

*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/diplomnaya-rabota/64501>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Туризм

Содержание

Введение 3

1. Теоретические основы формирования экскурсионных туров 7

1.1 Определение и основные понятия экскурсионного тура 7

1.2 Технология и организация экскурсионных туров 12

1.3 Историко-культурный потенциал и перспективы развития для экскурсионного – познавательного тура по местам боевой славы 21

2. Анализ деятельности турфирмы ООО «Аванта Травел» 25

2.1 Характеристика турфирмы ООО «Аванта Травел» 25

2.2 Основные направления деятельности туристского предприятия 27

2.3 Предложения и рекомендации по увеличению туристского потока на внутренний туризм 31

3 Проектирование военно-патриотического тура 34

3.1 Оценка туристских ресурсов Ленинградской области для создания нового турпродукта. 34

3.2 Разработка и расчет тура «Зелёный пояс Славы» 39

3.3 Методы продвижения и реализации экскурсионного тура «Зелёный пояс Славы» 43

Заключение 48

Список использованной литературы 51

Введение

Военная история на сегодняшний день - это один из важнейших элементов туристского интереса. Изучение военной истории является неотъемлемой составляющей с целью воссоздания и возрождения военно-патриотических, культурных и исторических традиций и способов решения существующих проблем в сфере патриотического воспитания граждан.

Актуальность темы заключается в том, что военно-исторический туризм охватывает все аспекты путешествия, в процессе которого человек познает жизнь, культуру, обычаи другого народа, связанные с военной историей. Туризм, таким образом, представляет собой главное средство создания культурных связей.

3

Основой военно-исторического туризма является исторический и культурный потенциал страны, который включает в себя всю культурную и социальную среду. Военно-исторический потенциал выражен в его историческом наследии. Успешное развитие туризма в регионе определяет существование исключительных военно-исторических объектов. Знакомство с историей и историческими объектами, связанными с боевыми действиями- сильнейший побудительный туристский мотив.

1. Теоретические основы формирования экскурсионных туров

1.1 Определение и основные понятия экскурсионного тура

Экскурсионный туризм – это временные выезды людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки без занятия коммерческой деятельностью и с целью посещения в познавательных целях туристических ресурсов, других объектов, имеющих художественную, историческую и иную значимость, под руководством экскурсовода, гида-переводчика, иного лица, наделенного правом проведения экскурсий с общей продолжительностью каждой вылазки не более 24 часов .

Тем не менее, количество экскурсий в рамках одного тура может быть неограниченным и посещение каждого отдельно взятого объекта само по себе может являться экскурсией. Однако в целях экономичности и эргономичности многие объекты связывают в маршруты.

Из этого следует, что экскурсия – основной элемент экскурсионного туризма, средство для достижения цели в виде познания. Познавательный туризм, в свою очередь – это обобщённое название, в рамках которого можно предпринимать самостоятельные путешествия и вылазки с целью расширения собственного кругозора, в то время как экскурсионный туризм – то же самое, но посредством организованных экскурсий.

Под экскурсионной деятельностью понимается организация процесса ознакомления туристов и экскурсантов с экскурсионными объектами без предоставления услуг размещения. В качестве объектов туристского интереса могут выступать древние города, этнические и фольклорные памятники, как природные, так и созданные человеком, городские ландшафты, музеи и так далее.

Подобная деятельность должна затрагивать самые широкие слои населения и осуществляться квалифицированными специалистами, соответствующих требованиям, предъявляемых к технологии создания экскурсионных услуг и обслуживания экскурсантов .

В ГОСТ Р 54604-2011 «Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования» экскурсия определена как услуга по организации посещения объектов экскурсионного показа (объекты природного, историко-культурного наследия, промышленные предприятия и др.)

индивидуальными туристами (экскурсантами) или туристскими группами, заключающаяся в ознакомлении и изучении указанных объектов в сопровождении экскурсовода, гида, гидапереводчика, продолжительностью менее 24 часов без ночевки.

Экскурсионный тур – это путешествие, цель которого заключается в осмотре достопримечательных мест. Как правило, тур состоит из нескольких услуг для группы лиц или одного человека. Экскурсионный тур включает себя большое количество посещаемых мест (несколько городов, пунктов) длится более суток и предполагает размещение в гостиницах/палатках, питание, предоставление автотранспортных услуг и экскурсионную программу.

