

Навчальні завдання для практичних занять

Модуль 1: Основні концептуальні положення маркетингу

Тема 1. Сутність основних понять маркетингу та розвиток його концепції

Перелік основних завдань:

1. Маркетинг як економічний процес та господарська функція, його основні поняття.
2. Концепції маркетингу та їх еволюція
3. Комплекс маркетингу
4. Основні економічні категорії маркетингу.
5. Види маркетингу.

Практичне завдання

Поясніть як маркетинг як економічний процес та господарська функція впливає на діяльність туристичних підприємств.

Питання для самостійного вивчення:

1. Що таке маркетинг? У чому сутність маркетингу як філософії бізнесу? На яких принципах базується?
2. У чому сутність основних маркетингових функцій?
3. Які елементи становлять комплекс маркетингу?
4. Чим відрізняється концепція маркетингу та соціально-етичного маркетингу від інших підходів до організації маркетингової діяльності?
5. Які основні фактори макро- та мікросередовища впливають на діяльність туристичної фірми?
6. У чому полягає відмінність промислового маркетингу від споживчого? Як особливості туристичних послуг позначаються на особливостях маркетингу послуг?

Література: основна [1, 2, 3]; додаткова [2, 6, 8, 9, 16].

Тема 2. Маркетинг як відкрита мобільна система

Перелік основних завдань:

1. Соціально-економічна сутність маркетингу.
2. Функції маркетингу як основні види його в діяльності туристичних підприємств.
3. Маркетингове середовище туристичного підприємства

Питання для дискусії:

1. Охарактеризуйте підходи до реалізації досліджень конкурентів туристичних підприємств.
2. Як проводять дослідження конкурентного середовища туристичні підприємства?
3. Як здійснюють маркетинговий аналіз умов конкуренції в туризмі?

Питання для самостійного вивчення

1. Визначення особливостей й складових маркетингового макро- і мікросередовища туристичного підприємства;
2. Ознайомлення з методами проведення аналізу маркетингового середовища туристичного підприємства;
3. Визначення особливостей проведення маркетингової політики залежно від типу ринку, на якому працює туристичне підприємство.

Практичне завдання

Визначте особливості проведення маркетингової політики залежно від типу ринку, на якому працює туристичне підприємство;

Література: основна [1, 2, 4]; додаткова [6, 8, 9, 10].

Тема 3. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень

Перелік основних завдань:

1. Сутність і зміст маркетингових досліджень в діяльності туристичного підприємства
2. Поняття та класифікація маркетингової інформації в діяльності туристичного підприємства
3. Методи збирання первинної інформації
4. Прогнозування розвитку ринку та його методики в діяльності туристичних підприємств.

Питання для дискусії:

1. Як проводять дослідження конкурентного середовища туристичного підприємства?
3. Як здійснюють маркетинговий аналіз умов конкуренції в туризмі?
4. Як здійснюють аналіз конкурентних стратегій на ринку туристичних підприємств?

5. Яка інформація необхідна для аналізу діяльності конкурентів туристичного підприємства?

Практичне завдання

Охарактеризуйте підходи до реалізації досліджень конкурентів туристичних підприємств.

Література: основна [1, 2, 3]; додаткова [6, 8, 9, 10].

Тема 4. Поняття та класифікація маркетингової інформації

Перелік основних завдань:

1. Методологічні основи дослідження поведінки споживачів у сфері туристичних послуг.
2. Процес прийняття рішення про користування туристичними послугами.
3. Сегментація ринку та вибір цільових сегментів у сфері туристичних послуг

Питання для самостійного вивчення

1. Маркетингові дослідження туристичних підприємств.
2. Аналіз і прогнозування попиту туристичних підприємств.

Практичне завдання

Обґрунтуйте необхідність застосування маркетингових досліджень в діяльності туристичних підприємств.

МОДУЛЬ 2

Маркетинговий інструментарій підприємства Тема 5. Товарна політика в системі маркетингу

Перелік основних завдань:

1. Сутність і загальні поняття про товарну політику в діяльності туристичних підприємств.
3. Життєвий цикл турпродукту.
4. Політика формування товарного асортименту.

