

Сушинская, М. Д.

Культурный туризм : учеб. пособие для академического бакалавриата / М. Д. Сушинская. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 136 с. — Серия : Университеты России.

# Оглавление

<b>Предисловие.....</b>	<b>5</b>
<b>Глава 1. Понятие культурного туризма и характеристика его современного развития.....</b>	<b>9</b>
1.1. Определение культурного туризма.....	9
1.2. Характеристика культурных туристов.....	10
1.3. Уровни культурного туризма.....	14
1.4. Факторы и современные условия развития культурного туризма . . .	17
1.5. Тенденции развития культурного туризма.....	23
<i>Вопросы для самопроверки.....</i>	<i>29</i>
<i>Вопросы для размышления.....</i>	<i>29</i>
<b>Глава 2. Виды культурного туризма.....</b>	<b>30</b>
2.1. Ресурсная база культурного туризма.....	30
2.2. Виды культурного туризма.....	38
<i>Вопросы для самопроверки.....</i>	<i>59</i>
<i>Вопросы для размышления.....</i>	<i>59</i>
<b>Глава 3. Культурный продукт для туризма: структура, основные особенности и элементы производства.....</b>	<b>60</b>
3.1. Формирование концепции продукта для культурного туризма.....	60
3.2. Выгоды культурного продукта и мотивы его потребления в туризме.....	64
3.3. Особенности производства и потребления культурного продукта в туризме.....	68
3.4. Интерпретация культурной достопримечательности: понятие и направления разработки.....	72
3.5. Аутентичность культурного продукта и способы ее конструирования.....	76
<i>Вопросы для самопроверки.....</i>	<i>80</i>
<i>Вопросы для размышления.....</i>	<i>80</i>
<b>Глава 4. Формирование концепции продукта для культурного туризма: структура, алгоритм процесса и характеристика основных элементов.....</b>	<b>81</b>
4.1. Особенности процесса разработки культурного продукта для туризма.....	81
4.2. Ситуационный анализ производства культурного продукта для туризма.....	82
4.3. Анализ внешнего окружения.....	89

4.4. Систематизация, результатов ситуационного анализа и обоснование стратегии развития культурной достопримечательности на рынке туристских услуг.....	93
4.5. Формирование конкурентоспособного продукта для культурного туризма.....	99
<i>Вопросы для самопроверки.....</i>	<i>111</i>
<i>Вопросы для размышления.....</i>	<i>111</i>
<b>Глава 5. Особенности продвижения культурных продуктов для туризма.....</b>	<b>112</b>
5.1. Система продвижения в культурном туризме.....	112
5.2. Роль и функции маркетинговых организаций дестинании в продвижении продуктов для культурного туризма.....	119
5.3. Использование информационно-телекоммуникационных технологий в продвижении культурных турпродуктов.....	122
<i>Вопросы для самопроверки.....</i>	<i>125</i>
<i>Вопросы для размышления.....</i>	<i>125</i>
<b>Заключение.....</b>	<b>126</b>
<b>Рекомендуемая литература.....</b>	<b>132</b>
<b>Новые издания по дисциплине «Культурный туризм» и смежным дисциплинам.....</b>	<b>136</b>