

Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Филиппова И.Г.

Маркетинг в туризме: Учебник / Под ред. профессора, заслуженного работника высшей школы РФ Е.И. Богданова.— М.: ИНФРА-М, 2015. — 214 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
1. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МАРКЕТИНГА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА	5
1.1. Развитие сферы услуг в постиндустриальном обществе	5
1.2. Становление и развитие маркетинга в туризме России.....	10
1.3. Индустрия туризма и ее структура.....	17
1.4. Рынок туризма и его особенности.....	23
Вопросы и задания.....	34
2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМЕ	35
2.1. Сущность и классификации услуг как объектов маркетинга в туризме.....	35
2.2. Основные характеристики услуг в маркетинге.....	41
2.3. Маркетинг в сфере туристских услуг: модели, задачи, функции.....	45
Вопросы и задания.....	56
3. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМЕ	61
3.1. Структура комплекса маркетинга в туризме.....	61
3.2. Продукт туризма в комплексе маркетинга.....	63
3.3. Ценовая политика предприятия в туризме.....	75
3.4. Коммуникационная политика предприятия в туризме.....	82
3.5. Сбытовая политика предприятия в туризме.....	106
Вопросы и задания.....	111
4. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В ТУРИЗМЕ	117
4.1. Анализ рыночных возможностей.....	118
4.2. Отбор целевых рынков в туризме.....	142
4.3. Разработка маркетинговой стратегии предприятий туризма.....	148
4.4. Организация маркетинговых мероприятий.....	174
Вопросы и задания.....	177
5. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ	186
Вопросы и задания.....	193
Контрольные тесты.....	195
Список литературы.....	209