4

Следуя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что экскурсионный тур – это комплекс услуг, целью которого является посещение и осмотр экскурсионных объектов. Отличительной чертой тура является то, что он рассчитан более, чем на 24 часа и включает в себя не только услуги экскурсовода, но и услуги по питанию, размещению и предоставлению других, в зависимости от условий проведения тура.

#### 1.2 Технология и организация экскурсионных туров

Во время экскурсии туристы должны сопровождаться опытными гидами-экскурсоводами, на отдельных тематических экскурсиях – экскурсоводами-искусствоведами. При работе с иностранными туристами важно уметь предоставлять информацию на родном для слушателя языке. Сегодня это является правилом хорошего тона и негласным правилом хорошего обслуживания. Считается, что перевод искажает восприятие темы и ухудшает качество экскурсии .

В процессе экскурсии экскурсовод помогает экскурсантам увидеть объекты, узнать о них соответствующую информацию, а также дать им возможность проникнуться значимостью события или эпохи, в честь которого было создано данное сооружение или же ощутить величие природы. Всё это должно не только впечатлить экскурсантов, но и позволить им овладеть практическими навыками самостоятельного наблюдения и анализа. В этом ключевую роль играет формирования простейшего умения видеть .

Сбыт продукции туроператоров (рис. 1), а также услуги отдельно взятых производителей экскурсионных услуг, например, музеев, чаще всего осуществляется через туристические агентства.

Деятельность экскурсионных фирм в данном случае заключается в комбинировании услуг непосредственных производителей, т.е. музеев, транспортных, зрелищных и других организаций с целью получения конечного туристического продукта. Такой продукт может создаваться как по усмотрению самого туроператора, так и по желанию потребителя, на групповой или индивидуальной основе. Однако чаще всего клиент доверяет разработку маршрута специалисту и приобретает уже готовый пакет услуг, в который входит определённая развлекательная программа, заранее спланированный маршрут, а также услуги по транспортировке, питанию и размещению в том случае, если они необходимы .

На практике наблюдаются различные варианты соединения вышеуказанных функций в рамках одной экскурсионной фирмы. Начинающие фирмы, занимающиеся, в основном, пассивным

туризмом, со временем разрабатывают свои экскурсионные услуги и взаимодействуют с фирмой-партнером на взаимовыгодных условиях.

1.3 Историко-культурный потенциал и перспективы развития для экскурсионного – познавательного тура по местам боевой славы

Культурно-познавательный туризм на сегодня является одним из самых распространенных видов туризма. Путешествие к культурным достопримечательностям легко может быть сопряжено с любым другим видом туризма. Это делает культурный туризм одним из самых востребованных и доступных способов организации отдыха.

Военно-исторический туризм - это вид туризма, подразумевающий посещение мест военных сражений, памятных мемориалов, музеев истории и краеведения, исторических военных объектов, боевых морских кораблей, подводных лодок, катание на военной технике, стрельба из оружия на полигонах и в тирах, участие в военных учениях и маневрах, фестивалей.

5

Основными функциями военно-исторического туризма являются культурно-познавательная и воспитательная, суть которой заключается в патриотическом воспитании граждан и сохранении духовных и социальных ценностей.

Военно-исторический туризм подразделяется на следующие подвиды:

военно-исторический туризм (посещение исторических мест и музеев);

оружейных туризм (стрельба из различных видов оружия);

милитари-туризм (жизнь в армейских условиях и участие в программах военной подготовки, скаутинг, посещение различных объектов и полигонов, катание на военной технике);

военный туризм (посещение мест боевых действий).

По временному аспекту военно-исторический туризм чаще всего является кратковременным (туры «выходного дня»), реже встречаются долгосрочные (от 10 дней и дольше) и среднесрочные туры.

Транспортными средствами, используемыми в ходе путешествия, являются авиационный, железнодорожный и автобусный. Авиа и ж/д перевозки, как правило, осуществляются до основного пункта назначения, а в течение самого тура используются автобусные перевозки или пешее передвижение (в зависимости от удаленности объектов).

