

Оглавление

Введение.....	2
Глава 1. Этапы формирования и продвижения туристического продукта как составная часть в разработке религиозных туров.....	5
1.1. Особенности организации религиозных туров в выездном и внутреннем туризме.....	5
1.2. Общая характеристика туристских ресурсов и туристической инфраструктура Италии для организации религиозных экскурсионно – познавательных туров.....	16
Глава 2. Технология формирования и продвижения выездных религиозных туров в Италию.....	32.
2.1. Оценка туристского рынка религиозного экскурсионно-познавательного туризма Италии.....	32
2.2. Ведущие туроператоры и особенности их предложений по религиозным турам в Италию.....	39
Глава 3. Разработка и программа маршрута религиозного экскурсионно – познавательного тура по Италии.....	47
3.1. Программа оригинального религиозного экскурсионно-познавательного тура по Италии	47
3.2 .Обоснование привлекательности и конкурентоспособности предлагаемого тура	55
Заключение.....	66
Список литературы.....	69
Приложения А.....	73
Приложение В.....	74

Введение

Туризм как досуговая деятельность существует много столетий. С незапамятных времен простое человеческое любопытство влекло людей в путешествия без какой-либо определенной цели. Сегодня туризм активно развивается, люди стали путешествовать осмысленно – в образовательных, религиозных, оздоровительных целях. Туризм стал играть такую роль в жизни общества, что превратился в уникальную крупномасштабную мировую индустрию, а туристические ресурсы становятся важнейшей частью национального богатства многих стран.

Успех коммерческой деятельности на рынке туризма определяется в первую очередь привлекательным туристским продуктом, поэтому основной задачей деятельности туристского предприятия, в частности туроператора, является создание привлекательного туристского продукта.

В наше время, как и в далеком прошлом, во многих уголках мира сильны религиозные противоречия и противостояние религий. Кое-где даже льется кровь людей, считающих свое понимание истины единственно правильным.

Религиозный туризм играет большую роль в системе международного и внутреннего туризма. Люди отправляются в паломнические и экскурсионные поездки по святым местам и религиозным центрам. Они стремятся принять участие в религиозных церемониях, помолиться, совершить жертвоприношения. Религия влияет на формирование самосознания и стереотипов поведения людей. Она выступает элементом общественной системы и во многих случаях – одним из важнейших. Религиозный туризм оказывает большое эмоциональное воздействие на человека. Многие люди после паломнических поездок возвращаются преображенными, разрешившими некоторые жизненные противоречия, отдохнувшими и в хорошем состоянии духа.

В процессе разработки туристического продукта важным является процесс определения направления и вида турпродукта. Италия и Россия