

*Иругова М.И.,
Студент магистратуры
2 курс, Социально – гуманитарный институт
Кафедра «Экономика и менеджмент в туризме»
Кабардино – Балкарский государственный
университет им. Х.М. Бербекова
Россия, г. Нальчик*

*Тлугачева А.Ч.,
Студент магистратуры
2 курс, Социально – гуманитарный институт
Кафедра «Экономика и менеджмент в туризме»
Кабардино – Балкарский государственный
университет им. Х.М. Бербекова
Россия, г. Нальчик*

Научный руководитель: Байсултанова Л.Б.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ КУЛЬТУРНО – ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В КБР

***Аннотация:** Статья посвящена теме культурно – познавательного туризма. В статье рассматривается краткая характеристика туристско-рекреационного комплекса КБР. А так же рассмотрены способы продвижения культурно-познавательного туризма в КБР.*

***Ключевые слова:** туризм, культурно – познавательный туризм, туристский комплекс, виды туризма.*

***Annotation:** The article is devoted to the topic of cultural and educational tourism. The article discusses a brief description of the tourist and recreational complex of the KBR. And also considered ways to promote cultural and educational tourism in the KBR.*

Key words: Tourism, cultural and educational tourism, tourist complex, types of tourism.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что культурно – познавательный туризм является одним из наиболее популярных видов туризма, а так же способствует развитию Кабардино – Балкарской республики, как туристскому региону.

Кабардино-Балкария — одна из немногих интернациональных и разнокультурных республик, сохранивших художественные промыслы своих народов и внесших общепризнанный вклад в мировое культурное наследие, что является неоспоримым преимуществом республики и залогом успешного обмена культурными ценностями, достижениями, традициями на протяжении истории. Этот успешный симбиоз ярких культур создал интересную историю края и целую мозаику различных традиций[1].

Природа Кабардино-Балкарии, как и всего Кавказа, глубоко эндемична, в то же время для нее характерно наличие, как в растительном, так и в животном мире элементов из южнорусских степей и средиземноморской Европы и Передней Азии, что обусловлено историей геологического развития и формированием ландшафта Кавказа, а также и разнообразием физико-географических условий.

В Кабардино-Балкарии, расположенной в центральной части Большого Кавказа, очень ярко и полно выражены все черты собственно кавказской флоры и фауны. Уникальные природно-климатические условия, богатейший биологический ресурсный потенциал и бесценное культурно – историческое наследие Кабардино-Балкарской Республики, имеющие не только общероссийское, но и мировое значение, позволяют организовывать различные виды туризма [2]. Одним из них является культурно – познавательный туризм.

Культурно-познавательный туризм — вид путешествий, цель которых состоит в приобщении к культуре, истории и художественному наследию места посещения. Путешествие к культурным достопримечательностям легко может

быть сопряжено с любым другим видом туризма — деловым, религиозным, экологическим, спортивным. Это делает культурный туризм одним из самых востребованных и одним из самых доступных способов организации отдыха [3].

В связи с популяризацией данного вида туризма, были разработаны некоторые рекомендации по продвижению культурно – познавательного туризма в КБР. В первую очередь это продвижение культурно – познавательного комплекса на рекламных носителях. В рекламные носители входят:

- печатные издания – это любые СМИ: рекламные и общественно-политические, распространяющиеся по платной подписке ограниченной аудитории, общедоступные платные, бесплатные. У каждого из них есть свои достоинства и недостатки. К недостаткам платных СМИ можно отнести ограниченность аудитории и маркетинговых площадей – издания должны сохранять свою репутацию, поэтому не могут отдать все пространство под рекламу. А вот плюсом платных СМИ является их платность. Журнал или газета, купленная на собственные средства, будет прочитана полностью.

- телевидение – телеролик традиционно считается одним из самых эффективных видов рекламы. Но в провинции создать качественный сюжет часто становится глобальной проблемой – нет оборудования, хороших актеров, креативщиков.

- радио – этого вида рекламного носителя есть два существенных достоинства – относительная дешевизна и большая аудитория. Но львиную долю информации человек воспринимает визуально, поэтому радио может выступать только в качестве вспомогательного маркетингового средства.

- наружная реклама – тоже носит скорее вспомогательный характер, поскольку получила чрезмерно широкое распространение. В массе билбордов становится все труднее чем-то выделиться, поэтому крупные компании используют наружную рекламу либо в местах непосредственного размещения офиса, либо как напоминание о своем существовании без привязки к конкретному продукту или виду деятельности.

- интернет – этот рекламный носитель имеет наиболее широкую аудиторию: при правильном подходе вашу информацию увидят миллионы пользователей всемирной паутины. С минимальными затратами можно создать собственный сайт, но без размещения его на тематическом ресурсе привлечь внимание на фоне миллионов аналогичных будет проблематично [4].

Так же одним из методов совершенствования туристского комплекса КБР является разработка уникальных экскурсионных программ. Подготовка новой экскурсии проходит три основных стадии.

1. Предварительная работа - подбор материалов для будущей экскурсии, их изучение. Одновременно с этим происходит отбор объектов, на которых будет построена экскурсия.

2. Непосредственная разработка самой экскурсии включает в себя: составление экскурсионного маршрута; обработку фактического материала; работу над содержанием экскурсии, ее основной частью, состоящей из нескольких основных вопросов; написание контрольного текста; работу над методикой проведения экскурсии; выбор наиболее эффективных приемов показа и рассказа во время проведения экскурсии; подготовку методической разработки новой экскурсии; написание экскурсоводами индивидуальных текстов.

3. Заключительная стадия - прием (защита экскурсии) на маршруте. Утверждение новой экскурсии руководителем, экскурсионного учреждения, допуск экскурсоводов, защитивших свою тему, до работы на маршруте [5].

Подводя итоги, следует отметить, что все перечисленные методы могут повлиять на развитие культурно – познавательного туризма в КБР.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Проект «Этнокультурный комплекс «Деревня мастеров» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://promisly-kbr.ru/proekt/proekt-etnokulturnyj-kompleks-derevnya-masterov> (Дата обращения: 23.05.2019)

2. А.Б. Хуранов, Т.Г. Тлупова, М.А. Хуранова. Перспективы развития научно – познавательного туризма в КБР / Вестник Самарского муниципального института управления. – 2018. - № 2.
3. Что такое культурно-познавательный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3024757> (Дата обращения: 23.05.2019)
4. Современные рекламные носители [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://slovodelo.ru/poleznye-materialy/sovremennye-reklamnye-nositeli/> (Дата обращения: 23.05.2019).
5. Совершенствование туристско экскурсионной деятельности в Туапсинском районе на примере экскурсионной [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://works.doklad.ru/view/PoSUrHEIRkQ/all.html> (Дата обращения: 23.05.2019).