2. Анализ деятельности турфирмы ООО «Аванта Травел»

2.1 Характеристика турфирмы ООО «Аванта Травел»

Турфирма ООО «Аванта Травел» была открыта в ...

Обращаясь в туристическое агентство ООО «Аванта Травел», клиенту объясняют, какие именно услуги он приобретает и как ими можно воспользоваться, также гарантии и обязательства со стороны агентства.

ООО «Аванта Травел» имеет факс, телефонные линии, ксерокс, компьютеры, кондиционер, принтеры, подключение к локальной сети Internet. Для удобства работы сотрудников в наличии есть основные канцелярские принадлежности, которые облегчают вопросы, связанные с работой (с бумагами), составлением различных документов и оформлением договоров.

2.2 Основные направления деятельности туристского предприятия

Основными направлениями деятельности турфирмы ООО «Аванта Травел» являются:

- Комплексная деятельность по организации путешествий за рубеж и по России с различными целями, при этом учитываются интересы, увеличения и пожелания клиента
- организация экскурсионных, туристических, санаторно-курортных, индивидуальных туров, деловых поездок, корпоративный отдых или семейный, а также шоп-туры;
- оформление загранпаспортов и виз;
- Продажа авиа и ж/д билетов;
- молодежный отдых;
- туры выходного дня;

6

- отдых за рубежом и в России;
- автобусные туры по Европе.

Для анализа внешней среды представим Pest-анализ турфирмы (см. таблицу 2.3): Максимальная по каждому фактору оценка 100, минимальная - 0

Таким образом, можно сделать вывод, что в целом все факторы макросреды оказывают

неоднородное влияние на туристическую отрасль и ее развитие. Растить на падающем в кризис рынке можно только за счет захвата сегментов, освобождаемых конкурентами. Важно понимать, конечно, за счет чего вы будете в этих сегментах эффективнее предшественников - более совершенных технологий, финансовых возможностей и т.д.

### 2.3 Предложения и рекомендации по увеличению туристского потока на внутренний туризм

Рынок военно-исторического туризма в регионах России очень велик, но его развитие продолжается беспорядочно, без общепринятых правил его функционирования.

В связи с этим, российское военно-историческое общество рассматривает концепцию развития военно-исторического туризма в регионах страны. В этих целях РВИО запустило новый федеральный проект - социальный патриотический интерактивный портал «Место памяти». Главная цель авторов портала «местопамяти.рф» - сохранение всех объектов исторического наследия. Суть проекта состоит в формировании народной карты объектов военно-исторического наследия, что позволит вести общественный мониторинг их состояния, планировать и популяризировать мероприятия по приведению мест памяти силами граждан, организаций и государства в достойный вид.

Возможности этого социального проекта позволяют вовлечь и объединить усилия активных граждан, в том числе молодежи, по созданию народной карты объектов исторического наследия (памятники, постаменты, мемориалы, Вечные огни, захоронения и т. д.).

Интерактивный портал «Место памяти» содержит аналитическую информацию об объектах исторического наследия, связанных с Россией и расположенных на территории Российской Федерации.

Таким образом, портал «Место памяти» является информационным пространством по объектам военно-исторического наследия. Кроме того, один из его важных аспектов - моральный.

Напоминая о страшных потерях, которые приносит с собой война, сеть «Местопамяти.рф» это призыв к тому, чтобы трагедия больше не повторилась.

### 3 Проектирование военно-патриотического тура

#### 3.1 Оценка туристских ресурсов Ленинградской области для создания нового турпродукта

Систему памятников Боевой Славы в Ленинградской области составляет «Зелёный пояс Славы».

Нет такого другого памятника, который протянулся бы на двести километров. Его обелиски, стелы, мемориальные сады и рощи установлены и посажены в честь тех, кто насмерть стоял у стен города. Памятники Зеленого пояса Славы увековечили героизм защитников Пулковских высот и стойкость солдат, не пустивших врага на правый берег Невы у Ивановских порогов, мужество тех,

7  
кто сражался на Невской Дубровке и остановил врага у западных кварталов города. Их десятки, скромных и величественных монументов в память прославленных и безымянных героев, сынов и дочерей нашей Родины.

