Дагман Сара Формирование интегрально-маркетинговой модели развития устойчивого туризма

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Дагман Сара

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

1.1. Исследование сущности и содержания категории «устойчивый туризм»

1.2. Роль, специфика, задачи и принципы туристического маркетинга

1.3. Проблемы маркетингового обеспечения устойчивого туризма

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ И РАЗВИТИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА С ПОЗИЦИЙ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА

2.1. Характеристика методов и основных инструментов туристического маркетинга

2.2. Методика маркетинговой оценки устойчивости туризма и перспектив его развития в Белгородской области

2.3. Сегментация рынка туристических услуг: интегральный подход

ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ИНТЕГРАЛЬНО-МАРКЕТИНГОВОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА

3.1. Методический подход к формированию интегральной маркетинговой модели развития устойчивого туризма

3.2. Концептуальные положения и принципы разработки межотраслевого партнёрского проекта по развитию сельского туризма в Белгородской области

3.3. Разработка модульной маркетинговой программы продвижения туризма в

Белгородской области

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