

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

<b>Введение</b> .....	4
<b>1. Туристский маркетинг</b> .....	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
<b>2. Маркетинг гостеприимства</b> .....	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
<b>3. Маркетинг в социально-культурной сфере</b> .....	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
<b>4. Конкурентоспособность организаций социально-культурного     сервиса и туризма</b> .....	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