

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

Факультет заочного обучения

Кафедра туризма

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой туризма

_____/Г.Н. Кутепова/

« ____ » _____ 2016 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

Тема: «Разработка практических предложений по организации турагентской
деятельности в современных условиях»

Выполнил:

Студентка 6 курса, группы ТЗ1001

Солопова Анна Васильевна

Специальность 100201.65 Туризм

Специализация: «Технология и организация
операторских и агентских услуг»

« ____ » _____ 2016 г.

Руководитель:

Ст. преподаватель Макаров Игорь Борисович

« ____ » _____ 2016 г.

Москва 2016

Оглавление

Введение

Глава 1. Современное состояние и тенденции развития туристской деятельности в Российской Федерации 6

1.1. Теоретические и нормативно-правовые аспекты туристской деятельности 6

1.2. Изучение современных возможностей организации турагентской деятельности..... 12

Глава 2. Анализ современного состояния туристской деятельности в РФ..... 19

2.1. Исследование туристских потребностей и предпочтений на этапе организации путешествий..... 19

2.2. Влияние развития информационных технологий на туристскую деятельность..... 21

2.3. Анализ внутренней и внешней среды компании..... 29

Глава 3. Разработка практических предложений по организации туристического бизнеса..... 49

3.1. Франчайзинг в турагентской деятельности (рекомендации по выбору франшизы)..... 49

3.2. Организация производства в турагентской деятельности 55

3.3. Продвижение услуг турагентства..... 58

3.4. Разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности компании. 68

Заключение 72

Список использованных источников

Введение

Актуальность темы обусловлена тем, что в условиях довольно быстроразвивающегося рынка туризма особое значение имеют маркетинговые мероприятия, направленные на продвижение услуг. Однако в российском туризме маркетингу уделяется недостаточно внимания, так как предприниматели в основном сориентированы на практику и действуют в соответствии с имеющимся у них опытом.

Для продвижения туристических услуг есть много возможностей: от наружной рекламы до телевизионной, рекламы в наземном транспорте и метро, участия в специализированных выставках и промо-акции, СМИ и Интернет-рекламу и прочее. Главное, четко определить цели и задачи, которые ставит та или иная туристическая компания и в рамках имеющегося бюджета выбрать оптимальный набор рекламных инструментов для получения выдающихся конкурентных преимуществ в бизнесе.

В условиях роста конкурентной борьбы малым туристическим предприятиям трудно поддерживать жизнедеятельность на рынке, по этой причине в последнее время компании, имеющие одинаковый продукт, или предприятия, которые расположены в одной местности, начали объединяться в ассоциации, объединения или просто заключать соглашения о проведении совместной рекламной деятельности.

Объектом исследования – сфера туризма.

Предмет исследования – организация деятельности турагентства.

Целью данной работы являются применение маркетинговых мероприятий в туристской деятельности.

Для достижения поставленной цели необходимо рассмотреть и решить следующие задачи:

- рассмотреть современное состояние и тенденции развития туристской деятельности в Российской Федерации;