

Оглавление

Введение

Глава 1. Теоретические аспекты организации нового турпродукта	6
1.1. Современное состояние туристского рынка РФ на исследуемом направлении.....	6
1.2. Этапы организации, формирования и продвижения нового гастрономического турпродукта	9
1.3. Особенности и функции гастрономических туров в индустрии туризма....	28
Глава 2. Анализ гастрономического туризма Ставропольского края.....	34
2.1. Анализ рисков, связанных с внедрением нового турпродукта на рынок услуг	34
2.2. Определение интересов, потребностей и предпочтений потребительского рынка.....	36
2.3. Анализ конкурентной среды гастрономического туризма	39
2.4. Анализ туристского потенциала Ставропольского края.....	45
Глава 3. Разработка гастрономического тура на территории Ставропольского края.....	56
3.1. Экономическое обоснование конкурентоспособности тура на данном маршруте	56
3.2. Определение методов продвижения тура.....	60
3.3. Разработка предложений по совершенствованию процессов формирования и продвижения нового гастрономического маршрута	65

Заключение

Список литературы

Приложение

Введение

Актуальность темы исследования определяется необходимостью внедрения новых гастрономических маршрутов по территории Ставропольского края в туроператорской деятельности, которая обусловлена высокой конкуренцией и растущими потребностями потенциальных клиентов.

Объект исследования: потенциал развития гастрономических туров в РФ в целом, и развитие гастрономического маршрута на примере Ставропольского края.

Предмет исследования: процесс формирования и продвижения гастрономического тура на территории Ставропольского края.

Целью работы является разработка, формирование и продвижение гастрономического маршрута на территории Ставропольского края с дальнейшим доказательством его актуальности.

Для достижения цели ВКР необходимо решить следующие задачи:

- изучить технологию организации нового маршрута;
- рассмотреть основные цели и задачи развития туризма в Ставропольском крае;
- изучить особенности гастрономического туризма на территории РФ и за рубежом, провести сравнительный анализ предлагаемых вариантов гастрономических туров;
- определить интересы, потребности и предпочтения потребительского рынка в гастрономических турах на территории РФ;
- провести анализ конкурентной среды гастрономического туризма;
- провести анализ туристского потенциала Ставропольского края;
- сделать выбор конкретного маршрута для создания оригинальной программы тура, провести экономическое обоснование конкурентоспособности туристского продукта;
- определить методы продвижения тура;