

УДК 005  
ББК 65.29  
М82

## Рецензенты

*Г.К. Лапушинская*, доктор экономических наук, профессор,  
завкафедрой государственного управления  
Тверского государственного университета;  
*Е.А. Алилуйко*, кандидат педагогических наук,  
проректор-декан факультета менеджмента туризма РМАТ

### **Москвина И.А.**

М82 Менеджмент и маркетинг туристских дестинаций :  
сборник кейсов / И.А. Москвина, О.А. Степуренко ; Рос-  
сийская международная академия туризма. – М. : Уни-  
верситетская книга, 2017. – 86, [2] с.

ISBN 978-5-98699-217-4

Представлены кейсы для проведения практических занятий со студентами в рамках специализированных дисциплин, связанных с продвижением туристских дестинаций. Кейсам сопутствуют теоретические брифы, вопросы и краткий словарь.

Для студентов туристских вузов, а также слушателей спецкурсов, преподавателей и практиков, изучающих вопросы маркетинга и менеджмента туристских дестинаций.

УДК 005  
ББК 65.29

ISBN 978-5-98699-217-4

© Москвина И.А., Степуренко О.А.,  
2017  
© Российская международная академия  
туризма, 2017  
© Оформление. РМАТ,  
Университетская книга, 2017

## Содержание

<b>Предисловие .....</b>	<b>5</b>
 <b>Тема 1. Типология и классификация туристских дестинаций</b>	
Теоретический бриф .....	7
Кейс 1. Развитие регионального туризма: экоперезагрузка по Коми .....	8
Кейс 2. Дестинация Камчатка .....	13
 <b>Тема 2. Сравнительный анализ конкурентоспособности туристских дестинаций на мировом рынке</b>	
Теоретический бриф .....	16
Кейс 3. SWOT-анализ развития туризма в Ярославской области .....	17
Кейс 4. Теперь быстрее и дешевле... поехать в Ноттингем .....	22
 <b>Тема 3. Брендинг туристских дестинаций</b>	
Теоретический бриф .....	24
Кейс 5. Истоки городского брендинга. Легендарный бренд города Нью-Йорка .....	26
Кейс 6. Бренд города Тулузы «So Toulouse» .....	31
Кейс 7. Глобальный бренд города Лондона .....	33
Кейс 8. Анализ и формирование имиджа страны на уровне бытовой психологии .....	36
Кейс 9. Брендинг российских регионов: Югра вырывается вперед .....	38

<b>Тема 4. Маркетинговые стратегии продвижения туристских дестинаций: российский и зарубежный опыт</b>	
Теоретический бриф .....	45
Кейс 10. Мышкинское чудо .....	46
Кейс 11. «Мы хотим прийти к созданию на территории Никола-Ленивца Фабрики мысли» .....	48
Кейс 12. Региональные стратегии туризма: экоперезагрузка по Коми .....	55
Кейс 13. «be Open. be Free. be Berlin».....	62
Кейс 14. «I amsterdam». Глобальный бренд города Амстердама .....	65

<b>Тема 5. Роль государства и бизнеса в продвижении туристских дестинаций</b>	
Теоретический бриф .....	69
Кейс 15. Роль государства в продвижении национального туристского продукта (зарубежный опыт).....	71
Кейс 16. Семь чудес России .....	73
Кейс 17. Успешный опыт взаимодействия государственных структур и частного бизнеса при продвижении бренда города Нью-Йорка .....	74
Кейс 18. Потенциал государственно-частного партнерства в сфере развития туризма дестинации «Северные Афины» (Республика Беларусь).....	77
Кейс 19. Проект «Создание туристско-рекреационного кластера “Золотое кольцо”» (Ярославская область) .....	80
<b>Библиографический список.....</b>	<b>84</b>