

МАРКЕТИНШКИ ПРИСТУП СПЕЦИФИЧНИМ ОБЛИЦИМА ТУРИЗМА У КОНТЕКСТУ РЕВИТАЛИЗАЦИЈЕ НЕРАЗВИЈЕНИХ ОБЛАСТИ ИСТОЧНЕ СРБИЈЕ

Проф. др Момчило Манић – ванредни проф.¹

Резиме: Циљ рада је да истражи, анализира и реално оцени могућности и прилике маркетиншких и сличних алата и ресурса, како би се евидентирале одређене промене у туристичкој тражњи, са акцентом на неразвијена подручја источне Србије.

Маркетингу је дата круцијална, стратешка улога, посебно у делу истицања актуелних трендова на туристичком тржишту, креирања одрживог и достојног концепта маркетинг микса, изналажења делотворне маркетинг комуникације, брендирања дестинације и др.

Масовни туризам више није „ин“. Људи данашњице, а нарочито млади, све интензивније желе да бораве у еколошки чистој природи, атрактивним, узбудљивим просторима, да доживе аутентичне јаке емоције нових сфера туризма, спремни су на веће трошкове, траже елементе авантуре, узбуђења и др.

Нови трендови анализирају сфере као што су активан одмор, алтернативни, авантуристички туризам, боравак у природи, нови изазови и др. Ставиће се акценат на неразвијене области у Браничевском, Борском, Зајечарском, Нишавском и Пиротском округу.

Кључне речи: Маркетинг, специфични облици туризма, авантуристички туризам, источна Србија.