Создание привлекательного бренда для туризма города Астаны

План

Введение

1 Теоретические основы формирования бренда туристических территорий

1.1 Понятие и значение бренда туристической территории

1.2 Классификация видов брендов территории и процесс их формирования

1.3 Зарубежный опыт формирования бренда туристических территорий

2 Анализ состояния развития отрасли туризма в г.Астана

2.1 Оценка текущего состояния рынка туруслуг

2.2 Территориальный туристский продукт г.Астаны

2.3 Анализ основных направлений и перспектив формирования бренда г.Астаны

3 Методические и практические рекомендации по формированию бренда г.Астаны

3.1 Методические подходы к разработке бренда г.Астаны

3.2 Организационное обеспечение деятельности по созданию и продвижению бренда г.Астаны

3.3 Внедрение программы продвижения бренда г.Астаны на внутренний и внешний туристские рынки

Заключение

Список использованной литературы

# Список использованной литературы

1. Ушаков Д.С. Национальная туристическая индустрия: проблемы развития. Москва, 2005
2. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. - М.: Финансы и статистика, 2002.
3. Инновационное управление формированием бренда туристского регионального комплекса. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. -Петрозаводск – 2012
4. Вознюк Е.Е. Позиционирование и формирование туристического имиджа региона, не обладающего уникальными объектами привлекательности. Имиджелогия – 2009: Инновационные технологии успеха против кризиса: Материалы Седьмого Международного симпозиума по имиджелогии/Под ред.  Е.А. Петровой. -  М: РИЦ АИМ, 2009. – 384 с., 315-321 с.
5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий. –<http://marketing.spb.ru>.
6. Спирченко, М. А. Образ, имидж и бренд туристского города. –<http://archvuz.ru/magazine/Numbers/2007_22/template_article?ar=K21-40/k23>
7. Горохов, А. Ф. Комплексный подход к формированию маркетинговой стратегии развития туристической дестинации // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – СПб., 2007
8. Дурович А.П. Маркетинг в туризме/ Учебное пособие. - Минск: Новое знание, 2003. - 496 с.
9. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с.
10. Ердавлетов С.Р., Сагымбай О.Ж. Основы туризмологии / Уч-метод пособие. – Алматы: Қазақ университеті, 2009. -30 с.
11. Ердавлетов С. Р. География туризма: учеб. для изучения курса «Основы туризмологии».-2-е изд. - Алматы: Қазақ университеті, 2010. – 412 с.
12. Вуколов В.Н. Основы техники и тактики активных видов туризма. Учебное пособие. – изд. 2-ое исп. и доп. Алматы, 2005. – 224 с.;
13. Дурович А.П. Реклама в туризме.- М.: Новое знание, 2003.
14. Cтатистические данные Департамента по статистике г.Астана// [http://www.astana.stat.kz](http://www.astana.stat.kz/)
15. Интернет-ресурс: <http://www.centralasia-travel.com/ru/countries/kazakhstan/sights/astana/>
16. Программа развития города Астаны на 2011-2015 годы, утвержденная решению маслихата города Астаны от 29 декабря 2010 года №421/55-IV
17. Указ Президента РК «О Государственной программе социально-экономического развития города Астаны на 2006-2010 годы»; Послание Президента РК Н.Назарбаева народу Казахстана (Астана, 1 марта 2006 года) «Стратегия вхождения Казахстана в число 50-ти наиболее конкурентоспособных стран мира»; Указ Президента РК от 19 марта 2001 года N 574 О Государственной программе социально-экономического развития города Астаны на период до 2005 года «Расцвет Астаны - расцвет Казахстана»; Закон РК «О статусе столицы Республики Казахстан».
18. Александрова А. Ю. Международный туризм. Учебник. - М.: 2004, Аспект Пресс. - 470 с.
19. [http://www.tepco.co.jp/rd/shiryokan-e/H home-e.html](http://www.tepco.co.jp/rd/shiryokan-e/H%20home-e.html)
20. География международного туризма: Монографический сборник / Под ред. Н. С. Мироненко и А. Ю. Александровой. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. - 240 с.
21. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме. – М.: Интерпресс, 2004.
22. Крупенина Т. Социальные проблемы развития индустрии туризма// Управление персоналом. – 2001. -№5. – С. 38-43.
23. Карпова Г.А. Экономика современного туризма. – М.: Школа, 2007
24. . Введение в туризм. – СПб.: Герда, 2007
25. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе. – М.: КНОРУС, 2005
26. Штогрин А.Б. Основы управления туристическими ресурсами //Вестник МГУ. – 2008. – №33. – С. 9-13.
27. Стржалковский В.И. Макроэкономические условия развития сферы туризма. Автореферат дисс. к.э.н. – М.: Институт экономики переходного периода, 2005.
28. Кусков А.С. «Основы туризма», «Кнорус», 2008
29. Терлеева (Сединкина) О.Н. Экономико-географические преимущества транснационализации тематических парков // Материалы XIV Междунар. конф. студ., аспир. и молод, ученых. М: СП «Мысль», 2007. С. 249-250
30. Сединкина О.Н. Экономико-географические аспекты развития тематических парков в мире // Вестник Национальной академии туризма. 2009. № 2 (10). С. 37-40.