

УДК 338.48(075)  
ББК Ч518я7  
А13

*Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Казанского национального исследовательского технологического университета*

*Рецензенты:*  
*д-р ист. наук, проф. Э. Р. Тагиров*  
*д-р экон. наук, проф. Ф. М. Сафин*

**А13 Абдель Вахед Э. А. М.**  
Современные технологии в индустрии туризма и гостиничном сервисе : учебник / Э. А. М. Абдель Вахед, В. А. Мендельсон, Л. Н. Абу-талипова; Минобрнауки России, Казан. нац. исслед. технол. ун-т. – Казань : Изд-во КНИТУ, 2021. – 204 с.

ISBN 978-5-7882-3025-2

Представлены теоретические принципы и практические рекомендации по продвижению и реализации туристского продукта, современные проблемы как глобального, так и регионального масштаба. Рассмотрены основы профессиональной коммуникации и механизмы эффективного профессионального и делового общения в сфере туризма, особенности поведения человека в различных ситуациях общения, продуктивные способы влияния на партнеров по общению.

Предназначен для студентов, обучающихся по направлениям 43.03.02, 43.04.02 «Туризм», 43.03.03 «Гостиничное дело», 43.03.01, 43.04.01 «Сервис».

Подготовлен на кафедре материалов и технологий легкой промышленности.

**УДК 338.48(075)**  
**ББК Ч518я7**

ISBN 978-5-7882-3025-2

© Абдель Вахед Э. А. М., Мендельсон В. А.,  
Абуталипова Л. Н., 2021

© Казанский национальный исследовательский  
технологический университет, 2021

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. ТУРИЗМ КАК АКАДЕМИЧЕСКАЯ ОБЛАСТЬ ОБУЧЕНИЯ .....	5
1.1. Туристская индустрия: основные понятия.....	5
1.2. История развития транспортного обслуживания в туризме.....	9
1.3. История развития гостиничного бизнеса .....	13
1.4. Информационные технологии в развитии туризма.....	21
Глава 2. ТУРИСТСКИЙ МАРКЕТИНГ .....	35
2.1. Роль маркетинга в индустрии туризма .....	35
2.2. Туристский продукт .....	40
2.3. Сущность, содержание и специфика маркетинга услуг .....	46
Глава 3. ВОЗДЕЙСТВИЕ ТУРИЗМА НА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНУЮ, ЭКОЛОГИЧЕСКУЮ, ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СФЕРЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА .....	54
3.1. Роль государства в организации туристской деятельности .....	54
3.2. Корпоративная культура в туризме .....	67
Глава 4. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО И ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ .....	72
4.1. Коммуникация как центральное понятие сферы профессионального и делового общения.....	72
4.2. Коммуникации в организации.....	81
4.3. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления.....	115
4.4. Эффективность коммуникаций и пути ее регулирования .....	122
Глава 5. ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ И ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА .....	137
5.1. Основы профессионального и делового общения.....	137
5.2. Устное деловое общение.....	140
5.3. Письменное деловое общение .....	158
Список литературы .....	186
Приложение .....	190

*Ответственный за выпуск Э. Р. Хайруллина*

Подписано в печать 18.05.2021

Формат 60×84 1/16

Бумага офсетная

Печать ризографическая

11,8 усл. печ. л.

12,75 уч.-изд. л.

Тираж 100 экз.

Заказ 35/21

Издательство Казанского национального исследовательского  
технологического университета

Отпечатано в офсетной лаборатории Казанского национального  
исследовательского технологического университета

420015, Казань, К. Маркса, 68