Др\_Маркетинговая программа развития организации сферы туризма

Стр-47

|  |  |
| --- | --- |
| Введение |  |
| 1 | Теоретические основы маркетинга туристской организации |  |
| 1.1 | Cущность и содержание маркетинговой программы в предпринимательской деятельности туристской организации |  |
| 1.2 | Принципы и технология разработки маркетинговых программ |  |
| 1.3 | Зарубежный опыт развития маркетинга в туризме |  |
| 2 | Анализ маркетинговой деятельности туристской фирмы  |  |
| 2.1 | Характеристика туристской фирмы  |  |
| 2.2 | Планирование развития предпринимательской деятельности туристской фирмы |  |
| 2.3 | Оценка применения маркетинга туристской фирмой  |  |
| 3 | Совершенствование маркетинговой деятельности туристской фирмы  |  |
| 3.1 | Стратегия повышения маркетинговой деятельности и конкурентоспособности туристской фирмы |  |
| 3.2 | Разработка программы комплекса маркетинга туристской фирмы |  |
| Заключение |  |
| Список использованной литературы |  |

Заключение

В настоящей работе, в соответствии с поставленными задачами, особое внимание отведено рассмотрению сущности маркетинга в туристской сфере, анализу применения маркетинга на туристском агентстве, разработки маркетинговой программы.

Туризм является одной из приоритетных отраслей наряду с такими отраслями, как машиностроение, химическая промышленность, агропромышленный комплекс и др. Благодаря развитию туризма, в настоящее время другие отрасли получают дополнительный импульс для развития. В связи с этим актуальным направлением является применение современных положений маркетинга в туристской сфере.

Список использованной литературы

1. Бизнес-регистр предприятий города Астана, 2018 год.
2. Маркетинг: вопросы и ответы / под ред. Н.П. Кетовой. - Ростов н/Д: Феникс, 2009. - 478 с.
3. Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. – М.: Юристь, 2000. – 568 с.
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под ред. В.А. Алексунина. - М.: Дашков и К, 2006. - С. 52.
5. Мaкaшeв М.О. Принципы и методы организации маркетинговой деятельности. - Режим доступа - <http://www.hr-portal.ru/>