

75.8

Д40

БАКАЛАВР. АКАДЕМИЧЕСКИЙ КУРС

Е. А. Джанджугазова

# МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

3-е издание



СООТВЕТСТВУЕТ  
ПРОГРАММАМ  
ВЕДУЩИХ НАУЧНО-  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ  
ШКОЛ

УМО ВО рекомендует

**Юрайт**  
ИЗДАТЕЛЬСТВО  
biblio-online.ru

Е. А. Джанджугазова

# МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ  
ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА

3-е издание, исправленное и дополненное

ВНЕСЕНО  
В КОМПЬЮТЕР

*Рекомендовано Учебно-методическим отделом высшего образования  
в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений,  
обучающихся по экономическим направлениям*

*Рекомендовано учебно-методическим объединением учебных  
заведений Российской Федерации по образованию в области сервиса  
и туризма в качестве учебного пособия для студентов высших учебных  
заведений, обучающихся по направлению подготовки «Туризм»*

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

Москва • Юрайт • 2017

УДК 65(075.8)  
ББК 65.290-2я73  
Д40

**Автор:**

**Джанджугазова Елена Александровна** – доктор экономических наук, профессор, директор научно-исследовательского института индустрии гостеприимства, профессор кафедры гостиничного и туристического бизнеса Образовательно-научного центра «Менеджмент» Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова.

**Рецензенты:**

*Похвоцев В. А.* – доктор экономических наук, профессор;  
*Кочуров Б. И.* – доктор географических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института географии Российской академии наук.

**Джанджугазова, Е. А.**

Д40

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.

ISBN 978-5-534-04173-6

В учебном пособии рассмотрены основные пути, методы формирования и продвижения территориального туристского продукта с учетом региональной специфики, при этом большое внимание уделено формированию особого образа региона в глобальном информационном пространстве.

В книге приводится большое количество примеров из практики работы российских и зарубежных предприятий индустрии туризма и гостеприимства, национальных и региональных туристских администраций.

Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

*Для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям.*

УДК 65(075.8)  
ББК 65.290-2я73



*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».*

© Джанджугазова Е. А., 2006  
© Джанджугазова Е. А., 2017,  
с изменениями  
© ООО «Издательство Юрайт», 2017

ISBN 978-5-534-04173-6

## Оглавление

Предисловие .....	4
<b>Глава 1. Маркетинг как концепция управления туристскими территориями .....</b>	<b>8</b>
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
<b>Глава 2. Комплекс маркетинга туристской территории .....</b>	<b>58</b>
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
<b>Глава 3. Основные формы и методы продвижения туристской территории .....</b>	<b>106</b>
3.1. Современные средства продвижения туристских территорий ...	106
3.2. Программы продвижения России на региональном уровне .....	117
3.3. Формирование имиджа туристских территорий .....	124
<b>Глава 4. Маркетинг основных видов туристских территорий.....</b>	<b>137</b>
4.1. Маркетинг курортов и лечебно-оздоровительных центров.....	137
4.2. Маркетинг городов и туристских центров .....	161
4.3. Маркетинг достопримечательностей .....	198
<b>Рекомендуемая литература.....</b>	<b>222</b>
<b>Новые издания по дисциплине «Маркетинг туристских территорий» и смежным дисциплинам .....</b>	<b>223</b>