

75.8

A13

Б А К А Л А В Р И А Т

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

МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

У Ч Е Б Н И К



Электронно-
Библиотечная
Система
znanium.com

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ – БАКАЛАВРИАТ
серия основана в 1996 г.



Ю.Н.АБАБКОВ
М.Ю.АБАБКОВА
И.Г. ФИЛИПОВА

МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

УЧЕБНИК

Под редакцией
профессора, заслуженного работника высшей школы РФ
Е.И. Богданова

*Рекомендовано УМО по образованию
в области производственного менеджмента Минобрнауки РФ
в качестве учебника для студентов высших учебных заведений,
обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
(специальности «Экономика и управление на предприятии туризма»)*

Электронно-
Библиотечная
Система
znanium.com

Москва
ИНФРА-М
2017

УДК 338.48(075.8)

ББК 75.81

A13

ФЭ Издание не подлежит маркировке
№ 436-ФЭ в соответствии с п. 1 н. 4 ст. 11

Рецензенты:

д-р экон. наук, профессор Санкт-Петербургского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена *Табачникас Б.И.*

д-р геогр. наук, профессор, заведующий кафедрой региональной экономики и природопользования Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов *Разумовский В.М.*

Аббков Ю.Н., Аббкова М.Ю., Филиппова И.Г.

A13 Маркетинг в туризме: Учебник / Под ред. профессора, заслуженного работника высшей школы РФ Е.И. Богданова, — М.: ИНФРА-М, 2017. — 214 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

ISBN 978-5-16-010337-2 (print)

ISBN 978-5-16-102302-0 (online)

В учебнике раскрываются современные подходы к маркетинговой деятельности туристских предприятий в условиях рынка, мотивационные основы туристского спроса, а также модели потребительского поведения в туризме. В учебнике рассматриваются системы маркетинга в туризме, современные подходы к маркетинговой деятельности туристских предприятий в условиях рынка, организационные структуры управления маркетингом в индустрии туризма.

Для студентов высших учебных заведений туристского профиля, а также практических работников индустрии туризма.

ББК 75.81

ISBN 978-5-16-010337-2 (print)

ISBN 978-5-16-102302-0 (online)

© Коллектив авторов, 2011

Формат 60 x 90/16. Гарнитура *Newton*. Бумага офсетная.

Печать офсетная. Усл. печ. л. 14,0. Уч.-изд. л. 15,2.

ПТЗ0.

Цена свободная

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