

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Куттубаева Т.А., Швакова О.Н.**

# **МАРКЕТИНГ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ**

*Учебно-методическое пособие*

Горно-Алтайск  
БИЦ Горно-Алтайского государственного университета  
2018

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Современная концепция маркетинга в туристской индустрии</b>    | <b>5</b>  |
| 1. Содержание и сущность маркетинга                                  | 5         |
| 2. Концепции управления маркетингом                                  | 10        |
| 3. Сущность и специфика маркетинга в туристской индустрии            | 14        |
| Вопросы и задания  | 21        |
| <b>2. Основные направления маркетинговых исследований в туризме</b>  | <b>23</b> |
| 1. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований              | 23        |
| 2. Методы маркетинговых исследований                                 | 25        |
| 3. Процесс маркетингового исследования                               | 29        |
| Вопросы и задания  | 32        |
| <b>3. Целевой маркетинг туристского предприятия</b>                  | <b>34</b> |
| 1. Понятие, цели и признаки сегментирования рынка туристских услуг   | 34        |
| 2. Процесс сегментации туристского рынка                             | 41        |
| 3. Выбор целевого рынка и стратегии охвата рынка                     | 43        |
| 4. Позиционирование на рынке туристских услуг                        | 45        |
| Вопросы и задания  | 47        |
| <b>4. Формирование стратегии маркетинга туристского предприятия</b>  | <b>49</b> |
| 1. Сущность и виды стратегии маркетинга туристского предприятия      | 49        |
| 2. Процесс формирования стратегии маркетинга туристского предприятия | 57        |
| 3. Разработка программы маркетинга                                   | 60        |
| 4. Формирование бюджета маркетинга                                   | 62        |
| Вопросы и задания  | 63        |
| <b>5. Продуктовая политика туристского предприятия</b>               | <b>67</b> |
| 1. Понятие продукта в туристской индустрии                           | 67        |
| 2. Формирование продуктовой политики туристского предприятия         | 71        |
| 3. Разработка и внедрение на рынок нового туристского продукта       | 73        |
| Вопросы и задания  | 76        |
| <b>6. Ценовая политика туристского предприятия</b>                   | <b>79</b> |
| 1. Понятие, функции и классификация цен                              | 79        |
| 2. Формирование ценовой политики туристского предприятия             | 83        |
| 3. Виды ценовых стратегий  | 87        |
| Вопросы и задания  | 89        |
| <b>7. Сбытовая политика туристского предприятия</b>                  | <b>91</b> |
| 1. Формирование сбытовой стратегии туристского предприятия           | 91        |
| 2. Каналы сбыта в туристской индустрии                               | 93        |
| Вопросы и задания  | 99        |

|   |            |
|---|------------|
| <b>8. Коммуникационная политика туристского предприятия</b>         | <b>101</b> |
| Вопросы и задания   | 113        |
| <b>9. Организация и контроль маркетинга туристского предприятия</b> | <b>115</b> |
| 1. Организация маркетинговой деятельности                           | 115        |
| 2. Понятие, объекты и виды маркетингового контроля                  | 119        |
| Вопросы и задания   | 123        |
| <b>Контрольные тесты</b>  | <b>125</b> |
| <b>Литература</b>   | <b>150</b> |