

Министерство образования и науки Российской Федерации
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

В.А. НАЗАРКИНА, Л.М. ЗАГОРСКАЯ, Б.И. ШТЕЙНГОЛЬЦ

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Утверждено Редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного пособия

НОВОСИБИРСК
2009

ББК 65.43-32я73
Н 191

Рецензенты:

д-р экон. наук, проф. кафедры маркетинга СибУПК *В.В. Салий*,
канд. экон. наук, доц. *Ю.О. Владыкина*

Работа подготовлена на кафедре экономики сервиса
для студентов всех форм обучения специальности 100103
«Социально-культурный сервис и туризм»

Назаркина В.А.

Н 191 Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме :
учеб. пособие / В.А. Назаркина, Л.М. Загорская, Б.И. Штейн-
гольц; под общей ред. Б.И. Штейнгольца. – Новосибирск : Изд-
во НГТУ, 2009. – 84 с.

ISBN 978-5-7782-1175-9

В учебном пособии освещены цели, принципы, функции и особен-
ности маркетинговой деятельности в организациях социально-культурного
сервиса и туризма. Рассмотрены теоретические и методические подходы к
анализу и оценке конкурентоспособности организаций социально-
культурной сферы и туризма.

Пособие адресовано студентам, обучающимся по специальности
100103 – «Социально-культурный сервис и туризм», и всем, кто интересу-
ется проблемами маркетинга в современных условиях.

ББК 65.43-32я73

ISBN 978-5-7782-1175-9

© Назаркина В.А., Загорская Л.М.,
Штейнгольц Б.И., 2009
© Новосибирский государственный
технический университет, 2009

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
1. Туристский маркетинг	5
1.1. Сущность, функции и принципы туристского маркетинга.....	5
1.2. Маркетинговые исследования туристского рынка	9
1.3. Особенности туристских услуг и туристского маркетинга.....	10
1.4. Сегментирование и позиционирование туристских услуг	12
1.5. Комплекс маркетинга в туризме	17
2. Маркетинг гостеприимства	24
2.1. Сущность и особенности маркетинга гостеприимства	24
2.2. Поведение потребителей в сфере гостеприимства	25
2.3. Сканирование маркетинговой среды предприятия сферы гостеприимства	27
2.4. Рыночная экспансия в сфере гостеприимства	28
2.5. Особенности продукта в сфере гостеприимства	29
2.6. Маркетинг отношений в индустрии гостеприимства	30
2.7. Предупредительный сервис в индустрии гостеприимства	31
3. Маркетинг в социально-культурной сфере	36
3.1. Сущность социального маркетинга и его особенности в сфере культуры и досуга	36
3.2. Комплекс маркетинга в сфере культуры.....	46
3.3. Технологии социального маркетинга.....	55
4. Конкурентоспособность организаций социально-культурного сервиса и туризма	68
4.1. Конкуренция и конкурентоспособность: основные понятия и сущность	68
4.2. Анализ конкуренции и определение основных конкурентов	71
4.3. Оценка конкурентоспособности организаций социально-культурного сервиса и туризма	74
4.4. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества сервисной организации.....	77
4.5. Конкурентная стратегия организации.....	78