

14-5659

ДУБЛЕТ

ПРОГРАММА ТЕМПУС IV

М.В. Терских, О.С. Иссерс

СПЕЦИФИКА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ОБЪЕКТОВ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ СИБИРСКОГО РЕГИОНА)

14-05660



Проект финансируется
Европейским Союзом

УДК 659.1 (075.8)
ББК 75.81(2Р5)
Т356

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом ОмГУ

Содержание монографии является предметом ответственности авторов
и не отражает точку зрения Европейского Союза

Рецензенты:

В. П. Завальников – канд. филол. наук,
Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского;
Е. С. Савельева – канд. филол. наук, доцент кафедры русского языка
Военного университета Министерства обороны, Москва

Терских, М. В.

Т356 Специфика позиционирования и продвижения объектов сельского туризма (на примере Сибирского региона) : монография / М. В. Терских, О. С. Иссерс. – Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2013. – 150 с.

ISBN 978-5-7779-1576-4

В монографии освещены теоретические и практические аспекты развития сельского туризма как нового перспективного направления туристской индустрии. На примере Сибирского региона рассмотрена специфика позиционирования и продвижения туристских объектов сельской местности. Авторы посредством реконструкции концепта «Сибирь» выявляют специфику восприятия сибирского региона представителями англоязычного лингвокультурного сообщества, определяют имиджеобразующий потенциал данного концепта при формировании туристической дестинации. Основное внимание в работе уделено когнитивным основам понимания медиатекстов, направленных на позиционирование и продвижение объектов сельского туризма, лингво-семиотическим приемам, обеспечивающим воздействие на потребительскую аудиторию.

Монография адресована преподавателям, студентам, аспирантам, специалистам в области теоретических и практических проблем позиционирования и продвижения объектов сельского туризма.

**УДК 659.1 (075.8)
ББК 75.81(2Р5)**

*Издание осуществлено при финансовой поддержке гранта TEMPUS
№ 159312-TEMPUS-1-2009-1-FR-TEMPUS-JPCR (2009-4936/001-001) – «Разработка
образовательной программы по сельскому туризму»*

ISBN 978-5-7779-1576-4

© Терских М. В., Иссерс О. С., 2013
© ФГБОУ ВПО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Глава 1. Теоретические аспекты позиционирования и продвижения объектов сельского туризма	
1.1. Особенности позиционирования и продвижения туристического продукта.....	6
1.2. Сельский туризм и смежные понятия: агротуризм и экотуризм.....	15
1.3. Модели сельского туризма.....	23
1.4. Типология сельского туризма в России. Основные направления сельского туризма в Омской области.....	29
Глава 2. Имиджевый ресурс Сибирского региона	
2.1. Территориальный имидж как основа туристического брендинга.....	35
2.2. Имидж Сибири в аспекте брендинга туристической дестинации.....	39
2.3. Специфика метафорической объективации концепта <i>Siberia</i>	60
2.4. Интернет-ресурс как инструмент формирования имиджа Сибири как туристической дестинации.....	81
Глава 3. Специфика позиционирования объектов промыслового туризма (на примере охотхозяйства «Бобровская дача»)	
3.1. Охотхозяйство «Бобровская дача» как объект сельского туризма.....	88
3.2. Охотхозяйство «Бобровская дача» в зеркале СМИ (контент-анализ медиаматериалов).....	97
3.3. Коммуникативные стратегии формирования имиджа охотхозяйства «Бобровская дача».....	107
3.4. Продвижение охотхозяйства «Бобровская дача».....	118
Глава 4. Языковые инструменты продвижения объектов сельского туризма	
4.1. «Продающие» тексты: как это делается в сельском туризме.....	124
4.2. «Цены пошли лесом»: метафорическое моделирование представлений о ЦЕНЕ и СКИДКАХ.....	132
4.3. Отзывы туристов как средство позиционирования и продвижения объектов.....	140
Библиография	143