

# Оглавление

Глава 1. Введение в маркетинг услуг гостеприимства.....	5
1.1. Роль маркетинга в рыночной экономике и теории рыночного управления .....	22
Глава 2. Специфика и особенности маркетинга услуг гостеприимства .....	31
2.1. Как удовлетворить клиента качеством предоставляемых товаров и услуг .....	39
Глава 3. Маркетинговая среда.....	55
Глава 4. Маркетинг крупной корпорации и отдельного предприятия индустрии гостеприимства .....	77
4.1. Стратегии развития .....	91
4.2. Стратегическое планирование и конкурентные стратегии для отдельных предприятий.....	97
Глава 5. Информационная база маркетинга и маркетинговые исследования .....	104
Глава 6. Международные и национальные туристские организации и их роль в управлении маркетингом услуг гостеприимства .....	131
6.1. Международные и национальные туристские организации США.....	146
6.2. Российские национальные и международные туристские организации .....	153
Глава 7. Потребители услуг гостеприимства и их потребительское поведение .....	163
7.1. Покупка как процесс и результат.....	181
7.2. Специфика организованных покупателей на рынке услуг .....	194
Глава 8. Сегментация рынка и определение целевых рынков в индустрии гостеприимства .....	202
Глава 9. Продукт и жизненный цикл продукта .....	235
Глава 10. Цена и ценовые стратегии. Методы определения цены в индустрии гостеприимства.....	260
Глава 11. Каналы распределения товаров и услуг индустрии гостеприимства.....	289
11.1. Организация канала сбыта и критерии выбора .....	311
Глава 12. Продвижение товаров и услуг гостиничной индустрии и туризма .....	325
12.1. Типы рекламных сообщений.....	343
12.2. Поведенческая реакция рынка на рекламу .....	361
12.3. Выставки и работа на них .....	387
Глава 13. Связи с общественностью .....	402

Используемая литература.....413

*Рассматриваются специфика маркетинга услуг гостеприимства, информационная база, международные и национальные туристские организации, потребители услуг гостеприимства, сегментация рынка и продвижение товаров и услуг гостиничной индустрии и туризма.*

*Для специалистов в области гостеприимства и туризма, научных работников, студентов вузов, обучающихся по специальности 230500 «Социально-культурный сервис и туризм».*

