

**VIII Международная научно-практическая конференция «РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ  
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»  
МОДЕЛИ И МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В  
УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ**

---

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

УДК: 338.48

**РОЛЬ КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ В МАРКЕТИНГЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА РОССИИ**

***А.В. Камалов, З.Ю. Калоева***

*Анализируются особенности управления коммуникативной политикой продвижения туристских услуг, применения комплекса коммуникаций в сфере туризма и гостеприимства, а также организация мероприятий по стимулированию продаж и стимулированию сбыта туристского продукта.*

**Ключевые слова:** *коммуникативная политика, коммуникативный комплекс, туристский продукт, туристская услуга, стимулирование сбыта, стимулирование продаж*

Литература

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***

---