнь.

Актуальность выбора темы в современных условиях неоспорима. С каждым годом все больше людей предпочитают активный отдых, поэтому спрос на интенсив-туры, предлагающие уникальные и захватывающие приключения, увеличивается. Однако, чтобы разработать и успешно продвинуть интенсив-тур, необходимо иметь соответствующие знания и навыки.

Объектом исследования являются интенсив-туры как туристский продукт. Выбор объекта исследования обусловлен актуальностью данной темы в сфере туризма. Предметом исследования данной работы является процесс разработки и продвижения интенсив-тура.

Цель данной работы состоит в разработке более эффективных методов и подходов к созданию и продвижению интенсив-туров, а также в анализе рынка и выявлении потенциальных потребителей таких туров.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы инсентив-туров.
2. Проанализировать и дать оценку современному уровню развития инсентив-туров.
3. Рассмотреть особенности организации инсентив-туров в России.
4. Разработать рекомендации для продвижения инсентив-туров.

Теоретическая и информационная база исследования будет включать в себя актуальные научные и практические работы по разработке и продвижению туров, а также данные о рынке интенсив-туров и потребительском спросе на них.

Для решения поставленных задач будут использованы различные методы исследования, включая анализ научной литературы, существующих туристических предложений, анализ рекламной и маркетинговой активности конкурентов, а также моделирование для выработки новых идей и решений.

Структура курсовой работы будет состоять из теоретической и практической частей. В теоретической части мы рассмотрим основные понятия и теоретические аспекты разработки и продвижения инсентив-туров. В практической части будут представлены результаты маркетинговых исследований, а также разработанные рекомендации для продвижения инсентив-туров.

Исследование позволит выявить ключевые моменты, влияющие на успешность интенсив-тура и разработать рекомендации для его продвижения.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1 Теоретические аспекты инсентив-туров

1.1 Определение туристского продукта и особенности его разработки

Туризм принадлежит к сфере деятельности, которая является одной из самых быстроразвивающихся и перспективных сфер экономики. Эта деятельность простирается от гостиниц и транспорта до финансирования и посредничества самого разного рода. В методическом плане очень важно разграничивать понятия туристского продукта и туристских услуг [19].

Туристский продукт — это комплекс услуг, которые предоставляются туристам во время путешествия, обладающих полезностью. Он включает в себя все элементы, необходимые для удовлетворения потребностей и ожиданий туриста во время отпуска или путешествия. Туристским продуктом в широком понимании этого слова может выступать любой вид туристских услуг (Приложение А).

Туристский продукт включает обычно следующие компоненты: основные услуги, дополнительные услуги и сопутствующие услуги. Туристский продукт реализуется клиенту в форме тура. Тур предлагается клиенту как единое целое, как продукт деятельности туроператора, ориентированный на определенный маршрут и на конкретные сроки [19].

Определение туристского продукта может включать следующие основные аспекты:

1. Активности и достопримечательности. Определение туристских продуктов включает описание различных видов активностей и достопримечательностей, предлагаемых в данной туристической зоне. Это может включать экскурсии, спортивные мероприятия, различные виды развлечений и культурные мероприятия.
2. Услуги размещения. Туристский продукт также включает услуги размещения, такие как отели, мотели, кемпинги, апартаменты и гостевые дома. Различные виды размещения предлагают разные условия проживания, уровень комфорта и доступность к основным достопримечательностям и активностям.
3. Транспорт. Элементом туристского продукта являются также услуги транспорта, которые обеспечивают перемещение туристов от одного места к другому. Это может включать самолеты, поезда, автобусы, такси и личные автомобили.
4. Питание. В определение туристского продукта также включены услуги питания, включая рестораны, кафе, бары и фаст-фуд. Это важный элемент для туристов, так как они хотят насладиться местной кухней и попробовать различные блюда и напитки.

