

Екзаменаційні вимоги з дисципліни

«Маркетинг туризму»

1. Маркетинг. Його сутність та значення у сфері туризму.
2. Основні поняття маркетингу.
3. Елементи комплексу маркетингу туризму.
4. Послуга . Види послуг.
5. Специфіка маркетингу туристичних послуг.
6. Концепція маркетингу.
7. Функції маркетингу та їх суть .
8. Етапи становлення маркетингу.
9. Розвиток теорії і практики маркетингу.
10. Рівні маркетингу в туризмі.
11. Процес управління маркетингом туризму на туристичному підприємстві.
12. Суть і задачі маркетингових досліджень .
13. Дослідження ринку туристичних послуг.
14. Методи дослідження.
15. Дослідження середовища маркетингу туристичного підприємства.
16. Дослідження туристичного продукту.
17. Дослідження конкурентів.
18. Дослідження споживачів туристичних послуг.
19. Система маркетингової інформації в туризмі.
20. Вибір цільового ринку і позиціонування туристичних послуг.
21. Сегментація ринку та її значення.
22. Формування маркетингової стратегії .
23. Розробка програми маркетингу.
24. Суть стратегічного маркетингового планування.
25. Маркетингова товарна політика.
26. Конкурентоспроможність туристичних послуг.
27. Управління асортиментом туристичних послуг.
28. Маркетингова цінова політика.
29. Фактори ціноутворення.
30. Методи ціноутворення.
31. Ціноутворення на послуги візного та виїзного туризму.
32. Маркетингові комунікації та їх значення.
33. Елементи комплексу комунікацій.
34. Маркетингова стратегія комунікацій в туризмі.
35. Аналіз результатів комунікаційної стратегії.
36. Реклама та її значення.
37. Види реклами та їх характеристика.
38. Технологія реклами.
39. Бюджет реклами.
40. Прийняття рішення про рекламну компанію.
41. Прийняття рішення про рекламне звернення.
42. Оцінка ефективності реклами.
43. Засоби поширення туристичної реклами та їх характеристика.

44. Пропаганда в комплексі маркетингових комунікацій.
45. Стимулювання збуту як засіб впливу на ринок.
46. Методи стимулювання збуту.
47. Аналіз результатів стимулювання збуту.
48. Виставки і ярмарки в туристичному маркетинзі.
49. Міжнародний маркетинг в сфері туризму.
50. Аналіз ефективності маркетингової діяльності.
51. Система маркетингової інформації туристичного підприємства .
52. Види та джерела маркетингової інформації.
53. Просування туристичних послуг на ринку.
54. Спонсорська діяльність
55. Планування маркетингу туристичної діяльності.
56. Організаційні структури управління маркетинговою діяльністю.
57. Моделі організаційних структур маркетингу.
58. Система маркетингового контролю на туристичному підприємстві.
- 1.