

*Менеджмент туризма: Основы менеджмента: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 352 с.
ISBN 5-279-02447-3*

Содержит программное изложение как общепрофессиональных, так и специальных туристских дисциплин. Раскрываются сущность, принципы, основные понятия и закономерности менеджмента туризма. Представлена система научных подходов и методов менеджмента, позволяющих принимать обоснованные решения по основным направлениям и уровням деятельности туристской сферы: международному, национальному и региональному регулированию, инвестиционным программам развития туризма, информационным и телекоммуникационным системам в турбизнесе. Рассматриваются влияние внешней и внутренней среды на выбор стратегии, роль маркетинга в системе управления.

Для преподавателей, студентов, аспирантов и слушателей образовательной системы туристской направленности.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|-----|
| Глава 1. Основы менеджмента туристских фирм | 5 |
| § 1.1. Организационно-функциональные основы управления турфирмами | 5 |
| § 1.2. Технология принятия решений и коммуникации в управлении | 11 |
| § 1.3. Социально-психологические основы руководства турфирмой | 16 |
| Глава 2. Стратегический менеджмент в туризме | 23 |
| § 2.1. «Тихая» революция в философии управления туризмом | 23 |
| § 2.2. Эволюция топ-менеджмента | 30 |
| § 2.3. Формирование стратегии развития туризма | 45 |
| § 2.4. Эффективность управления туризмом | 48 |
| § 2.5. Повышение доходности туризма | 57 |
| § 2.6. Источники прибыли в туризме..... | 66 |
| § 2.7. Деловое администрирование в туризме | 76 |
| § 2.8. Управление жизненным циклом туристского продукта | 97 |
| § 2.9. Управление технологическими инновациями | 108 |
| Глава 3. Менеджмент регионального туризма..... | 120 |
| § 3.1. Основные понятия и методологическая база регионального менеджмента..... | 120 |
| § 3.2. Основы региональной организации хозяйства и принципы районирования..... | 125 |
| § 3.3. Особенности регионального туризма как объекта управления | 128 |
| § 3.4. Понятие туристского региона | 133 |
| § 3.5. Организационные структуры регионального туризма | 135 |
| § 3.6. Функции организационных структур регионального туризма | 138 |
| § 3.7. Этапы решения организационных задач регионального менеджмента | 141 |
| Глава 4. Управление персоналом | 145 |
| § 4.1. Значение управления человеческими ресурсами в турфирмах | 145 |
| § 4.2. Управление комплектованием кадров | 151 |
| § 4.3. Управление развитием персонала | 159 |
| § 4.4. Основные понятия теории мотивации и ее развитие | 165 |
| § 4.5. Квалификационные требования к основным должностям работников туристской индустрии | 173 |
| Глава 5. Управление маркетингом | 181 |
| § 5.1. Принятие маркетинговых решений в условиях нестабильности туристского рынка..... | 181 |
| § 5.2. Процесс планирования маркетинга в сфере туризма | 187 |
| § 5.3. Управление маркетинговой разведкой..... | 191 |
| § 5.4. Управление товарно-ценовой политикой турфирмы | 193 |
| § 5.5. Управление каналами распределения товаров/услуг и их продвижением..... | 201 |
| Глава 6. Маркетинговые коммуникации в туристском | |

| | |
|--|------------|
| бизнесе | 208 |
| § 6.1. Коммуникационная политика в туризме | 209 |
| § 6.2. Современное состояние и развитие маркетинговых коммуникаций | 213 |
| § 6.3. Основные элементы маркетинговых коммуникаций | 218 |
| Глава 7. Инновационный менеджмент в туристской деятельности | 237 |
| § 7.1. Инновационный менеджмент - система управления развитием туристской фирмы | 237 |
| § 7.2. Инновации как объект инновационного менеджмента | 250 |
| § 7.3. Инновационные процессы как инструмент реализации инноваций | 257 |
| § 7.4. Управление инновационными проектами..... | 260 |
| Глава 8. Управление инвестиционными программами развития туризма | 277 |
| § 8.1. Оценка инвестиционной деятельности | 277 |
| § 8.2. Формирование инвестиционных программ | 289 |
| § 8.3. Выбор инвестиционных проектов по экономическим критериям | 300 |
| Глава 9. Международное регулирование туристской деятельности | 309 |
| § 9.1. Понятие международного регулирования | 309 |
| § 9.2. Роль международных организаций в регулировании туристской деятельности | 309 |
| § 9.3. Международные туристские организации. Их виды, цели и задачи | 315 |
| § 9.4. Международные туристские мероприятия | 328 |
| § 9.5. Инструменты регулирования международной ту- ристской деятельности..... | 331 |
| § 9.6. Практика и процедуры регулирования туристской деятельности | 341 |
| § 9.7. Адаптация международных правовых актов на на- циональном уровне | 343 |
| Рекомендуемая литература | 346 |