Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/124853>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Музееведение

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. Основы экскурсионной деятельности 6

1.1 Сущность понятия экскурсионной деятельности 6

1.2 Классификация экскурсионной деятельности 11

ГЛАВА 2 Теоретические аспекты изучения значения экскурсионных форм в системе просвещения 18

2.1 Музейный менеджмент: интерактивные формы работы с посетителями как тенденции развития современных музеев 18

2.2 Современные инструменты продвижения музейных проектов 26

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 32

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 34

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Экскурсионная деятельность - чрезвычайно сложная и проблемная сфера современной индустрии туризма в России. Данное направление научно-практических исследований получило особую актуальность в связи с ростом объема экскурсионных услуг на рынке организованного туризма, в силу различных причин: первый - это повышение культурного и образовательного уровня общества в целом; во-вторых, расширение туристических целей, поэтому выход в туристическую поездку не всегда ставится на первый план только в рекреационных целях. Современные потребители также хотят удовлетворить интересы познания, образования и духовного развития во время отпуска; в-третьих, это связано с толкованием термина «турпродукт» как комплекса услуг, предоставляемых туристам во время поездки.

Согласно рекомендациям Всемирной туристской организации (ВТО), этот комплекс должен включать как минимум три услуги в свободном сочетании. Развитие туристической отрасли в России на фоне мирового туризма, который развивается достаточно быстрыми темпами, выглядит довольно скромно, но наполнение бюджета и его доля в ближайшие годы должны значительно возрасти, несмотря на объективные преимущества страны: наличие значительного рекреационного потенциала в разветвленной сети охраняемых природных территорий с богатой флорой и фауной.

Сейчас граждане являются инвесторами зарубежных стран по развитию туристического сектора.

Причинами сложившейся ситуации являются: сложная социально-экономическая ситуация в государстве, несовершенный механизм стимулирования туристской отрасли, отсутствие эффективной стратегии развития туристского сектора на уровне страны.

Сотрудничество музеев и туризма основано на формировании системы историко-культурных и природных территорий. Развитие этих территорий обеспечивается аккумулированным в музеях историко-культурным наследием, что выступает весомым фактором социокультурного и туристского развития отдельных регионов. Перед организаторами музейного туризма стоит ряд важных задач: определение туристской специализации музеев и формирование постоянных туристских потоков, формирование пакета рекламной продукции, поиск новых источников финансирования и др.

Понятно, что музейный туризм является одной из составляющих, однако часто довольно весомым, в пределах определенных туров или маршрутов, а в некоторых городах или регионах посещение музеев является не основными аттракциями, например: музей Лувр в Париже, Британский музей в Лондоне, музей Эрмитаж в Санкт-Петербурге.

Анализ последних исследований и публикаций, которые начали решать эту проблему и на основе которых работает автор. Теории развития экскурсионной деятельности занимались В. В. Абрамов, Н. В. Тонкошкур, М. Поколотная, которые отметили, что активную экскурсионную деятельность, является крайне сложным и проблемным направлением современного туризма в России. По словам Л. Б. Альтхайма, экскурсионная деятельность является важным средством формирования кругозора туриста.

Мы согласны с определениями известных ученых, но отметим, что эта концептуальная категория требует уточнения, в частности дополнения, так как экскурсионная деятельность дает возможность познакомиться с новыми, расширить кругозор и получить новые знания об объектах, событиях, личностях и тому подобное. Объект исследования: экскурсоведение.

Предмет исследования: экскурсионные формы в музейном туризме.

Цель исследования: изучить значение экскурсионных форм в системе просвещения.

Задачи исследования:

- проанализировать сущность понятия экскурсионной деятельности;
- предоставить классификацию экскурсионной деятельности;
- охарактеризовать музейный менеджмент: интерактивные формы работы с посетителями как тенденции развития современных музеев;
- рассмотреть современные инструменты продвижения музейных проектов.

