

Тема: «Событийный туризм как инструмент продвижения территории»

Спирина Юлия Александровна

Студентка 39 т группы

Форма обучения: очная

Курс: 2

Руководитель: Садыкова София Сергеевна

Ирбит
2019

Цель исследования: изучить книги и материалы по событийному туризму и выявить его потенциал в Свердловской области как перспективного направления продвижения территории.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть понятие, целевые аудитории и инструменты продвижения территории;
2. Описать сущность событийного туризма и его основных направлений;
3. Рассмотреть событийный туризм в контексте продвижения;
4. Рассмотреть мировой и российский опыт в организации и проведении событийного туризма;
5. Провести анализ потенциала текущего состояния событийного туризма в Свердловской области.



Методы исследования:

1. Наблюдение;
2. Метод сравнения;
3. Метод обобщения;
4. Метод систематизации;
5. Составление глоссария.

№ п/п	Название НПД	Кем и когда утвержден	Глава, статья, пункт
1	Конституция Российской Федерации (с учетом поправок, внесены Законами Российской Федерации поправках к Конституции Российской Федерации от 07.04.2019, 30.12.2008 N 6-ФКЗ , от 30.12.2008 N 7-ФКЗ , от 05.02.2014 N 2-ФКЗ , от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)	Принята и утверждена всенародным голосованием от 12. 12. 1993 г., с посл. изм. 07. 04. 2019 г.	Глава 1. Общие положения. Глава 1. Статья 2. Глава 3. Статья 6. Глава 3. Статья 15, 16 и 17.
2	Гражданский кодекс Российской Федерации (от 21 октября 1994 года, с изменениями Постановлениями Конституционного Суда РФ от 27.06.2012 N 15-П , от 22.06.2017 N 16-П)	Принят государственной думой 21. 10. 1994 г., с посл. изм. от 03. 07. 2019 г.	Глава 1. Глава 2. Статья 2.1, 2.3, 2.4, 2.5, 2.7, 2.8,
3	Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ (Принят Государственной Думой 4 октября 1996 года, Одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 года, с изменениями от 04.06.2018 N 149-ФЗ)	Принят государственной думой от 04. 10. 1996 г. с посл. изм. от 04. 06. 2018 г.	Глава 1. Статья 1, 2. Глава 2. Статья 3, 3.1. Глава 4. Статья 9. Глава 5. Статья 11, 11.1, 11.2, 11.4, 11.5, 11.6, 11.7, 12. Глава 6. Статья 13. Глава 7. Статья 14, 15, 16, 17. Глава 17. Статья 17. 1, 17. 2, 17.3, 17.4, 17.5. Глава 8. Статья 19.1. Глава 9. Статья 20, 21, 22,
4	Федеральный закон «О международных договорах Российской Федерации» от 15 июля 1995 г. N 101-ФЗ (в ред. Федеральных законов от 01.12.2007 N 318-ФЗ , от 25.12.2012 N 254-ФЗ , от 12.03.2014 N 29-ФЗ)	Принят государственной думой 16. 06. 1995 г., с посл. изм. от 12. 03. 2014 г.	Глава 1. Статья 1, 2. Глава 2. Статья 3, 4, 4.1, 5. Глава 3. Статья 6, 7. Глава 5. Статья 11, 11.1, 11.2, 11.3, 11.4, 11.5. Глава 6. Статья 13. Глава 7. Статья 17.1, 17.2, 17.3, 17.4, 17.5, 17.6. Глава 8. Статья 18, 19. Глава 8. Статья 19.1. Глава 9. Статья 20, 21, 22.

Таблица «Инструменты продвижения территория»

Инструменты продвижения территории			
Реклама	Организация общественно го мнения	Персональны е продажи	Мероприятия по стимулирова нию спроса
Продвижение в профессиона льной среде	Интерактивн ый маркетинг	Кросс - маркетинг	

Схема 2. «Классификация мероприятий событийного туризма по А. В. Бабкину»

Классификация мероприятий событийного туризма по А. В. Бабкину

Масштаб проводимых мероприятий (региональный, национальный, международный)	Частота проведения мероприятия (разовый или регулярные)	Функциональная направленность (познавательный, образовательный и другое)	Возрастные категории (детские, взрослые, семейные и другое)	Тематическая направленность (деловой, исторический и другое)	Форма проведения (фестиваль, праздник, концерт соревнования, форум и другое)
--	---	--	---	--	--

*Таблица «Страны-лидеры в сфере организации ивента
– туризма»*

Страны-лидеры в сфере организации ивента – туризма

США	Франция	Германия	Италия
	Великобритания	Австрия	Южная Корея

Таблица «Тематические мероприятия в России»

Тематические мероприятия во Владимирской области

Гусиные бои	Праздник огурца	«Встреча Нового Года»,	«Рождество»
«Крещение»	«Троица»	фестиваль «Русская сказка»	«Масленица»
«Русальная неделя»	международный фестиваль «Бабье лето»		

Таблица 10 «Основа формирования бренда «Свердловская область»

Основа формирования бренда «Свердловская область»
• Географическое положение Свердловской области- границы Европы и Азии;
• Геологические особенности - наличие Уральских гор
• Минералогические особенности
• Исторические особенности, расширение территорий Российского государства на Восток, первое поселение русских на Урале
• Формирование российской промышленности

Таблица «Виды туризма в Свердловской области»

Виды туризма в Свердловской области

Деловой	Культурно - познавательный	Индустриальный
Религиозный и паломнический	Гастрономический	Минералогический
Активный	Экологический	Лечебно - рекреационный



Вывод:

Из всего выше сказанного можно вывод, что с каждым годом в Свердловской области проводится все больше и больше событийных мероприятий, которые посещают тысячи людей разных городов.



Спасибо за внимание!!!