

Икономически Университет – Варна
Факултет Управление
Катедра „Маркетинг”



МАГИСТЪРСКА ТЕЗА

на тема:

Маркетингова стратегия за развитие на
културно-историческия туризъм в област Русе

Научен ръководител:

гл.ас.д-р Боряна Сербезова

гр. Варна
2020г.

Съдържание

УВОД.....	3 стр.
ГЛАВА ПЪРВА	
Ситуационен анализ.....	6 стр.
1. Определяне на целите.....	6 стр.
2. Анализ на маркетинговата среда.....	9 стр.
2.1. Анализ на макросредата.....	9 стр.
2.1.1. Политически фактори.....	10 стр.
2.1.2. Икономически фактори.....	12 стр.
2.1.3. Социо – културни фактори.....	15 стр.
2.1.4. Технологични фактори.....	19 стр.
2.1.5. Екологични фактори.....	20 стр.
2.2. Анализ на микросредата.....	22 стр.
2.2.1. Доставчици.....	23 стр.
2.2.2. Клиенти.....	24 стр.
2.2.3. Конкуренти.....	26 стр.
3. Анализ на културно – историческия туризъм в областта.....	32 стр.
3.1. Туристико - географско положение.....	32 стр.
3.2. Ресурси на културно – историческия туризъм.....	33 стр.
3.3. Туристическа инфраструктура.....	43 стр.
3.4. Транспортна система.....	44 стр.
4. SWOT анализ на културно – историческия туризъм	46 стр.
ГЛАВА ВТОРА	
Стратегическа рамка за развитие на културно-историческия туризъм в област	
Русе.....	54 стр.
1. Действия на стратегическо ниво.....	54 стр.
1.1. Сегментиране.....	54 стр.
1.2. Избор на целеви пазар.....	59 стр.
1.3. Позициониране и пазарен потенциал.....	61 стр.

1.4.	Маркетингов микс.....	64 стр.
1.4.1.	Продукт.....	64 стр.
1.4.2.	Цена.....	65 стр.
1.4.3.	Промоция.....	66 стр.
1.4.4.	Пласиране.....	67 стр.
2.	Действия на тактическо ниво.....	69 стр.
2.1.	Продукт.....	69 стр.
2.2.	Цена.....	72 стр.
2.3.	Дистрибуция.....	74 стр.
2.4.	Комуникация.....	75 стр.
2.5.	Хора.....	76 стр.
2.6.	Процеси.....	77 стр.
2.7.	Физически фактори.....	78 стр.
3.	Качествена и количествена оценка на стратегията.....	79 стр.
4.	Препоръки.....	80 стр.
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	88 стр.
	БИБЛИОГРАФИЯ.....	89 стр.
	ПРИЛОЖЕНИЯ.....	90 стр.