

УДК 338.44-44(1-87) (470+571)  
ББК 65.433.82(2Рос)  
О-79

Рекомендовано Научным Советом  
Международной Туристской Академии  
в качестве учебно-методического пособия  
для студентов вузов туристского образования

**Остроумов О.В.**

О-79 Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность: учеб.-метод. пособие / под ред. Ю.С. Путрика. — Эл. изд. — 1 файл pdf: 128 с. — М.: Финансы и статистика, 2021. — Текст: электронный.

ISBN 978-5-00184-027-5

Посвящено вопросам государственной политики в области продвижения национального туристского продукта России, включая анализ динамики и структуры иностранного туризма в Россию. Рассмотрены современные методы управления туризмом в лидирующих зарубежных странах, показан опыт продвижения туристского продукта в условиях кризисных ситуаций. Представлена роль брендинга в продвижении образа страны и ее турпродукта.

Для студентов вузов и преподавателей, работников сферы международного туризма и сопутствующих отраслей, органов государственной власти, научных работников.

УДК 338.44-44(1-87) (470+571)  
ББК 65.433.82(2Рос)

ISBN 978-5-00184-027-5

© Остроумов О.В., 2007, 2021  
© ООО «Издательство «Финансы  
и статистика», 2021

# СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	5
<b>1. НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТУРПРОДУКТ И МЕТОДЫ ЕГО ПРОДВИЖЕНИЯ .....</b>	<b>9</b>
1.1. Динамика въездных потоков, структура и виды российского турпродукта .....	9
Туристский продукт.....	19
Проблемы сектора размещения .....	23
Проблемы безопасности иностранных туристов .....	26
Визовые формальности .....	29
1.2. Ретроспективный анализ государственной политики в области продвижения российского турпродукта .....	33
1.3. Методы продвижения турпродукта, применяемые в России .....	47
<b>2. ПРОДВИЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРПРОДУКТА В СТРАНАХ С РАЗВИТОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИЕЙ .....</b>	<b>59</b>
2.1. Государственное регулирование туристской отрасли за рубежом на примере некоторых европейских стран .....	59
2.2. Работа зарубежных туристских администраций в кризисных ситуациях . .....	87
2.3. Роль брендинга в продвижении образа страны и ее туристского продукта .....	95

<b>3. КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ПРОДВИЖЕНИЕМ РОССИЙСКОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК .....</b>	<b>104</b>
3.1. Возможные пути совершенствования государственной системы продвижения туристского продукта .....	104
3.2. Оптимальные подходы к координации усилий в области продвижения российского туристского продукта .....	114
<b>Литература .....</b>	<b>126</b>