

Барышев А. Ф.

Маркетинг в туризме и гостеприимстве: учеб. пособие / А. Ф. Барышев. -
М.: Финансы и статистика, 2007. - 160 с: ил.

Предлагаемая книга позволит применить основные принципы маркетинга к различным сторонам туристской деятельности. Особый акцент делается на исследованиях туристского рынка, формулировании маркетинговых задач, выявлении нужных целевых сегментов. Значительное место занимают вопросы формирования товарной, ценовой и сбытовой политики, подкрепленные многими практическими примерами. Специально выделено такое направление, как развитие музейной деятельности.

Для студентов высших учебных заведений, изучающих вопросы туристского и гостиничного бизнеса в рамках специальностей 061100 «Менеджмент организации» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм».

Оглавление

Введение

Глава 1. Введение в маркетинг услуг в сфере туризма и гостиничного бизнеса

1.1. Индустрия туризма и гостеприимства

1.2. Состояние индустрии туризма и гостеприимства

1.3. Специфика сферы гостиничного бизнеса и туризма

1.4. Содержание маркетинга в сфере гостиничного бизнеса и туризма

1.5. Способы удовлетворения клиента качеством предоставляемых товаров и услуг

Контрольные вопросы и задания

Глава 2. Маркетинговая среда в сфере гостиничного и туристского бизнеса

2.1. Микросреда в сфере гостиничного и туристского бизнеса

2.2. Макросреда фирмы

Контрольные вопросы и задания

Глава 3. Маркетинговые исследования в сфере гостиничного бизнеса и туризма

3.1. Информационное обеспечение маркетинга

3.2. Маркетинговая информация

3.3. Методы сбора первичной маркетинговой информации

3.4. Процесс маркетинговых исследований

Контрольные вопросы и задания

Глава 4. Поведение потребителей на рынке туристских услуг.

Сегментация рынка

4.1. Основные факторы, влияющие на поведение потребителей

4.2. Принципы сегментации рынка услуг

4.3. Особенности сегментации российского туристского рынка

Контрольные вопросы и задания

Глава 5. Продукт в гостиничном и туристском бизнесе и его жизненный цикл

5.1. Основные понятия продукта в гостиничном и туристском бизнесе

5.2. Классификация составных элементов туристского продукта

5.3. Пути развития нового туристского продукта

5.4. Жизненный цикл туристского продукта

Контрольные вопросы и задания

Глава 6. Цепы и ценовые стратегии

6.1. Основные цели маркетинга в ценовых стратегиях .

6.2. Ценообразование и ценовые стратегии

6.3. Гибкие ценовые стратегии

6.4. Ценовые стратегии для новых товаров

Контрольные вопросы и задания

Глава 7. Каналы распределения товаров и услуг индустрии гостеприимства и туризма

7.1. Экономическая роль каналов сбыта

7.2. Оптовые продавцы туристских услуг

7.3. Розничные продавцы туристских услуг

7.4. Интернет в сфере гостеприимства и туризма

7.5. Поведенческие системы каналов сбыта

7.6. Организация каналов сбыта и критерии выбора каналов

Контрольные вопросы и задания

Глава 8. Продвижение товаров и услуг гостиничной индустрии и туризма

8.1. Реклама

8.2. Личная продажа

8.3. Стимулирование сбыта

8.4. Связи с общественностью (публик рилейшнз)

Контрольные вопросы и задания

Глава 9. Маркетинг в сфере музейной деятельности

9.1.Современное состояние музейного дела

9.2.Новые тенденции в музейной деятельности

9.3.Музейная деятельность как фактор развития регионов и
привлечения туристов

Контрольные вопросы и задания

Глава 10. Маркетинг международного туризма

10.1. Особенности международного туризма и подходы к его
изучению

10.2.Исследование рынка в сфере международного туризма

10.3.Позиционирование туристского продукта

10.4.Система «Евростиль» как один из критериев сегментации
туристского рынка

10.5. Целевые туристские рынки

Контрольные вопросы и задания

Заключение

Литература