

## Оглавление

### Введение

Глава 1. Теоретические аспекты организации и продвижения выездного событийного туризма .....	6
1.1. Основные понятия и определения событийного туризма.....	6
1.2. Виды событийных туров.....	11
1.3. Технология организации событийных туров в выездном туризме .....	16
1.4. Особенности продвижения событийных туров .....	20
Глава 2. Анализ рынка выездного событийного туризма.....	29
2.1. Российские туроператоры выездного туризма.....	29
2.2. Спрос и предложение на рынке выездного событийного туризма .....	35
2.3. Современные тенденции развития выездного событийного туризма.....	45
Глава 3. Разработка тура в Рио-де-Жанейро.....	53
3.1. Туристские ресурсы Бразилии .....	53
3.2. Разработка программы и маршрута тура .....	62
3.3. Расчет стоимости тура .....	65
3.4. Обоснование привлекательности и конкурентоспособности разработанного тура.....	67
Заключение.....	70
Список использованных источников.....	72
Приложение .....	74

## Введение

По данным Росстата, в прошлом году россияне совершили за рубеж 54 млн. 069 тыс. поездок, это на 13% больше, чем в 2012. С целью туризма наши сограждане съездили за границу 18 млн. 292 тыс. раз, рост по сравнению с 2012 годом – на 19,3%. Этот показатель значительно выше среднего за 5 лет, который составляет 11%. Однако рост выездного турпотока был значительно ниже среднего – 5,8%. В условиях мирового экономического кризиса это означает, что в Российской Федерации существует определенная категория потребителей, которые неоднократно в течение года выезжают за рубеж, при том, что общее число туристов сокращается.

Сегодня индустрия туризма находится в сложном положении. Политические и экономические тенденции не способствуют развитию туризма. Во всем мире турпоток резко падает, растет число банкротств турфирм. Зарубежные аналитики, признавая несомненную зависимость изменения спроса на туристическом рынке от общеэкономической конъюнктуры, отмечают, что экономические кризисы оказывают на туристическую индустрию меньшее влияние, чем на большинство отраслей, ориентированных на производство товаров длительного пользования (например, автомобилестроение)<sup>1</sup>.

Но при этом, туристская отрасль все же страдает значительно больше, чем рынки товаров первой необходимости, например, продуктов и лекарств. Относительная устойчивость туризма обусловлена эластичностью спроса на туристские услуги. В годы кризиса спрос перераспределяется от дорогостоящих видов туризма к более дешевым, предотвращая тем самым глубокую депрессию в отрасли. Другой важнейшей тенденцией современного развития туризма является превращение туризма из предмета роскоши – в рядовую потребность массового потребителя.

Одним из устойчивых к экономическим трудностям видов туризма

---

<sup>1</sup> <http://www.mitt.ru/ru-RU/media/news/17950.aspx>