

Туризм и гостеприимство



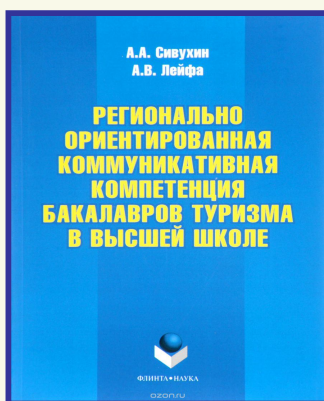
Новые книги

октябрь-ноябрь 2017



Сушинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие для СПО / М. Д. Сушинская ; Санкт-Петербургский государственный экономический университет . - 2-е изд., испр. и доп. - М. : ЮРАЙТ, 2017. - 136 с. - (Профессиональное образование).

Учебное пособие посвящено тенденциям развития культурного туризма. В нем раскрываются основы теории и практики культурного туризма, его роль в развитии дестинации и туризма, обобщены и систематизированы общественные и отраслевые факторы теоретических и методических подходов к управлению культурным туризмом на разных управленческих уровнях и практики их применения. Книга содержит вопросы для размышления и самопроверки, которые способствуют лучшему усвоению материалов пособия.



Сивухин, А. А. Регионально ориентированная коммуникативная компетенция бакалавров туризма в высшей школе : монография / А. А. Сивухин, А. В. Лейфа. - М. : Флинта: Наука, 2017. - 224 с.

В монографии представлены результаты исследования, посвященные обоснованию педагогической модели формирования регионально ориентированной коммуникативной компетенции будущих бакалавров туризма в высшей школе. Выделены и внедрены в учебно-воспитательный процесс педагогические условия формирования регионально ориентированной компетенции будущих бакалавров туризма в высшей школе.



Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для академического бакалавриата: рекомендовано Учебно-методическим отделом высшего образования / С. С. Скобкин. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : ЮРАЙТ, 2017. - 218 с.

В учебнике изложены теоретические основы маркетинга гостиничного предприятия. Рассматриваются важнейшие вопросы дисциплины: туристский продукт, привлечение клиентуры на основе структурного подхода к маркетингу, маркетинг и конкурентоспособность, повышение эффективности продаж. Учебник поможет проанализировать изменения, происходящие на российском и международном рынках гостиничных услуг, приобрести навыки и знания, необходимые для такой оценки, для анализа клиентской базы, досконального и всестороннего изучения компонентов гостиничного продукта и разработки стратегий, нацеленных на обеспечение эффективного результата маркетинга.