

СЪДЪРЖАНИЕ

Списък на съкращенията	4
ВЪВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА ПЪРВА. БИЗНЕС ТУРИЗЪМ И БИЗНЕС ХОТЕЛИ	9
1.1. Бизнес туризмът като предпоставка за развитие на бизнес хотелите	9
1.2. Дефиниция за "бизнес хотел"	18
1.3. Класифициране на бизнес хотелите	26
1.4. Мястото на бизнес хотелите в съвременните класификационни системи ..	32
ГЛАВА ВТОРА. КОНГРЕСЕН ХОТЕЛИЕРСКИ ПРОДУКТ	43
2.1. Същност и особености на конгресния хотелиерски продукт	43
2.2. Особенности и съвременни изисквания на потребителите на конгресен хотелиерски продукт	50
2.4. Барометър на конгресните събития	62
2.4.1. Актуални изменения на международния пазар на конгресни събития	62
2.4.2. Потенциал за развитие на конгресен хотелиерски продукт в извънстолична дестинация на българската реалност	69
2.4.3. Някои глобални тенденции на пазара на конгресния хотелиерски продукт	77
ГЛАВА ТРЕТА. СЪВРЕМЕННИ ПОДХОДИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНГРЕСЕН ТУРИЗЪМ В ДЕСТИНАЦИИТЕ	88
3.1. Структурни особености на дестинацията	88
3.2. Някои проблеми на публичния и частния сектор в дестинациите	97
3.3. Приложение на клъстерния модел за целите на конгресния туризъм	110
3.3.1. Клъстерът като форма на партньорство в туристическата дестинация	110
3.3.2. Структура и дейност на клъстера за развитие на конгресен туризъм	114
3.4. Други приложими подходи за формиране и развитие на конгресен продукт	118
3.4.1. Консолидация и интегрирано предлагане	118
3.4.2. Дигитален инструментариум	121
3.4.3. Специализирани партньорства	126
3.5. Кадрово обезпечение на конгресния бизнес	131
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	142
ПРИЛОЖЕНИЯ	145
ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА	161