



Мальська М. П. Управління маркетингом у сфері туризму [текст] підручник. /М. П. Мальська, І.З. Жук - К.: «Центр учбової літератури», 2016.-328 с.

ISBN 978-617-673-470-3

У підручнику розглянуто теоретичні, методологічні та практичні основи управління маркетингом, як дисципліною, наукою й галуззю дослідження. Зокрема, розкрито понятійно-категоріальний апарат, зміст, процес та методологію, а також його місце у системі економічних наук. Розглянуто туризм як сферу послуг, маркетинг як інструмент аналізу сфери туризму, маркетингове планування діяльності підприємств туристичної індустрії, здійснено економічний аналіз у системі маркетингової діяльності туристичних компаній. Висвітлено державне регулювання маркетингової діяльності у сфері туризму.

Підручник пропонується для науковців, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів, а також керівників і фахівців, що займаються питаннями управління маркетингом, для організацій, наукових установ - усіх, кому цікаві питання інтеграції України у світову систему господарювання.