

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА
имени Ю.А.СЕНКЕВИЧА»

Факультета туризма и гостеприимства

Кафедра туризма

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой туризма
_____ /Г.Н. Кутепова/

«_____» _____ 2014 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема: «Разработка практических предложений по организации
комбинированных событийных туров в рамках Недель Высокой
Моды в странах Европы»

Выполнила:
Студентка 5 курса, группы ТО31202
Челнокова Яна Игоревна
Направление подготовки 43.03.02 Туризм
Профиль: «Технологии и организация
туроператорских и турагентских услуг»

«____» _____ 2017 г.

Руководитель:
канд. пед. наук, доцент
Колотова Елизавета Владимировна

«____» _____ 2017 г.

Москва 2017

Оглавление

Введение

Глава 1. Теоретические аспекты технологии и организации комбинированных и событийных туров в рамках делового туризма..... 5

1.1. Теоретические аспекты организации событийного туризма 5

1.2. Технология организации делового туризма..... 11

Глава 2. Этапы организации и дальнейшие перспективы Недель Высокой Моды 19

2.1. Специфика организации и проведения Недель Высокой Моды 19

2.2. Прогноз дальнейших перспектив в развитии, организации и проведении Недель Высокой Моды в Европе..... 34

2.3. Сравнительная характеристика шопинг-туров на российском рынке .. 35

Глава 3. Разработка проекта событийного шопинг-тура по Италии и Англии во время проведения Недель Высокой Моды..... 42

3.1. Регионы Европы, пригодные для внедрения шопинг-туров во время проведения Недель Высокой Моды 42

3.2. Разработка актуального проекта событийного шопинг-тура..... 45

Заключение..... 51

Список использованных источников..... 53

Приложение

Введение

В настоящее время спрос на событийный туризм активно набирает обороты, и вероятность того, что скоро событийные туры по популярности опередят экскурсионные, достаточно велика. Интересы общественности меняются стремительно, что значительно расширяет горизонты туроператоров для формирования новых продуктов.

Недели Высокой Моды уже многие годы носят статус события мирового масштаба. В общей сложности ежегодно проходит около 40 «недель» в мире. По итогам, каждая из которых имеет посещаемость в 100-150 тысяч человек и приносит совокупный доход в 300-350 тысяч долларов. А количество российских интернет-запросов о возможности попасть на Недели Высокой Моды приближается к 300 (в месяц), что говорит об интересе людей к данному мероприятию.

Что касается шоппинг туризма, то именно на покупки уходит большая часть бюджета туристов. Согласно отчетам Всемирного банка, за 2016 год, больше всего денег туристы со всего мира оставляют в таких странах, как: США (220,1 млрд долларов в год), Франция (66,8 млрд долларов), Испания (65,1 млрд долларов), Великобритания (62,8 млрд долларов), Китай (56,9 млрд долларов) и Италия (45,5 млрд долларов). Россия в этом рейтинге заняла 13 место с показателем в 19,2 млрд долларов.

Доля конгрессно-выставочного туризма в общем объеме деловых поездок составляет 10-12%. Однако, несмотря на прогнозы, сегмент делового туризма, который включает в себя шопинг и бизнес поездки, на российском рынке развивается слабо, что указывает на необходимость срочного выявления и устранения слабых сторон.

Важным этапом является создание абсолютно нового продукта, который в перспективе может быть предложен российским туристам и задаст новый толчок в изучении потребностей туристов.