Методы исследования. В исследовании использовались следующие методы: выявление, отбор, содержание и сравнение. В курсовой работе применяются как специально-исторические, так и общенаучные методы: анализ, индукция, сравнительно-исторический, текстологический. Масштабность предмета исследования обуславливает необходимость комплексного применения различных методов его изучения.

Теоретическую и методологическую основу проведенного исследования составляют диалектический подход к оценке состояния и тенденций развития международного туризма в общей системе международных экономических отношений, работы отечественных и зарубежных исследователей проблем развития международного туризма, нормативно-правовые документы по становлению и регулированию туристской деятельности.

Структура исследования: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы.

Объем исследования: 35 страниц печатного текста.

Количество использованной литературы: 23 источника.

ГЛАВА 1. Основы экскурсионной деятельности

1.1 Сущность понятия экскурсионной деятельности

Организация экскурсионной деятельности как приоритетное направление индустрии туризма формирует в определенных пределах экономическую, научно-культурную, образовательную, экологическую безопасность, обеспечивает развитие технологически связанных отраслей национальной экономики.

Современные цели организации экскурсионной деятельности ориентированы на усовершенствование и развитие в первую очередь внутреннего и международного туризма, что в свою очередь требует качества производственных и управленческих процессов, которые должны быть отражены в гармонизации стандартов с мировыми требованиями, в первую очередь с ЕС.

Развитие экскурсионной деятельности стимулирует занятость, развитие предпринимательства, инвестиций в инфраструктуру и транспорт, сохранения национального наследия, а также развитие стимулирующих факторов, которые способствуют улучшению качества жизни местного населения и гостей страны.

В связи с ростом объема экскурсионных услуг на рынке организованного туризма это направление научных и практических исследований получил особое внимание, что вызвано различными причинами. Во-первых, повышение культурного и образовательного уровня общества в целом. Во-вторых, расширение целей самого туризма, так отправляясь в туристское путешествие не всегда на первый план ставятся только рекреационные цели. Находясь на отдыхе, современные потребители туристических услуг желают также удовлетворить и интересы познания, образования и духовного развития. В-третьих, связано с толкованием самого понятия «туристический продукт» как комплекса услуг, предоставляемого туристу в ходе путешествия.

Согласно рекомендациям Всемирной туристской организации (ВТО) данный комплекс должен включать не менее, чем три услуги в свободной комбинации. Понятно, что типичные туристские услуги представляют: размещения, питания и перевозки туристов. Но учитывая историческое развитие отечественного и международного туризма, а также современной национальной законодательной базы экскурсии становятся четвертой характерной туристской услугой, причем иногда играющую главную роль при выборе региона путешествия.

В-четвертых, растет предложение чисто экскурсионных программ, т. е. туров, основной целью которых является посещение и знакомство с историческими, культурными и другими достопримечательностями

определенного региона. И соответственно сформировался отдельный вид туризма – экскурсионный туризм . Основные принципы формирования конкурентоспособного туристического продукта показаны в таблице 1.

Таблица 1

№ п/п	Принцип формирования конкурентоспособного туристического продукта	Значение принципа
1	Социально-культурный	Учет социальных и культурных предпочтений потребителей туристической отрасли, изучение статистической, анкетной и информативной доступности при создании туристического экскурсионного маршрута
2	Социально-экономический	Минимизация себестоимости туристического продукта относительно удовлетворения туристических потребностей потребителя туристической экскурсионной услугой
3	Целеустремленный	Учет целей потребителя туристической экскурсионной услуги и изучение спроса на тематические экскурсии на туристическом рынке
4	Эффективный	Учет специфики действий по реализации туристической экскурсионной услуги с максимальным удовольствием предпочтений туриста, что ведет к увеличению туристических потоков

