

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	3
Глава 1. Сущность и специфика маркетинга в туризме.....	4
1.1. Тенденции развития индустрии туризма.....	4
1.2. Туризм как междисциплинарная область научного знания	6
1.3. Предпосылки применения маркетинга в туризме.....	8
1.4. Сущность и специфика маркетинга туризма.....	9
1.4.1. Основные понятия и определения	9
1.4.2. Продуктовая политика в маркетинге туризма.....	12
1.4.3. Маркетинговые каналы распространения туруслуг.....	15
1.4.4. Ценообразование в сфере туризма.....	18
1.4.5. Роль человеческого фактора в сфере туристского бизнеса	20
1.4.6. Материальные свидетельства, подтверждающие качество туристских услуг.....	24
1.4.7. Сервис как составляющая комплекса маркетинга в туризме	25
Глава 2. Маркетинговые коммуникации в туризме	36
2.1. Место и значение продвижения в комплексе маркетинга	36
2.2. Сущность, значение и специфика маркетинговых коммуникаций в туризме.....	37
2.2.1. Понятие маркетинговой коммуникации	37
2.2.2. Каналы маркетинговых коммуникаций	39
2.2.3. Специфика продвижения услуг	42
2.3. Основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций	44
2.3.1. Структура комплекса	44
2.3.2. Реклама в туристском бизнесе	44
2.3.3. Стимулирование продаж туристских услуг	76
2.3.4. Личные продажи и техника продаж туристских услуг.....	82
2.3.5. Связи с общественностью в продвижении туруслуг	90
2.4. Брендинг на рынке туристских услуг.....	95
2.5. Интегрированные маркетинговые коммуникации в туризме	99
Глава 3. Продвижение дестинаций.....	104
3.1. Место маркетинга дестинаций в туристском маркетинге	104
3.2. Специфика комплекса продвижения дестинации	110

3.3. Имидж дестинации	113
3.4. Роль спортивного и событийного маркетинга в продвижении дестинаций	120
3.5. Зарубежный опыт управления продвижением дестинаций.....	122
3.6. Отечественный опыт разработки программ продвижения дестинаций	123
3.7. Организация системы продвижения дестинаций.....	128
3.8. Формирование информационной системы обеспечения территориального маркетинга и продвижения дестинаций	131
3.9. Разработка комплекса продвижения дестинаций	134
Глава 4. Лабораторная работа «Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций дестинаций»	139
4.1. Пояснения к лабораторной работе.....	139
4.2. Кейс «Дестинация “Камчатка”: природный и рекреационный потенциал, комплекс маркетинговых коммуникаций».....	139
4.2.1. Природные ресурсы	140
4.2.2. Историческое и культурное наследие.....	141
4.2.3. Туристские зоны и виды туризма	142
4.2.4. Характеристики рынка туристских услуг	143
4.2.5. Кадры в сфере туризма	150
4.2.6. Горнолыжные базы	151
4.2.7. Проблема транспортной доступности.....	152
4.2.8. Санаторно-оздоровительные услуги.....	153
4.2.9. Услуги средств размещения	156
4.2.10. Маркетинговые коммуникации предприятий сферы туризма и отдыха.....	158
4.2.11. Медиапредпочтения клиентов	164
4.3. Задания	168
Приложения	170
Список литературы	202