

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Глава 1. Индустрия туризма в современных условиях: состояние, проблемы и перспективы	
1.1. Индустрия туризма как отрасль национальной экономики	9
1.2. Современный туристский рынок и перспективы его развития	18
1.3. Особенности туристского рынка как рынка услуг	28
1.4. Факторы «наделенности» как основа развития национальной индустрии туризма	45
Контрольные вопросы	59
Глава 2. Управление организацией индустрии туризма путем достижения конкурентных преимуществ на рынке	
2.1. Концепция маркетинга в индустрии туризма и ее связь со стратегиями формирования конкурентных преимуществ организации	60
2.2. Управление брендом организации в составе маркетинговых мероприятий индустрии туризма	79
2.3. Принципы формирования конкурентоспособного бренда в индустрии туризма	90
2.4. Использование брендинга для продвижения туристских услуг и усиления конкурентоспособности организации	98
Контрольные вопросы	108
Глава 3. Развитие новых организационных форм управления в индустрии туризма	
3.1. Глобализация экономики и выбор новых организационных форм управления организациями индустрии туризма	110
3.2. Особенности интеграционных процессов в управлении организациями индустрии туризма	119
Контрольные вопросы	141
Глава 4. Управление персоналом в организациях индустрии туризма как средство достижения конкурентных преимуществ	
4.1. Роль персонала в улучшении качества туристских услуг	142
4.2. Взаимосвязь корпоративной культуры и конкурентоспособности организаций индустрии туризма	149
4.3. Особенности управления персоналом в организациях индустрии туризма разных стран	161
4.4. Формирование международных команд в организациях индустрии туризма	168
Контрольные вопросы	177
Приложение 1	178
Приложение 2	182
Глоссарий	183
Литература	191