

Остроумов О. В.

Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность: учеб.-метод. пособие / под ред. Ю. С. Путрика. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 128 с: ил.

Посвящено вопросам государственной политики в области продвижения национального туристского продукта России, включая анализ динамики и структуры иностранного туризма в Россию. Рассмотрены современные методы управления туризмом в лидирующих зарубежных странах, показан опыт продвижения туристского продукта в условиях кризисных ситуаций. Представлена роль брендинга в продвижении образа страны и ее турпродукта.

Для студентов вузов и преподавателей, работников сферы международного туризма и сопутствующих отраслей, органов государственной власти, научных работников.

Содержание

Введение

1 НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТУРПРОДУКТ И МЕТОДЫ ЕГО ПРОДВИЖЕНИЯ

1.1.Динамика въездных потоков, структура и виды российского турпродукта

Туристский продукт

Проблемы сектора размещения

Проблемы безопасности иностранных туристов

Визовые формальности

1.2.Ретроспективный анализ государственной

политики в области продвижения российского турпродукта

1.3.Методы продвижения турпродукта, применяемые в России

2. ПРОДВИЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРПРОДУКТА В СТРАНАХ С РАЗВИТОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИЕЙ

2.1. Государственное регулирование туристской отрасли за рубежом (на примере некоторых европейских стран)

2.2. Работа зарубежных туристских администраций в кризисных ситуациях

2.3. Роль брендинга в продвижении образа страны и ее туристского продукта

3. КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ПРОДВИЖЕНИЕМ РОССИЙСКОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

3.1.Возможные пути совершенствования государственной системы продвижения туристского продукта

3.2.Оптимальные подходы к координации усилий в области продвижения российского туристского продукта

Литература