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 объекты б) 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 туры  3) 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 |