

**VIII International Scientific and Practical Conference «DEVELOPMENT OF MODERN
ECONOMY AND MANAGEMENT: PROBLEMS AND PROSPECTS»
Models and mechanisms for the development of the Russian Federation economy under
sanction restrictions**

DOI: 10.18522/1997-2377-2022-126-5-59-61

UDC: 338.48

The role of communication policy in the marketing of Russian national tourism

A. Kamalov, Z. Kaloeva

It is analyzed the features of the management of the communicative policy of the promotion of tourist services, the use of a complex of communications in the field of tourism and hospitality, as well as the organization of measures to stimulate sales and promote the sale of a tourist product.

Keywords: *communication policy, communication complex, tourist product, tourist service, sales promotion, sales promotion*

References

1. Алёшина И.В. Поведение потребителей М.: Фаир-пресс, 2015. 218 с.
2. Ассоциация туроператоров России. - URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html> (дата обращения 25.09.2022).
3. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве. М.: ФиС, 2017. 448 с
4. Бернер Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. СПб.: Питер, 2011. 368 с.
5. Гончарова И.В. Маркетинг туризма. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 224 с.
6. Джанджугазова Е.А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий. М.: Изд-во Юрайт, 2019. 208 с.

***Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Россия
Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова,
г. Владикавказ, Россия***
