



Маркетинг міжнародного туризму : навчальний посібник / за ред. Ларіної Я. С. – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2018. – 412 с.

ISBN 978-966-916-691-3

У навчальному посібнику розглядаються зміст та особливості міжнародного туризму, основні завдання туристичних компаній, що вийшли за межі національних ринків, використовуючи маркетинг як філософію бізнесу. Висвітлено роль маркетингу у міжнародному туризмі, його принципи, функції та сучасні концепції маркетингу в туризмі, складові міжнародного маркетингового середовища в сфері туристичних послуг, методичні підходи до проведення маркетингових досліджень у міжнародному туризмі, сегментування та вибору зарубіжних ринків. Представлені різні підходи до формування маркетингового комплексу міжнародної туристичної компанії, її маркетингових стратегій, використання можливостей новітніх маркетингових інструментів в освоєнні зарубіжних ринків для споживачів міжнародних туристичних послуг. Розглянуто питання планування, фінансування та організації маркетингу, впровадження сучасних інформаційних технологій як складової маркетингової політики в міжнародному туризмі.

Книга призначена для студентів, аспірантів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів, буде корисна всім, хто цікавиться питаннями маркетингу туристичних послуг.