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамов В.В. История туризма: учебник / В.В. Абрамов, Н.В. Тонкошкур. – М.: Форт, 2010. – 286 с.
2. Альтайм Л.Б. Основное значение и принципы организации экскурсионных услуг / Л.Б. Альтайм // Экономические науки. – 2014. - № 6(1). – С. 215-219.
3. Арсененко И.А. Экскурсионная деятельность как основа функционирования рынка экскурсионных услуг / И.А. Арсененко, В.М. Иванова // Научный журнал «География и современность». – 2015. - Вып. 19(33). – С. 191-195
4. Бабарицкая В.К. Экскурсоведение и музееведение: учеб. пособ. / В.К. Бабарицкая, А. Короткова, А. Малиновская. – К.: Изд-во «Альтерпрес», 2015. – 464 с.
5. Дьякова Р.А. Основы экскурсоведения / Р.А. Дьякова, Б.В. Емельянов, П.С. Пасечный. – М.: Просвещение, 2015. – 255 с.
6. Гиль А. Ю. Изменения в деятельности музеев с учетом тенденций развития современного общества, Вестник Томского государственного университета. – 2012. – № 364. – С.49-53.
7. Гецевич Н.А. Основы экскурсоведения: Учеб. пособие / Н.А. Гецевич. – Минск: Университетское, 2010. – 160 с.
8. Даринский А. В. Организация и методика экскурсионной работы: Учебное пособие / А. В. Даринский, Л. Н. Кривоносова, В. А. Круглова и др. – Л.: ВПШ культуры, 2013. – 124 с.
9. Емельянов Б.В. Экскурсоведение / Б.В. Емельянов. – М.: Изд-во «Советский спорт», 2013. – 216 с.
10. Емельянов Б.В. Основы экскурсоведения / Б.В. Емельянов. – М.: ЦРИБ «Турист», 2011. – 230 с.
11. Емельянов Б.В. Экскурсионное обслуживание населения. Учеб. пособие / Б.В. Емельянов. – М.: ЦРИБ «Турист», 2013. – 180 с.
12. Зорин И.В. Энциклопедия туризма: Справочник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 368 с.
13. Илюхин М. М. Особенности и средства показа в экскурсии. Методические рекомендации / М. М. Илюхин. – М.: ЦРИБ «Турист», 2013. – 80 с.
14. Квартальнов В.А. Организация туристско-экскурсионного обслуживания. Уч. пособ. / В.А. Квартальнов, В.С. Сенин. – М.: ЦРИБ «Турист», 2012. – 220 с.
15. Квартальнов В.А. Туризм социальный: история и современность / В.А. Квартальнов, В.К. Федорченко. – К.: Выш. шк., 2009. – 342 с.
16. Косолапов А.Б. География российского внутреннего туризма: учебное пособие / А.Б.Косолапов. – М.: Гардарики, 2014. – 255 с.
17. Кусков А.С. Основы туризма: учебник / А.С. Кусков. – М.: КНОРУС, 2010. – 320 с.
18. Кусков А. С. Туристское ресурсоведение / А.С. Кусков. – М.: Академия, 2008. – 208 с.
19. Логинов Л.М. История развития туристско-экскурсионного дела / Л.М. Логинов, Ю.В. Рухлов. – М.: ЦРИБ «Турист», 2012. – 77 с.
20. Можяева Н. Г. Организация туристской индустрии и география туризма. Учебник / Н.Г. Можяева, Г.В. Рыбачек. – Москва: ИЛ, 2014. – 336 с
21. Пасечный П. С. Туризм и экскурсии / П.С. Пасечный. – М.: Наука, 2011. – 230 с.
22. Сайтова О.В. 100 самых красивых и удивительных мест России, которые необходимо увидеть / О.В.

Саитова. – М.: Эксмо, 2010. – 189 с.

23. Устименко Л.М. Основы туризмоведения: учеб. пособ. / Л.М. Устименко. – К.: Изд-во «Альтерпрес», 2009. – 320 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/124853>