

Джанджугазова, Е. А.

Маркетинг туристских территорий : учеб. пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 223 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

Оглавление

Предисловие	4
Глава 1. Маркетинг как концепция управления туристскими территориями	8
1.1. Современный маркетинг: основные категории и тенденции развития.....	8
1.2. Основные понятия маркетинга туристских территорий.....	17
1.3. Регион как объект исследования территориального маркетинга.....	38
Глава 2. Комплекс маркетинга туристской территории	58
2.1. Туристские и рекреационные ресурсы.....	58
2.2. Основные элементы комплекса маркетинга территории.....	78
2.3. Влияние туризма и рекреации на региональное развитие.....	96
Глава 3. Основные формы и методы продвижения туристской территории	106
3.1. Современные средства продвижения туристских территорий... ..	106
3.2. Программы продвижения России на региональном уровне.....	117
3.3. Формирование имиджа туристских территорий.....	124
Глава 4. Маркетинг основных видов туристских территорий	137
4.1. Маркетинг курортов и лечебно-оздоровительных центров.....	137
4.2. Маркетинг городов и туристских центров.....	161
4.3. Маркетинг достопримечательностей.....	198
Рекомендуемая литература	222
Новые издания по дисциплине «Маркетинг туристских территорий» и смежным дисциплинам	223