

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
БУРЯТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**И. И. Старкова, А. В. Мантатова**

## **МАРКЕТИНГ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ**

*Рекомендовано УМС БГУ в качестве  
учебно-методического пособия для обучающихся  
по направлениям подготовки 49.03.03 Рекреация  
и спортивно-оздоровительный туризм, 43.03.02 Туризм*

Улан-Удэ  
Издательство Бурятского госуниверситета  
2017

УДК 339.138 (075.8)

ББК 65.291.3Я 73

С 772

Утверждено к печати  
редакционно-издательским советом  
Бурятского государственного университета

### Рецензенты

***Ч. А. Аханиянов,***

кандидат исторических наук,  
заведующий научно-экспозиционным отделом  
Этнографического музея народов Забайкалья РБ

***Д. Ц. Будаева,***

кандидат экономических наук, доцент  
кафедры менеджмента  
Бурятского государственного университета

*Работа поддержана Министерством образования РФ,  
проект №3842 «Лаборатория спортивной генетики»*

**Старкова И. И.**

**С 772 Маркетинг в туристической индустрии:** учебно-методическое пособие / И. И. Старкова, А. В. Мантатова. — Улан-Удэ : Изд-во Бурятского госуниверситета, 2017. — 136 с. ISBN 978-5-9793-1070-1

В пособии представлены положения, категории в области маркетинговой деятельности в туристическом бизнесе в систематизированном и обобщенном виде. Для закрепления теоретического материала предложены вопросы и задания для самостоятельной подготовки.

Предназначено для студентов вузов по направлениям подготовки «Туризм», «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» всех форм обучения.

**УДК 339.138 (075.8)**

**ББК 65.291.3Я 73**

ISBN 978-5-9793-1070-1

© Бурятский госуниверситет, 2017

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Настоящее учебное издание представляет собой учебно-методическое пособие для дисциплины «Маркетинг в туристической индустрии» в рамках реализации образовательной программы высшего образования по направлениям подготовки 43.02.03 Туризм, 49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм очной и заочной форм обучения и подготовлено в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Дисциплина «Маркетинг в туристической индустрии» относится к обязательным дисциплинам базовой части Блока 1 в структуре ОП.

Цель курса «Маркетинг в туристической индустрии» состоит в формировании у студентов четкого представления о маркетинге как концепции внутрифирменного управления и целостной системы организации предпринимательской деятельности в сфере туризма, направленной на решение задач предприятия по организации производства и предложения услуг на рынке, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности активных и потенциальных потребителей.

Задачи: ознакомление с основными направлениями современной концепции маркетинга в области туризма; дать представление о путях, методах и подходах в практическом использовании инструментов маркетинга в сфере туризма; научить студентов проводить анализ составляющих комплекса маркетинговых мер воздействия на рынок и конкурентную позицию фирмы.

Обучение по курсу построено на сочетании лекций, практических занятий и самостоятельной работы студентов (СРС). Итоговый контроль — экзамен. Изучение дисциплины по направлению 43.03.02 Туризм ориентировано на формирование следующих компетенций: способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов (ОПК-3); способность использовать методы мониторинга рынка туристических услуг (ПК-7). Изучение дис-

циплины по направлению *49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм* обращено на формирование следующих компетенций: готовность практически осуществить маркетинг и реализовать технику продаж туристических и рекреационных услуг (ПК-22); способность на практике исследовать рынок туристических и рекреационно-оздоровительных услуг, интересы и потребности потребителей (ПК-31).

Учебно-методическое пособие состоит из 2 разделов, которые представляют краткий, емкий теоретический материал по основным вопросам курса, вопросы и задания для самостоятельной работы студента, глоссарий.

## Содержание

Введение.....	3
<b>МАРКЕТИНГ И АНАЛИЗ РЫНОЧНОЙ СИТУАЦИИ</b>	
Тема 1. Сущность туристического маркетинга.....	5
Тема 2. Система информации в маркетинге.....	10
Тема 3. Методы исследования рынка.....	14
Тема 4. Маркетинговые исследования туристического рынка.	28
Тема 5. Рыночная сегментация в туристическом маркетинге...	41
Тема 6. Маркетинговые исследования потребителей туристических услуг.....	46
<b>УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКОЙ</b>	
Тема 7. Формирование продуктовой политики.....	54
Тема 8. Формирование коммуникационной политики.....	71
Тема 9. Формирование ценовой политики.....	88
Тема 10. Формирование сбытовой политики.....	95
Тема 11. Управление маркетингом.....	100
Заключение.....	107
Список рекомендованной литературы.....	109
Глоссарий.....	110