От Ржевки до Ладожского озера выстроились вдоль асфальтовой ленты километровые столбы. Каждый из них - мемориальная стела, на которой рядом с пятиконечной звездой слова «Дорога жизни». Их сорок пять.

Есть в этой цепи и памятники, посвященные героям Ладожской трассы, по которой Ленинград в годы блокады поддерживал связь с Большой землей - летом по воде, а зимой по льду Ладожского озера. От Ржевки до Ладожского озера выстроились вдоль асфальтовой ленты километровые столбы. Каждый из них - мемориальная стела, на которой рядом с пятиконечной звездой слова «Дорога жизни». Их сорок пять.

1. Кировский вал. Обелиск защитникам города Ленинграда. Является частью мемориала «Кировский вал», входящего в Зеленый пояс Славы Ленинграда. Установлен в 1946 году.

Архитекторы: Л. Ю. Гальперин, Д. М. Шпрейзер. Материал из которого создан памятник - гранит, мрамор. На лицевой стороне основания укреплен мраморная доска с текстом: «Слава защитникам города Ленина. 1941-1944».

2. Пулковский рубеж. Мемориал, входящий в Зелёный пояс Славы. Находится на рубеже, где в сентябре 1941 года было остановлено наступление немецко-фашистских войск. Сооружён в 1967 году на южном склоне Пулковских высот, на 20 километре Киевского шоссе. На горизонтальной бетонной стеле длиной 34 м - мозаичное панно, посвящённое боевым и трудовым подвигам ленинградцев, по сторонам на южном склоне Пулковских высот - два танка Т-34.

3. Ополченцы. Комплекс мемориальных сооружений на рубежах битвы за Ленинград 1941-1944 гг.,

созданный с целью увековечить память его героических защитников. Первое сооружение будущего комплекса появилось еще во время ВОВ - это стела между Лигово и Сосновой Поляной.

4.Непокоренные. Мемориал в память обороны города в 1941-1944 гг. Сооружён около развилки дороги Пушкин - Колпино - совхоз «Детскосельский». На возвышенной площадке находится бетонная стела с изображением атакующего бойца и надписью: «Здесь проходил передний край обороны советских войск. 1941-1944» и рядом другая стела меньшей высоты с надписью: «Вам, отстоявшим Ленинград, вечная слава»

Здесь же имеется отдельный памятный знак с надписью: «Частям 237 стрелковой дивизии и Красногвардейского укрепрайона, сдержавшим натиск фашистских захватчиков в сентябре 1941 года.»

5.Штурм. Стела, сооруженная в память о подвиге воинов входившей в состав 55-й армии 268-й стрелковой дивизии, сражавшихся в июне 1942 года на Ленинградском фронте между Колпином и Ям-Ижорой. Обелиск установлен на рубеже, где в сентябре 1941 года было остановлено наступление немецко-фашистских войск на Ленинград.

### 3.2 Разработка и расчет тура «Зелёный пояс Славы»

К числу примеров экскурсий в составе тура «Зелёный пояс Славы» можно предложить следующие:

1.Зеленый пояс славы на Карельском перешейке

С посещением Музея «На Кексгольмском направлении» и обедом из полевой кухни.

Групповая экскурсия (для корпоративных групп)

8

Продолжительность экскурсии: 10 часов

Место начала экскурсии: По желанию заказчика

Экскурсия проводится по местам боев войск ленинградского фронта на северных подступах к Ленинграду в годы войны. В ней рассказывается о разгроме фашистских войск и освобождении Карельского перешейка.

Экскурсанты осматривают памятники Зеленого пояса Славы и посещают музей «На Кексгольмском направлении», который находится на территории загородного клуба «Дача».

В музее представлены уникальные инсталляции с манекенами солдат и офицеров в форме образца Великой Отечественной Войны. Несколько инсталляций представляют времена СоветскоФинской войны. В экспозиции представлены стрелковое оружие: винтовки, автоматы и пулемёты.

Часть музея находится под открытым небом – это окопы, пулемётные гнёзда, укрепленные стрелковые ячейки и блиндажи. Там же установлены противотанковые пушки и полевые кухни.