1. Агальцова Ирина Анатольевна Инсентив-туризм как способ мотивации персонала // Сервис в России и за рубежом. 2016. №5 (66). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/insentiv-turizm-kak-sposob-motivatsii-personala>

2. Асеева М.А., Ратушняк Г.Я. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССА РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ МЕЖДУНАРОДНЫХ ДЕЛОВЫХ ТУРОВ // Вестник РМАТ. 2021. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-protsessa-razvitiya-turistskih-uslug-mezhdunarodnyh-delovyh-turov>

3. Балабанов И. Т. Экономика туризма: Учебное пособие для студентов вузов, эконом. спец. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 174 с.

4. Баранова, А. Ю. Организация предприним. деят. в сфере туризма: Уч. пос. / А.Ю. Баранова-НИЦ ИНФРА-М, 2016-180с (ВО: Бакалавр. / А.Ю. Баранова. - Москва: Наука, 2016. - 539 с.

5. Борисова О.В. Перспективы развития инсентив-туризма // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2016. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-insentiv-turizma>

6. Бышок Ксения Александровна, Сапунова Екатерина Витальевна, Пыхтина Марина Геннадьевна Особенности продвижения туристского продукта // Достижения науки и образования. 2019. №9-2 (50). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prodvizheniya-turistskogo-produkta>

7. Гоева Т.А., Филобок М.А, Куприяшкина А.Е. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ MICE-ТУРИЗМА В РОССИИ // Экономика и социум. 2021. №6-1 (85). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-mice-turizma-v-rossii>

8. Григорян Римма Левовна РАЗВИТИЕ ИНСЕНТИВ-ТУРИЗМА В РОССИИ // Science Time. 2017. №1 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-insentiv-turizma-v-rossii>

9. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии : учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15308-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513643>
10. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13120-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518748>
11. Зотов Е. Д. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ В РОССИИ // Вестник ГУУ. 2021. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-delovyh-puteshestviy-v-rossii>
12. Кошин Иван Ильич, Кошина Ольга Владимировна Развитие делового туризма в Российской Федерации в 2000-е годы: тенденции, проблемы, перспективы // Огарёв-Online. 2020. №2 (139). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-delovogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-2000-e-gody-tendentsii-problemy-perspektivy>
13. Митрофанова Инна Васильевна, Пьянкова Светлана Григорьевна, Ергунова Ольга Титовна, Жабреева Нина Абаевна ПРОДВИЖЕНИЕ МИСЕ-УСЛУГ КАК ИСТОЧНИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ // Общество: политика, экономика, право. 2021. №10 (99). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodvizhenie-mice-uslug-kak-istochnika-obespecheniya-ustoychivogo-razvitiya-delovogo-turizma-v-regione>
14. Митрофанова Инна Васильевна, Пьянкова Светлана Григорьевна, Ергунова Ольга Титовна, Жабреева Нина Абаевна ПРОДВИЖЕНИЕ МИСЕ-УСЛУГ КАК ИСТОЧНИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ // Общество: политика, экономика, право. 2021. №10 (99). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodvizhenie-mice-uslug-kak-istochnika-obespecheniya-ustoychivogo-razvitiya-delovogo-turizma-v-regione>
15. Нюренбергер Лариса Борисовна, Рогалева Надежда Леонидовна, Петренко Никита Евгеньевич СОВРЕМЕННЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ: СТРУКТУРА, ОСОБЕННОСТИ, РАЗВИТИЕ // Финансовые рынки и банки. 2021. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-delovoy-turizm-struktura-osobennosti-razvitie>
16. Палшков Дмитрий Александрович Особенности развития деловых путешествий в России // Вестник ГУУ. 2013. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-delovyh-puteshestviy-v-rossii>
17. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р (ред. от 07.02.2022) Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года>.
18. Справочник по туризму. Словарь от А до Я [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spravochnik.ru/turizm>
19. Устюгова Е. В., Попова Т. О. Туристский продукт и туристские услуги // ТДР. 2009. №10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskiy-produkt-i-turistskie-uslugi>
20. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция)
21. Цыганова В. О. Современные методы продвижения туристского продукта // Colloquium-journal. 2020. №9 (61). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-metody-prodvizheniya-turistskogo-produkta>
22. Шпырня Олег Валентинович Обзор развития рынка делового туризма в Российской Федерации // Научный вестник ЮИМ. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-razvitiya-rynka-delovogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii>

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/405464>