

**РЕФЕРАТ**  
**выпускной квалификационной работы**

**Тема выпускной квалификационной работы:** Разработка и продвижение программ музейного туризма (на примере турфирмы "ЛЕТО" г. Пятигорска.

**Автор:** Мишхожева Милана Атагольевна

**Научный руководитель ВКР:** доктор философских наук, проф. кафедры ТиГС Л.А. Бурняшева.

**Актуальность темы исследования:** Музейный туризм – это вид туризма, направление которого заключается в использовании туристского потенциала музеев. Сотрудничество музеев и туризма основано на формировании системы историко-культурных и природных территорий. Следовательно, музей может предложить туристу множество продуктов – материальных и нематериальных, созданию которых предшествует исследовательская работа.

Главной задачей музейного туризма является, сохранение культурных ценностей и истории. Конечно, финансовая часть тоже не мало важна, но поддержание имиджа – задача более важная, чем любой финансовый доход.

Данная тема является **актуальной**, потому что – это интересное и познавательное направление, которое стремительно набирает популярность среди населения всего мира.

Стоит заметить, что на данный момент культурный туризм занимает немало важную роль, так как с появлением инновационных технологий музеи стали доступны для людей с ограниченными способностями, что позволяет расширить круг клиентов.

**Целью исследования** является разработка и продвижение программ музейного туризма на примере турфирмы «Лето» г. Пятигорска.

**Задачи:**

1. Изучить общую характеристику музейного туризма.
2. Проанализировать тематические ресурсы для формирования новых направлений музейного туризма.
3. Разработать проект музейного тура в городе Пятигорск.
4. Рассчитать стоимость тура.

**Теоретическая и практическая значимость** работы заключается в том, что разработанный в работе проект музейного тура может быть использован туроператорами в качестве готового продукта.

**Рекомендации:**

1. планирования территорий, расширения инфраструктуры, улучшения возможностей прибытия и созданием удобной сети дорог;
2. разработки характерного туристического образца;
3. координация многообразия культурных, спортивных, гастрономических предложений и предложений в гостиничном бизнесе;
4. планирование маркетинга, включающего работу с общественностью, стимулирование продаж, сбыт, международные контакты и т.д.