Питання для самостійного вивчення

1. У чому сутність і мета товарної політики?
2. Яка основна ідея оцінки якості та конкурентоспроможності туристичної продукції?
3. У чому сутність концепції життєвого циклу товару та маркетингової стратегії на різних етапах життєвого циклу товару?

4. Які основні стратегії може застосувати у своїй діяльності туристична фірма? У чому полягає їхня сутність?

Практичне завдання

Висвітліть сутність управління маркетингом в туризмі та охарактеризуйте фази маркетингового управління туристичних фірм.

Література: основна [1, 2, 3]; додаткова [10, 13, 14].

Тема 6. Цінова політика в системі маркетингу

Перелік основних завдань:

1. Сутність та складові цінової політики туристичних підприємств.
2. Ціноутворення на різних типах ринків і на різних етапах життєвого циклу
3. Зовнішні чинники процесу ціноутворення в діяльності туристичних підприємств
4. Еластичність цін. Еластичність попиту. Вибір методу ціноутворення в діяльності туристичних підприємств

Питання для самостійного вивчення

1. Які фактори слід врахувати при визначенні ціни?
2. Які варіанти коригування преїскурантних цін в діяльності туристичних підприємств і за яких умов вони можуть бути застосовані ?
3. В яких ситуаціях туристичному підприємству варто змінювати ціни на послуги? Яка тактика може бути використана при цьому?
4. Як слід реагувати туристичному підприємству на зміну цін конкурентами?

Практичне завдання

Назвіть типові ситуації, в яких приймаються рішення з цін, і які підходи до ціноутворення можуть бути при цьому використані в діяльності туристичних підприємств.

Література: основна [1, 2, 4]; додаткова [2, 4, 9, 10, 12]

Тема 7. Політика розподілення в системі маркетингу

Перелік основних завдань:

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

Практичне завдання

Поясніть проблему формування маркетингової стратегії, розробіть комплекс маркетингових заходів по формуванню комунікаційної стратегії туристичної фірми.

Література: основна [1, 4]; додаткова [2, 4, 9, 10, 12].

Тема 8. Комунікаційна політика в системі маркетингу

Перелік основних завдань:

1. Сутність маркетингової політики комунікацій в діяльності туристичних підприємств
2. Система маркетингових комунікацій та основні її засоби в діяльності туристичних підприємств.
3. Основні та синтетичні маркетингові комунікації в діяльності туристичних підприємств.

Питання для самостійного вивчення

1. Мета та основні завдання системи просування туристичних послуг.
2. Основні стадії процесу просування туристичних послуг.
3. Реклама. Її види та носії.

Практичне завдання

Поясніть сутність сегментації ринку туристичних послуг, проведіть сегментацію туристичного ринку України.

Поясніть основні стадії процесу просування туристичних послуг.

Література: основна [1, 2, 4]; додаткова [3, 5, 6, 9, 10, 11, 13, 14].

Тема 9. Стратегії маркетингу підприємства

1. Стратегічне планування ринкової діяльності туристичних підприємств
2. Процес маркетингового стратегічного планування туристичних підприємств
3. Стратегії маркетингу підприємства

Питання для самостійного вивчення

1. Основні завдання стратегічного планування туристичних послуг.
2. Основні стадії процесу просування туристичних послуг.
3. Реклама. Її види та носії в діяльності туристичних підприємств

Практичне завдання

Яку рекламу застосовують в діяльності туристичних підприємств?

Література: основна [1, 2, 4]; додаткова [3, 5, 6, 9, 10, 11, 13, 14].

Тема 10. Організація та контроль маркетингової діяльності

1. Організаційна структура управління маркетингом в діяльності туристичних підприємств
2. Організаційна структура служби маркетингу туристичних підприємств
3. Основні завдання та функції підрозділів служби маркетингу в діяльності туристичних підприємств
4. План маркетингу та контроль за його виконанням в діяльності туристичних підприємств.

Практичне завдання

Складіть організаційну структуру управління маркетингом в діяльності туристичного підприємства.

Назвіть та опишіть основні завдання та функції підрозділів служби маркетингу в діяльності туристичних підприємств

Література: основна [1, 2, 4]; додаткова [3, 5, 6, 9, 10, 11, 13, 14].