

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 1**

1. Сутність та значення маркетингової політики розподілення у діяльності туристичного підприємства
2. Маркетингові рішення відносно вибору каналів розподілення в діяльності туристичних підприємств
3. Канали збуту туристичного продукту

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетинг**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 2**

1. Сутність маркетингової політики комунікацій в діяльності туристичних підприємств
2. Система маркетингових комунікацій та основні її засоби в діяльності туристичних підприємств
3. Формування маркетингової стратегії туристичного підприємства

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 3**

1. Стратегічне планування ринкової діяльності туристичних підприємств
2. Процес просування туристичних послуг
3. Основні та синтетичні маркетингові комунікації в діяльності туристичних підприємств

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 4**

1. Мета та основні завдання системи просування туристичних послуг
2. Основні стадії процесу просування туристичних послуг
3. Сутність маркетингової політики комунікацій в діяльності туристичних підприємств

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 5**

1. Процес маркетингового стратегічного планування туристичних підприємств
2. Організаційна структура управління маркетингом в діяльності туристичних підприємств
3. Основні завдання та функції підрозділів служби маркетингу в діяльності туристичних підприємств

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 6**

1. Мета та основні завдання системи просування туристичних послуг
2. Сутність та складові цінової політики туристичних підприємств
3. Ціноутворення на різних типах ринків і різних етапах життєвого циклу туристичного продукту

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 7**

1. Основні аспекти управління каналами розподілу в туристичних підприємствах.
2. Посередницька діяльність в каналах розподілу: сутність, завдання та принципи.
3. Ціноутворення на різних типах ринків і різних етапах життєвого циклу туристичного продукту

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 8**

1. Процес маркетингового стратегічного планування туристичних підприємств
2. Організаційна структура управління маркетингом в діяльності туристичних підприємств
3. Основні завдання та функції підрозділів служби маркетингу в діяльності туристичних підприємств

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко



**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 9**

1. Аналіз маркетингового середовища підприємства.
2. Оцінка впливу факторів макросередовища при формуванні маркетингової стратегії підприємства.
3. Оцінка факторів мікросередовища в процесі розробки маркетингової стратегії підприємства.

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 10**

- 1.Формування маркетингової стратегії туристичного підприємства.
- 2.Оцінка впливу факторів макросередовища при формуванні маркетингової стратегії підприємства.
- 3.Стратегічне маркетингове планування на туристичному підприємстві.

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 11**

1. Аналіз маркетингового середовища підприємства.
2. Оцінка впливу факторів макросередовища при формуванні маркетингової стратегії підприємства.
3. Оцінка факторів мікросередовища в процесі розробки маркетингової стратегії підприємства.

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 12**

- 1.Формування маркетингових конкурентних стратегій туристичного підприємства.
- 2.Управління маркетинговими стратегіями збуту туристичних послуг
- 3.Формування маркетингової цінової політики туристичного підприємства.

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 13**

- 1.Формування маркетингової цінової політики туристичного підприємства.
- 2.Маркетингові стратегії виходу туристичного підприємства на нові ринки.
- 3.Формування маркетингових конкурентних стратегій туристичного підприємства.

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 14**

- 1.Організаційна побудова служби маркетингу туристичного підприємства: ознаки побудови та схеми управління.
- 2.Внутрішнє середовище маркетингової діяльності на туристичному підприємстві.
- 3.Зовнішнє середовище маркетингової діяльності туристичного підприємства.

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 15**

- 1.Зовнішнє середовище маркетингової діяльності туристичного підприємства.
- 2.Маркетингові стратегії виходу туристичного підприємства на нові ринки.
- 3.Формування маркетингових конкурентних стратегій туристичного підприємства.

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 16**

1. Аналіз маркетингового середовища туристичного підприємства.
2. Оцінка впливу факторів макросередовища при формуванні маркетингової стратегії туристичного підприємства.
3. Оцінка факторів мікросередовища в процесі розробки маркетингової стратегії туристичного підприємства.

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко



**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 17**

- 1.Зовнішнє середовище маркетингової діяльності туристичного підприємства.
- 2.Маркетингові стратегії виходу туристичного підприємства на нові ринки.
- 3.Формування маркетингових конкурентних стратегій туристичного підприємства.

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 18**

- 1.Зовнішнє середовище маркетингової діяльності туристичного підприємства.
- 2.Маркетингові стратегії виходу туристичного підприємства на нові ринки.
- 3.Формування маркетингових конкурентних стратегій туристичного підприємства.

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 19**

1. Організаційна побудова служби маркетингу туристичного підприємства: ознаки побудови та схеми управління.
2. Внутрішнє середовище маркетингової діяльності на туристичному підприємстві.
3. Зовнішнє середовище маркетингової діяльності туристичного підприємства.

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 20**

1. Організаційна побудова служби маркетингу туристичного підприємства: ознаки побудови та схеми управління.
2. Внутрішнє середовище маркетингової діяльності на туристичному підприємстві.
3. Зовнішнє середовище маркетингової діяльності туристичного підприємства.

протокол № \_\_\_\_  
від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
„ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”  
Кафедра маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2  
з навчальної дисципліни  
“Маркетинг ”  
для студентів напряму підготовки  
6.140103 «Туризм»**

**Варіант 21**

1. Основні аспекти управління каналами розподілу в туристичних підприємствах.
2. Посередницька діяльність в каналах розподілу: сутність, завдання та принципи.
3. Ціноутворення на різних типах ринків і різних етапах життєвого циклу туристичного продукту

протокол № \_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ р.

Провідний викладач,  
доцент кафедри к.е.н.

\_\_\_\_\_ В.М. Бондаренко

