

**Методические рекомендации для написания
курсовых работ по рекреационной географии**

**Проект концептуального анализа развития
туризма в регионе**

**1.1. Анализ внутренних и внешних
факторов определяющих состояние и
перспективы развития туризма в регионах.**

1. Европейском,
2. Средиземноморском,
3. Североамериканском,
4. Латиноамериканском,
5. Восточно-Азиатском,
6. Юго-Восточно-Азиатском,
7. Австрало-Океанийском,
8. Африканском.

Объект анализа

Географическое положение, природные условия (климат, растительный и животный мир), этнокультурные и историко-культурные ресурсы (памятники архитектуры, специфика традиционной культуры, музеи, культурные центры), материально-технические ресурсы туристической индустрии, оценка современного экологического и социально-экономического состояния региона, экологический, социально-экономический прогноз

Предмет анализа

Определение перспектив развития туристской отрасли:

а) основные параметры формирования спроса (спрос структурируется по географическим, социально-демографическим, видовым, временным и пространственным параметрам);

б) анализ и характеристика структуры реального и потенциального спроса на данный регион (со стороны местного населения, соседних регионов, отдаленных регионов, иностранных туристов); б) выявление преимуществ и недостатков исследуемого региона по отношению к остальным;

в) определение направлений приоритетных туристских потоков с оценкой возможных социально-экономических последствий развития туризма;

г) разработка сценария развития региона и его составляющих как туристских центров;

д) определение ведущей группы туристских ресурсов;

е) характеристика возможностей инфраструктуры, объем и качественные характеристики мест размещения туристов, предприятий обслуживания, транспортных коммуникаций, смежных с туристской отраслей (торговля, бытовое, медицинское обслуживание, культурно-досуговые и концертно-зрелищные учреждения);

ж) определение туристской специализации региона, его места на российском и международном туристских рынках;

з) выявление приоритетных видов туризма, которые определяют туристскую уникальность территории;

и) обоснование объема финансовых средств, необходимых для реализации концепции туристского развития региона, а также источники их получения.

1.2. Характеристика туристского региона

Структура работы

1. Обоснование выбора конкретного региона и стран, выбранных для анализа. Обзор литературы, основных гипотез и положений по оценке перспективности для туристской индустрии выбранных стран.

2. Общая физико-географическая структура региона (климатические, природные характеристики, особенности животного мира, растительного покрова, наличие **эндемиков**, тип растительности, уникальные особенности).

3. **Этногеографическая** характеристика региона (численность населения, демографическая составляющая этнического состава, районы расселения, основные занятия, языковые характеристики).

4. Особенности государственного и политического устройства (тип правления, политические партии, специфические социальные институты).

5. Историческая справка (основные вехи исторического развития, особенности социально-экономической эволюции, вехи событий).

6. Особенности этнокультурных ситуаций (нравы, обычаи, гастрономические пристрастия, праздники, обряды, религиозные предпочтения, особенности этнопсихологии, способы приветствия, отношение к иностранцам, мифология, фольклорная традиция, национальные герои).

7. Туристские ресурсы (интеллектуальный, познавательный, спортивный, курортный, программный, рекреационный туризм и его возможности).

9. Основные туры по стране (направление потоков, основные центры интеллектуального, познавательного, спортивного, развлекательного, курортного туризма и др.).

1.3 Разработка программы тура

Структура проекта

1. Определение и характеристика объекта путешествий и обоснование вида тура, включая характеристику факторов, определяющих **аттрактивность** региона, его **туристско-экскурсионный** потенциал.

2. Обоснование и характеристика целевого сегмента спроса на данный вид тура:

- сегментирование рынка спроса по географическим и социально-демографическим критериям, выделение целевой аудитории труда;

- характеристика целевой группы по определению возможных мотивов и особенностей потребительского поведения;

- дальнейшее сегментирование и дифференциация субрынка спроса (по критериям сезонности, по средствам размещения, по длительности **турпоездки**, по форме организации поездки, по использованию транспортных средств, по источникам финансирования);

- определение потенциала сегмента туристского спроса.

3. Разработка общей концепции тура:

- определение видов, форм и элементов **турпродукта**;

- разработка вербальной модели туристского продукта с описанием потребительских качеств входящих в него услуг;

- определение критериев и способов позиционирования тура (выявление тех его свойств, которые обеспечивают превосходство его потребительских характеристик и культурно-статусных свойств над аналогичными продуктами конкурентов).

4. Разработка программы тура:

4. Оценка экономической эффективности и целесообразности внедрения тура:

- технико-экономическое обоснование тура;

- определение наиболее оптимальной для турфирмы цены на **турпродукт** и нормы прибыли (с учетом себестоимости турпродукта, **аттрактивности** территории, цен конкурентов, уровня потребительского спроса на тур).

