

Министерство образования и науки Российской Федерации
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова

И. Г. Мельникова

Маркетинг в туризме

Текст лекций

Рекомендовано

*Научно-методическим советом университета для студентов,
обучающихся по специальности «Социально-культурный сервис
и туризм» и направлению «Туризм»*

Ярославль 2012

УДК 338.48:339.138(075.8)
ББК У9(2)43я73
М 48

*Рекомендовано
редакционно-издательским советом ЯрГУ
в качестве учебного издания. План 2012 года*

Рецензенты:

Г. Л. Васильева, кандидат экономических наук, доцент, профессор
кафедры экономики и рынков ФГБОУ ВПО «Ярославской ГСХА»;
кафедра туризма и социально-культурного сервиса
ЯГПУ им. К. Д. Ушинского

Мельникова, И. Г. Маркетинг в туризме: текст лекций
М 48 / И. Г. Мельникова; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. –
Ярославль : ЯрГУ, 2012. – 72 с.
ISBN 978-5-8397-0883-9

В тексте лекций рассматриваются основные понятия, содержание маркетинговой деятельности в туристской индустрии, этапы маркетинговых исследований. Предлагаются практические рекомендации для выбора методов маркетинговых исследований в туризме и оформления их результатов; список полезной литературы.

Издание предназначено для студентов исторического факультета, обучающихся по специальности 100103.65 Социально-культурный сервис и туризм (дисциплина «Маркетинг в СКСиТ», блок ОПД) и направлению 100400.62 Туризм (дисциплина «Маркетинг туристской деятельности», цикл Б3) очной и заочной форм обучения.

УДК 338.48:339.138(075.8)
ББК У9(2)43я73

ISBN 978-5-8397-0883-9

© Ярославский государственный
университет им. П. Г. Демидова,
2012

Содержание

Введение.....	3
Лекция 1. Теоретические основы маркетинга в туризме	6
Понятие маркетинга	6
Основные концепции маркетинга. Их применение в туристской индустрии.....	7
Маркетинг-микс.....	11
Маркетинг услуг.....	13
Контрольные вопросы.....	15
Лекция 2. Маркетинговая система предприятия туристской индустрии	16
Маркетинговая среда предприятия туристской индустрии	16
Маркетинговая информационная система предприятия	17
Маркетинговые исследования предприятия туристской индустрии.....	19
Методы маркетинговых исследований	22
Бенчмаркинг как вид маркетинговых исследований	27
Планирование выборки.....	29
Подготовка аналитического отчета	31
Контрольные вопросы.....	32
Лекция 3. Маркетинговая деятельность туристского предприятия	32
Схема маркетинговой деятельности туристского предприятия	32
Анализ маркетинговых возможностей туристского предприятия	33
Определение затрат на маркетинговые мероприятия	35
Комплексные маркетинговые исследования рынка на туристских предприятиях	36
Контрольные вопросы.....	38

Лекция 4. Система маркетинговых стратегических решений туристского предприятия	38
Корпоративные маркетинговые решения	38
Маркетинговые решения на функциональном уровне	41
Инструментальные решения маркетинга	46
Контрольные вопросы.....	47
Лекция 5. Маркетинговые решения по продукту	47
Понятие туристского продукта	47
Направления маркетинговых решений в области продукта..	52
Бренд и торговая марка.....	53
Управление брендом в туризме	55
Контрольные вопросы.....	57
Лекция 6. Маркетинг территорий	58
Сущность маркетинга территорий.....	58
Виды маркетинга территорий	60
Стратегии маркетинга территорий	62
Контрольные вопросы.....	66
Список рекомендуемой литературы	67
Интернет-ресурсы	69