

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. Туризм как многогранное явление современно го мира	5
§ 1.1. Туризм как отрасль экономики	6
§ 1.2. Туризм как экономическая деятельность	11
§ 1.3. Туризм как рынок	17
§ 1.4. Туризм как общественное движение	21
§ 1.5. Антиномия туризма	23
Глава 2. История мирового туризма	24
§ 2.1. Феноменологический взгляд на историю туризма	24
§ 2.2. Территориальные перемещения в первобытном мире	27
§ 2.3. Путешествия в древнем мире	27
§ 2.4. Путешествия в первых веках нашей эры и в период средневековья	29
§ 2.5. Развитие мирового туризма в XVIII-XIX вв.....	32
§ 2.6. Исторические вехи туризма XX в.....	34
Глава 3. Зарождение и развитие российского туризма	40
§ 3.1. Просветительский период (до 90-х гг. XIX в.)	40
§ 3.2. Предпринимательский период (1890-1917 гг.)	43
§ 3.3. Организационно-централизованный период (1930-1970 гг.)	46
§ 3.4. Административно-нормативный период (1970-1990 гг.)	48
§ 3.5. Переходный период (с 1990 г.).....	49
Глава 4. Стратегия развития туризма в России	51
§ 4.1. Сдерживающие факторы и современное понима- ние роли туризма	51
§ 4.2. Единство и многообразие пониманий и определе- ний менеджмента туризма	55
§ 4.3. Осознание необходимости изменения стратегии	57
§ 4.4. Направленность программ туризма и обменов.....	59
§ 4.5. Пути развития культурного туризма.....	64
§ 4.6. Стратегия развития новых мест туристского на- значения	70
§ 4.7. Всемирный туристский комплекс как суперсис- тема	85
Глава 5. Туристская индустрия и ее структура	92
§ 5.1. Туристский рынок и продвижение турпродукта	92
§ 5.2. Дифференциация туристского рынка	93
§ 5.3. Виды предпринимательства в туризме	94
§ 5.4. Международный характер современного турист- ского рынка	98
§ 5.5. Унификация требований к информации и обслу- живанию в современном туризме	100
§ 5.6. Социально-гуманитарный характер современного туризма	102
§ 5.7. Прогнозы развития туристской индустрии	103
Глава 6. Туристский продукт	105
§ 6.1. Туристский пакет	106
§ 6.2. Структура туристского продукта	110
§ 6.3. Валовой туристский продукт	113
Глава 7. Обеспечение качества туристского продукта	116
§ 7.1. Понятие качества	116
§ 7.2. Требования к качеству туристского продукта	117
§ 7.3. Сертификация - осуществление государственного контроля за соблюдением стандартов	120
§ 7.4. Проблемы качества туристского продукта	124
§ 7.5. Условия создания качественного сервиса на ту-	

риетском предприятии	127
§ 7.6. Комфорт как ключевой инструмент в создании качественного туристского продукта	129
Глава 8. Туроператорская и турагентская деятельность в сфере туризма	136
§ 8.1. Роль турагента и туроператора на туристском рынке	136
§ 8.2. Турагенты	140
§ 8.3. Туроператоры	141
§ 8.4. Специфика туристского продукта	142
§ 8.5. Туроператоры и турагенты на международном рынке	144
§ 8.6. Имидж туристской фирмы.....	146
Глава 9. Гостиничный комплекс и его структура.....	150
§ 9.1. Основные этапы развития мировой гостиничной индустрии	150
§ 9.2. Классификация гостиниц и других средств размещения туристов.....	158
§ 9.3. Характеристика и тенденции развития мирового гостиничного комплекса	171
§ 9.4. Структура типового гостиничного предприятия	180
§ 9.5. Маркетинговая концепция в мировом рынке гостиничных услуг	187
Глава 10. Комплекс услуг предприятий питания и его роль в туризме	192
§ 10.1. Исторический аспект возникновения и формирования предприятий питания в России.....	192
§ 10.2. Современное определение комплекса услуг предприятий питания	197
§ 10.3. Состояние и перспективы развития рынка услуг предприятий питания	201
§ 10.4. Ситуация на ресторанном рынке после финансового кризиса 1998 г.....	208
§ 10.5. Услуги предприятий питания как составная часть туристской индустрии	209
Глава 11. Транспортные услуги в туризме	216
§ 11.1. Роль и место транспортных услуг на туристском рынке	216
§ 11.2. Воздушный транспорт в туристских перевозках	219
§ 11.3. Автотранспорт в туризме.....	228
§ 11.4. Железнодорожные путешествия	235
§ 11.5. Организация теплоходных путешествий.....	243
Глава 12. Программный туризм	254
§ 12.1. Основы программного туризма.....	254
§ 12.2. Рекреационные основы программного туризма	255
§ 12.3. Виды услуг и программа обслуживания.....	257
§ 12.4. Мотивация программного туризма	259
§ 12.5. Курортно-оздоровительный туризм.....	261
§ 12.6. Познавательный туризм	263
§ 12.7. Развлекательные туры	265
§ 12.8. Экологический туризм	266
§ 12.9. Деловой туризм	268
§ 12.10. Спортивный туризм.....	272
§ 12.11. Обучающие туры	274
§ 12.12. Семейный туризм	279
§ 12.13. Хобби-туры	281
Рекомендуемая литература	283

Основной учебник для специальности «Менеджмент туризма». Содержит программное изложение как общепрофессиональных, так и специальных туристских дисциплин. Раскрываются сущность туризма как целостного объекта управления и многогранного явления современного мира, история зарождения и стратегия развития мирового и российского туризма. Даются определения основных понятий туризма как вида экономической деятельности -туристский продукт, туристская индустрия, туроператор и турагент, программный туризм и др.

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