

Продвижение и сопровождение туристских услуг : учеб. пособие / Л. Б. Нюренбергер, О. В. Леушина, Н. А. Лучина [и др.]; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. — Новосибирск: НГУЭУ, 2021, —210 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	5
ВВЕДЕНИЕ.....	6
Глава 1. ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ	
§ 1.1. Сущность, значение и основные инструменты продвижения туристских услуг.....	7
§ 1.2. Актуальные подходы к продвижению туристского предприятия на рынке.....	18
§ 1.3. Коммуникационная модель — основа формирования комплекса продвижения.....	31
Глава 2. РЕКЛАМА В КОМПЛЕКСЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ	
§ 2.1. Понятие и сущность рекламы туристских услуг, ее основные функции, классификация и виды.....	38
§ 2.2. Основные каналы рекламы туристских услуг....	51
§ 2.3. Создание рекламного обращения.....	65
Глава 3. ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ В СИСТЕМЕ ПРОДВИЖЕНИЯ	
§ 3.1. Понятие паблик релей шнз, цели, задачи, принципы, функции и основные направления....	78
§ 3.2. Типы, принципы и функции Public Relations....	85
§ 3.3. Объекты паблик релей шнз. PR как система управления общественным мнением.....	91
Глава 4. МЕДИАРИЛЕЙШНЗ В СИСТЕМЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ	
§ 4.1. Особенности медиарелей шнз как направления паблик релей шнз.....	107
§ 4.2. Характеристика видов мероприятий взаимодействия со СМИ.....	112
§ 4.3. Основные печатные материалы для прессы.....	118

Глава 5. ОРГАНИЗАЦИЯ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ КАК ОДНОГО ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ СОПРОВОЖДЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ	
§ 5.1. Сущность и значение специальных мероприятий в туризме.....	127
§ 5.2. Характеристика основных видов специальных мероприятий в туризме.....	132
§ 5.3. Корпоративные мероприятия в туризме.....	136
§ 5.4. Представительские мероприятия. Технология презентаций.....	141
Глава 6. СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА В КОМПЛЕКСЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ	
§ 6.1. Стимулирование сбыта и его значение как инструмента ускорения продаж.....	152
§ 6.2. Стратегии стимулирования сбыта.....	158
§ 6.3. Методы определения расходов на стимулирование сбыта.....	173
Глава 7. ЛИЧНЫЕ ПРОДАЖИ В КОМПЛЕКСЕ ПРОДВИЖЕНИЯ	
§ 7.1. Функции и значение личных продаж туристских продуктов и услуг.....	179
§ 7.2. Процесс формирования личных продаж.....	192
§ 7.3. Особенности продаж в туризме: знания, ведущие к прибыли.....	200
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	208