Маршрут экскурсии:

Приморское шоссе, Сестрорецк, Белоостров, Верхневыборгское шоссе, поселок Первомайское (осмотр остатков укреплений линии Маннергейма), поселок Петровское, Агалатово, Осиновая Роща.

2.Мемориальная экскурсия «Дорога жизни. Ленинград. Блокада. Подвиг»

С.-Петербург - Ржевский коридор - мемориалы Зелёного пояса Славы - музей Дороги жизни в Осиновце - музей Дороги победы - С.-Петербург. 1 день.

Программа экскурсии:

Отправление из С-Петербурга на автобусе в 09:00 от ст. м. «Ул. Дыбенко».

Экскурсии с ночным переездом могут отправляться накануне (с 21.00 до 24.00) объявленной даты экскурсии.

Экскурсия по Дороге жизни с посещением мемориалов Зеленого пояса Славы.

Осенью 1941 года единственной нитью, связывавшей Ленинград с остальной страной, стал полный опасностей путь через Ладожское Озеро. Названный впоследствии Дорогой жизни, он стал символом мужества и трагедии города на Неве, а также тех громадных усилий, которые предпринимала вся страна для спасения ленинградцев. В ходе экскурсии мы проедем по всему автомобильного пути Дороги жизни, начиная от Ржевского коридора и заканчивая станцией «Ладожское Озеро», откуда уходили составы с продовольствием в город. Мы также сделаем остановки у мемориалов Зелёного пояса Славы и увидим памятники «Катюша», «Цветок жизни» и «Разорванное кольцо».

3.3 Методы продвижения и реализации экскурсионного тура «Зелёный пояс Славы»

Продвижение туристского продукта - это совокупность мер, которые направлены на создание турпродукта и подготовку к его реализации. Процесс продвижения предполагает наличие

субъектов, воздействующих на объект. Субъектами являются предприятия, фирмы и организации, которые заинтересованы в продвижении, а объектами продвижения, в свою очередь, являются услуги, товары, информация.

9

Для эффективного продвижения туристского продукта ООО «Аванта Травел» должна осуществлять определенный комплекс маркетинговых мероприятий, приводящих к коммерческому успеху. Так продвижение турпродукта осуществляется разными способами. Способ продвижения - это путь информирования потенциального клиента о продукции и о фирме, которая предлагает его".

Наиболее эффективным способом продвижения туристического продукта на рынок туруслуг является рекламная деятельность туристических фирм. Реклама - это значимый вид деятельности, информирующий людей об особенностях товаров и услуг. Товары и услуги без рекламной информации не существуют. Цель рекламы - производство знания для клиента с целью создания спроса на товары и услуги, а также возбудить интерес и привлечь внимание клиента.

В туристической сфере применяются почти все рекламные средства. Реклама в средствах массовой информации (СМИ) - это журналы, радио, газеты, телевидение. Главная особенность такой рекламы состоит в том, что она способна донести информацию до максимально большой группы. Стоимость данной рекламы зависит от страны, от выбранного средства подачи информации и её продолжительности. Заметим, что телевизионная реклама является самой дорогой. К традиционным видам рекламы относятся брошюры, каталоги путешествий, туристские журналы.

Заключение

Обобщим основные выводы по работе.

Сущность экскурсионного туризма заключается в путешествиях с целью посещения определённых объектов интереса. В ходе экскурсии турист посещает всевозможные достопримечательности, природные и архитектурные памятники, знакомится с историей, культурой, бытом той или иной страны. Целью данного вида туризма является расширение кругозора отдыхающего, приобретение свежих впечатлений, проведение полезного и увлекательного досуга. Значимость экскурсионно-познавательного туризма характеризуется его практической полезностью для государства, поскольку является относительно дешёвым и доступным способом привлечения туристской клиентуры на территорию страны, что положительно влияет на уровень доходов и благосостояние нации, способствует укреплению международных отношений и культурному обмену.

