

Оглавление

Введение

Глава 1. Теоретические аспекты организации корпоративного обслуживания в туризме.....	5
1.1. Исследование туристских ресурсов, инфраструктуры и материально-технической базы туризма на Мальты.....	5
1.2. Технологические этапы создания туристского продукта.....	13
1.3. МICE-туризм.....	24
Глава 2. Анализ возможностей организации корпоративных туров на Мальту.....	31
2.1. Анализ потребностей и конкурентной среды	31
2.2. Национальные особенности приема туристов на Мальту, специфика работы с исследуемым направлением.....	35
2.3. Анализ состояния туристского рынка РФ на исследуемом направлении.....	37
Глава 3. Разработка инсентив-тура на Мальту.....	39
3.1. Планирование маршрута и программы тура.....	39
3.2. Обоснование привлекательности и конкурентоспособности разработанного тура.....	46
3.3. Определение методов продвижения корпоративных туров.....	52
Заключение.....	62

Список литературы

Приложение

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью расширения ассортимента предложений для туроператорской деятельности в условиях жесткой конкурентной борьбы в непростых экономических условиях. Корпоративный туризм является одним из направлений делового туризма. Ежегодно в мире совершается свыше 100 млн. бизнес поездок. Их территориальное распределение характеризуется крайней неравномерностью. Большая часть туристов со служебными целями направляется в Европу. В структуре деловых поездок на европейском континенте преобладают командировки бизнесменов, конгрессные туры, поездки на выставки и ярмарки, инсентив-туры для служащих фирм. В условиях непростой экономической ситуации мальтийское направление, как нельзя лучше подходит для организации корпоративного туризма.

Объектом исследования в данной работе являются выездной туризм, предмет исследования – процесс формирования и продвижения корпоративного тура на Мальту.

Цель дипломной работы: разработка корпоративного тура на Мальту с обоснование конкурентоспособности создаваемого туристического продукта.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- современное состояние туристского рынка РФ на мальтийском направлении;
- рекреационные возможности Мальты для организации корпоративного туризма;
- исследование рынка предложений корпоративных туров на Мальту;
- разработка программы и маршрута корпоративного тура на Мальту с обоснованием его привлекательности и конкурентоспособности;
- определение методов продвижения тура.