

Оглавление

Введение

Глава 1. Культурный туризм на территории РФ	5
1.1 Культурный туризм: смысловые понятия и определения.....	5
1.2 Объекты культурного наследия	21
1.3 Инфраструктура культурного туризма	32
Глава 2. Возможности реализации российского турпродукта с точки зрения маркетинга.....	41
2.1 Создание и продвижение Российского туристского продукта	41
2.2 Реализация турпродукта на примере тура предприятия «Курортный магазин»	53
2.3 Практические предложения по развитию культурного туризма в Российской Федерации.....	58
Заключение.....	60
Список использованных источников.....	64

Введение

Приступая к работе над темой было необходимо уяснить, что представляет собой культурное наследие России и как оно представлено сегодня на рынке туристских услуг с точки зрения эффективного маркетинга.

Интерес к культуре нашей страны всегда был стабильно высок. Конечно, этот интерес не всегда сводился и сейчас не всегда является сугубо познавательным, т.к. Киевская Русь, Россия, Российская империя, Союз Советских Социалистических Республик и, наконец, Российская Федерация всегда представляли собой не только большие по территории страны, уникальные цивилизационные образования, но и экономическую, и политическую силу, с которой вынуждены были считаться. И, если в политике и в экономике нашей страны были разные периоды, также как и во внешних отношениях с другими странами, то именно уникальное культурное наследие всегда оставалось и незыблемой ценностью россиян, сохранявших его в самые трудные времена, и притягивало к себе внимание всего мира.

Актуальность темы обусловлена тем, что культурное наследие нашей страны, это дар, который мы не просто получили в пользование как граждане, но и обязаны, будучи специалистами по туризму, не только использовать как маркетинговый продукт, а бережно сохранять, популяризировать. Работая в сфере туризма, мы должны поставить перед собой цели по формированию положительного, внушающего искреннее уважение, образа нашей страны в мире, что, естественно, невозможно без правильного отношения и глубокого знания нашего культурного наследия.

Для достижения подобных, весьма непростых целей, необходимо решить ряд задач:

1. Определить, что собственно относится к культурному наследию;
2. Выявить общемировые тенденции и перспективы развития культурного туризма;