

УДК 339.138

ББК 65.42

М91

Авторы:

Т. В. Муртузалиева — кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова;

Т. П. Розанова — доктор экономических наук, профессор Финансового университета при Правительстве РФ;

Э. В. Тарасенко — кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова.

Рецензенты:

Р. Ю. Стыцюз — доктор экономических наук, профессор Финансового университета при Правительстве РФ;

М. Э. Сейфуллаева — доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова.

Муртузалиева Т. В.

М91

Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: Учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. — 166 с.

ISBN 978-5-394-02710-9

В учебно-практическом пособии рассматриваются специфика маркетинга услуг гостеприимства и туризма, особенности маркетинговой среды предприятий сферы услуг, маркетинговые стратегии международных и национальных туристических организаций, поведение потребителей товаров и услуг, сегментация рынка, продуктовая, ценовая и коммуникативная политика предприятий индустрии гостеприимства и туризма.

В каждом разделе даны контрольные вопросы и вопросы для самопроверки, задания для самостоятельной работы, практические задания в виде тестов, расчетных задач, позволяющие оценить знание теоретического материала; кроссворды для усвоения основных терминов, а также ситуационные задачи.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлениям подготовки «Туризм», «Гостиничное дело», «Экономика» и «Менеджмент».

ISBN 978-5-394-02710-9

© Муртузалиева Т. В., Розанова Т. П.,
Тарасенко Э. В., 2017

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА УСЛУГ	9
2. ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА УСЛУГ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА	28
3. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА. ИССЛЕДОВАНИЕ СРЕДЫ МАРКЕТИНГА УСЛУГ	43
4. ПОТРЕБИТЕЛИ УСЛУГ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА. ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ	56
5. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВЫХ РЫНКОВ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА	78
6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В СФЕРЕ УСЛУГ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА. ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ	92
7. ПРОДУКТОВАЯ ПОЛИТИКА	103

8. ЦЕНА: ФАКТОРЫ И МЕТОДЫ ЕЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА. ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ	119
9. КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА	128
10. ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ: РЕКЛАМА, ПРЯМОЙ МАРКЕТИНГ, СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И ИХ РОЛЬ В МАРКЕТИНГЕ УСЛУГ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА	138