Семинар «Методы развития международного туризма»

|  |
| --- |
| **28 июня****2017 год****г. Архангельск****Японский центр в Москве - Лекция о туризме**Лектор: Председатель Японской ассоциации специалистов по обучению в области туризма и гостиничной индустрии (JSTHE - The Japanese Society of Tourism & Hospitality Educators)Почётный профессор Университета туризма г. Осака - Профессор Масару СУДЗУКИ |
|  | Тема | Содержание |
| １ | Цели активизации мирового туризма и развития международного туризма | 1) Активизация туристического обмена в мире и в Японии.(В том числе состояние международного туризма в Японии и японо-российского туризма) 2) Эффекты и последствия, оказываемые туризмом. (Разные стороны воздействия: экономика, общество и культура, природа и экология)3) Формы туризма (Международный въездной/выездной (Inbound & Outbound) и Внутренний туризм) (Причины развития международного туризма в последнее время) |
| ２  | Обустройство инфраструктуры для стимуляции участников туристического процесса и развития международного туризма. | 1) Методики и задачи участников туристического процесса и их проблемы (административный, материальный, образовательный ресурсы):・Административный ресурс – Правительство, Совет по туризму, местные органы власти.・Материальный ресурс – Авиакомпании, отели, турфирмы, круизы. ・Образовательный ресурс – Учебные заведения и т.п. 　　　 　2) Обустройство туристической инфраструктуры (материальная и нематериальная – Hard & Soft) а) Обустройство материальной (Hard) инфраструктуры: ・Отели・Авиалинии/аэропорты・Сеть дорог・Транспортные средства・Торговля　(магазины местных товаров, магазины беспошлинной торговли)・Рестораны・Туристические объектыб) Обустройство нематериальной (Soft) инфраструктуры:・Вывески на иностранном языке・Гиды и переводчики・Ориентированное не туриста мышление (Hospitality mind)・Обучение・Безопасность・Система кризисного управления |
| ３ | Формирование туристического продукта, привлекающего туриста в течение всего года.  | 1) Разновидности туров (турпакеты, групповые, FIT(Foreign Independent Tour - индивидуальные загрантуры) и т.п.)2) Механизм формирования турпродукта (Последовательная схема): ・Турпакеты・Групповые туры（экскурсионные поездки и т.п.）・Медиатуры(газеты, интернет и т.п.)・Индивидуальные туры3) Стратегия маркетинга - потребности клиентов и планирование продукта: ・Адаптированный к разнообразным потребностям продукт, «предполагающий многообразие выбора».・Ощущение «Поездка мне по карману» и «Феномен биполярной дифференциации».4) Перспективные в будущем турпроекты:・Экотуризм (экотуры)・Экскурсионные поездки/образовательные поездки・FIT(Foreign Independent Tour)(поездки по индивидуальной программе)/Женские туры・Поездки для среднего и пожилого возраста (Senior Tour) (туры по историческим местам, на природу, концерты)・Длинные туры (разного рода)5) [Разбор примера] Методы и подходы на японском рынке(Попробуем понять японскую туркомпанию)・Классификация туркомпаний и закон о туриндустрии・Структура доходов японской туркомпании/ структура ценообразования поездки・Метод продаж в туркомпании・Метод коммерческих показов (Trade show) |
| ４ | Исследование «Япония - туристическое государство» | [Разбор примера] Движение к Японии как государству туристическому - Успехи и неудачи в административном, материальном и образовательном ресурсах.・Причины роста въездного туризма в Японии и его цели в будущем.・Мотивация иностранных туристов для посещения Японии ・Конкретные примеры успехов и неудач в сфере административного, материального и образовательного ресурсов・Иностранный туризм на примере развитых стран |
| ５ | Заключение | Вопросы и ответы, заключение |