

45.8  
В 76

БАКАЛАВР • МАГИСТР

Н. А. Восколович

# МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

УЧЕБНИК и ПРАКТИКУМ  
3-е издание



СООТВЕТСТВУЕТ  
ПРОГРАММАМ  
ВЕДУЩИХ НАУЧНО-  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ  
ШКОЛ

**Юрайт**  
Издательство

[biblio-online.ru](http://biblio-online.ru)

Н. А. Восколович

# МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

УЧЕБНИК И ПРАКТИКУМ  
ДЛЯ БАКАЛАВРИАТА И МАГИСТРАТУРЫ

3-е издание, переработанное и дополненное

**ВВЕДЕНИЕ  
В КОМПЬЮТЕР**

*Рекомендовано Учебно-методическим центром «Профессиональный учебник»  
в качестве учебника для студентов высших учебных заведений,  
обучающихся по экономическим специальностям*

Книга доступна в электронной библиотечной системе  
[biblio-online.ru](http://biblio-online.ru)

Москва ■ Юрайт ■ 2019

УДК 338.482.22(075.8)  
ББК 65.433я73  
В76

**Автор:**

**Восколович Нина Александровна** — профессор, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики труда и персонала экономического факультета Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

**Рецензенты:**

*Жильцов Е. Н.* — доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки Российской Федерации;

*Кузнецов Ю. В.* — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления и планирования социально-экономических процессов экономического факультета Санкт-Петербургского государственного университета.

**Восколович, Н. А.**

В76

Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).

ISBN 978-5-534-08265-4

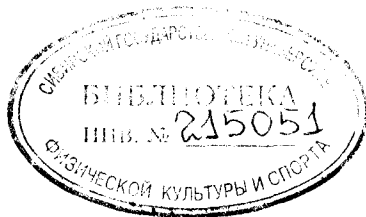
Учебник раскрывает комплекс экономических проблем рынка туристских услуг, формирующегося в России. Центральное место отведено специфике маркетинга туристских услуг, вопросам их продвижения с использованием современных информационных технологий. Обобщается опыт маркетинговой деятельности в туризме развитых стран. Рассматриваются вопросы ценообразования, рекламы и страхования.

Содержание соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

*Для студентов высших и средних специальных учебных заведений, руководителей и специалистов туристских фирм, слушателей системы повышения квалификации.*

УДК 338.482.22(075.8)

ББК 65.433я73



*Все права защищены!* Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав. Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая компания «Дельфи».

ISBN 978-5-534-08265-4

© Восколович Н. А., 2008  
© Восколович Н. А., 2019, с изменениями  
© ООО «Издательство Юрайт», 2019

# Оглавление

<b>Введение</b> .....	<b>5</b>
<b>Глава 1. Экономические основы туристской деятельности</b> .....	<b>9</b>
1.1. Туризм как объект экономических исследований .....	9
1.2. Услуги туризма, их сущность и специфика.....	12
1.3. Комплексность и классификация туристских услуг.....	17
1.4. Понятие туризма и классификация его видов.....	20
1.5. Туристские ресурсы.....	28
<i>Практикум</i> .....	32
<b>Глава 2. Туристский сектор экономики</b> .....	<b>35</b>
2.1. Индустрия туризма и ее отраслевой состав в условиях глобализации..	35
2.2. Гостиничное хозяйство .....	43
2.3. Предприятия питания и торговли .....	49
2.4. Пассажирский транспорт .....	54
2.5. Туроператоры и турагенты .....	58
<i>Практикум</i> .....	63
<b>Глава 3. Регулирование развития туризма</b> .....	<b>66</b>
3.1. Государственное регулирование развития сферы туризма.....	66
3.2. Целевые программы, особые экономические зоны и кластеры как инструменты реализации государственной политики .....	72
3.3. Разработка и оценка экономических и социальных показателей развития индустрии туризма .....	83
3.4. Негосударственное регулирование туристской деятельности .....	94
<i>Практикум</i> .....	100
<b>Глава 4. Специфика маркетинга в сфере туризма</b> .....	<b>103</b>
4.1. Особенности маркетинга услуг туризма .....	103
4.2. Маркетинг услуг внутреннего туризма .....	113
4.3. Маркетинг услуг въездного туризма .....	117
4.4. Маркетинг услуг выездного туризма.....	121
4.5. Электронный маркетинг .....	125
<i>Практикум</i> .....	128
<b>Глава 5. Особенности ценообразования на рынке туристских услуг</b> .....	<b>130</b>
5.1. Факторы, влияющие на уровень цен на туристские услуги.....	130
5.2. Структура цены на туристский продукт .....	132
5.3. Доходы и издержки в туристской деятельности.....	136

5.4. Ценообразование на услуги внутреннего, выездного и въездного туризма .....	139
<i>Практикум</i> .....	141
<b>Глава 6. Продвижение туристских услуг .....</b>	<b>143</b>
6.1. Специфика рекламных услуг в сфере туризма .....	143
6.2. Использование рекламных средств для продвижения туристского продукта .....	146
6.3. Разработка и оценка эффективности рекламной программы.....	151
6.4. Системы резервирования и бронирования в продвижении туристских услуг и продуктов .....	156
<i>Практикум</i> .....	159
<b>Глава 7. Минимизация рисков туристских услуг .....</b>	<b>161</b>
7.1. Специфика и классификация видов страхования в туризме .....	161
7.2. Особенности личного страхования туристов.....	164
7.3. Имущественное страхование туристов .....	167
7.4. Страхование ответственности туристских фирм .....	167
7.5. Специфические виды страхования в туризме .....	175
<i>Практикум</i> .....	175
<b>Глоссарий .....</b>	<b>177</b>
<b>Приложение .....</b>	<b>183</b>
<b>Список литературы .....</b>	<b>186</b>
<b>Новые издания по дисциплине «Маркетинг туристских услуг» и смежным дисциплинам .....</b>	<b>191</b>