Др-Создание и технология разработки нового туристского продукта и его продвижение

Стр-49

|  |  |
| --- | --- |
| Введение |  |
|  |  |  |
| 1 | Теоретические основы создания, технологии разработки и продвижения нового туристского продукта |  |
| 1.1 | Современные технологии разработки нового туристского продукта |  |
| 1.2 | Система продвижения туристского продукта |  |
| 1.3 | Зарубежный опыт создания, технологии разработки и продвижения нового туристского продукта |  |
|  |  |  |
| 2 | Анализ создания и технология разработки и продвижение нового туристского продукта на примере ТОО  |  |
| 2.1 | Общая характеристика деятельности туристской фирмы |  |
| 2.2 | Оценка создания и технологии разработки нового туристского продукта туристкой фирмы |  |
| 2.3 | Использование маркетинговых технологий продвижения нового туристского продукта |  |
|  |  |  |
| 3 | Пути совершенствования создания и технологии продвижения нового туристского продукта на примере ТОО  |  |
| 3.1 | Основные направления совершенствования создания и технологии продвижения нового туристского продукта |  |
| 3.2 | Экономическая эффективность предложенного мероприятия |  |
|  |  |
| Заключение |  |
|  |  |
| Список использованной литературы |  |
|  |
|  |

Заключение

На основании проведенного исследования нами были сделаны следующие выводы и предложены рекомендации.

В первой главе рассмотрены теоретические основы создания, технологии разработки и продвижения нового туристского продукта.

Во второй главе проведен анализ создания и технология разработки и продвижение нового туристского продукта на примере ТОО

Можно сделать следующие выводы.

Главной целью туристской политики ТОО является оптимальное использование рыночных условий для роста прибыли и доходности туристской деятельности в итоге совершенствования технологии продвижения туристского продукта.

Основной целью деятельности туроператора является формирование и продвижение тура, который подкрепляется определенной программой обслуживания.

Список использованной литературы

1. UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition
2. Шилов Р.Д. Повышение эффективности продвижения нового тура // М.: ЮНИТИ., 2015. – 300 с.
3. Шайхимов А.К. Туризм как общественное явление // А.: Білім, 2014. – 205 с.
4. Хэл Ротман. Туризм. Перевод с английского // М.: Наука, 2013. – 155 с.
5. Феофанов О.А. Новые технологии в туризме // СПб.: ЮНИТИ, 2014. – 200 с.