Список использованной литературы

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.11.2012) // Российская газета. № 231, 03.12.1996.
2. Концепция Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016)». Утверждена распоряжением Правительства РФ от 19 июля 2010 г. № 1230-р
3. Постановление Российской Федерации от 31 декабря 2004 г. № 901 «Об утверждении положения о Федеральном агентстве по туризму» (в ред. Постановлений Правительства РФ от 19.06.2012 № 606)
4. Закон Санкт-Петербурга от 09 июля 2003 №409-52 «О поддержке Санкт-Петербургом развития туризма в Санкт-Петербурге»
- 10
5. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 7 июня 2011 года № 732. О Программе развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2011-2016 годы (с изменениями на 3 декабря 2012 года)
6. Асанова, И.М., Дерябина, С.О. Организация культурно-досуговой деятельности. Учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования. - М.: Издательский центр «Академия», 2011. - 192 с.
7. Баумгартен, Л.В. Управление качеством в туризме. - М.: Издательский центр «Академия», 2010. - 284 с.

8. Биржаков, М.Б. Введение в туризм. – М.: Издательский дом ГЕРДА, 2014. – 544 с.
9. Большая Российская энциклопедия/ Главный редактор Е.И. Тамм. – М., 1993. – 607 с.
10. Виноградова, Т.В. Технологии продаж турпродукта. – М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 240 с.
11. Волков, Ю.Г. Регионоведение. Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2004. – 448 с.
12. Гаджиева Е.А., Сергеев А.А., Харлампиева А.С., Харчистова Е.Л., Шаброва Е.С. О стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2020 года//Актуальные проблемы гуманитарных и социальных наук сборник трудов участников международной научно-практической конференции.2014. Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина. - С. 50-53.
13. Голубничая С.Н. Основы экскурсионного дела. Учебное пособие. – ДИТБ, Донецк, 2003. – 214 с.
14. Григорьев А.А., Севастьянов Д.В., Шастина Г.Н. Великий водно-волоковый путь в Югру и за уральский камень//Вестник Санкт-петербургского университета. серия 7. Геология. География. вып. -№3. - 2016. - с.138-149
15. Гуляев, В.Г. Организация туристической деятельности: учебное пособие. – М.: «Ноллиджи», 2006. – 250 с.
16. Джанджугазова, Е.А. Туристско-рекреационное проектирование. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 272 с.
17. Добринина, Н.А. Экскурсоведение. Учебное пособие. – М.: ФЛИНТА, 2013. – 288 с.
18. Докукина Е.В. Мухоморова И.В. Перспективы круизного туризма в России//Вопросы региональной экономики №4(29) 2016.с.1-7
19. Емельянов, Б.В. Экскурсоведение. – М.: Советский спорт, 2007. – 128 с.
20. Жукова, М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 200 с.
21. Зорин, И.В. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 368 с.
22. Зорин, И.В., Каверина, Т.П., Квартальнов, В.А. Туризм как вид деятельности. – М.: Финансы и статистика. 2005. – 288 с.
23. Зорина, Г.И., Ильина Е.Н. Основы туристской деятельности. – М.: Спорт, 2002. – 200с.
24. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебное пособие для вузов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 256 с.
- 11
25. Историко-культурное наследие: изучение, сохранение и использование / под ред. И.Ф. Федорова. – Кемерово: ООО «АРФ», 2008. – 198 с.
26. Кабановский Д.С. Основы формирования организационной структуры управления предприятиями сферы туристских услуг //Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2011. № 4
27. Кабиров И. С. Региональные особенности развития туризма //Вестник СГУТиКД. 2011. № 3 (17)
28. Кафидов В. В. Моделирование соответствия качества и стоимости туристских услуг в регионе // Проблемы современной экономики. СПб. 2010. № 4.
29. Кацнель, С. В. Мировая экономика. Учебное пособие. – М., 2007. – 340 с.
30. Квартальнов, В.А. Теория и практика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 672 с.
31. Киналь А.В. Формирование стратегии продвижения Санкт-Петербурга на внутреннем и международном рынках туристских услуг СПб.: СПбГУЭФ, 2007. 150 с.
32. Князев, В.В. Организация туризма на национальном и международном рынках. – М., 2012, – 204 с.
33. Курило, Л.В. Основы экскурсионной деятельности. Учебное пособие. М.: Советский спорт, 2012. – 208 с.
34. Морозов М.А. Морозова Н. С. Оценка привлекательности туристских дестинаций // Вестник РГТЭУ 2012 №7-8.

*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/diplomnaya-rabota/64501>