

## **ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ТА МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ЇХ ВИКОНАННЯ**

Обов'язковим елементом успішного засвоєння навчального матеріалу дисципліни «Маркетинг у туризмі» є самостійна робота студентів з спеціальною літературою з питань маркетингу взагалі і маркетингу в галузі туризму. Самостійна робота є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від нормованих навчальних занять, тобто лекційних і практичних занять (аудиторної роботи).

Основні види самостійної роботи, на які повинні звертати увагу студенти:

- вивчення лекційного матеріалу;
- робота з законодавчими, нормативними матеріалами;
- робота з опрацювання і вивчення рекомендованої літератури;
- підготовка до практичних занять;
- підготовка до дискусій та інших пропонованих викладачем завдань;
- робота над рефератом;
- робота над індивідуальним науково-дослідним завданням самоперевірка студентом власних знань за питаннями для самодіагностики;
- підготовка до проміжного і підсумкового контролю.

### **Методичні рекомендації до виконання індивідуальних завдань**

1. Основним видом індивідуального завдання з дисципліни «Маркетинг у туризмі» є реферат, обов'язковий для виконання кожним студентом.
2. Виконання цього завдання потребує поглибленого вивчення обраної теми на основі відповідних літературних джерел та довідкової інформації.
3. Обсяг реферату становить 12–15 аркушів (А4). Шрифт Times New Roman, інтервал – 1,5.
4. Реферат повинен мати такі структурні компоненти: титульний лист, зміст, вступ, основний текст, список літературних джерел.
5. Тема реферату узгоджується з викладачем.
6. Публічний захист рефератів здійснюється під час практичних занять або в час, відведений для індивідуально-консультативної роботи.

### **Питання для самостійного опрацювання:**

#### ***Модуль 1 «ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ»***

#### **Тема 1. «Теоретичні засади маркетингу»**

1. Сутність та зміст маркетингу в туризмі
2. Становлення та розвиток туристичного маркетингу

3. Функції маркетингу в туризмі
4. Основні умови та принципи застосування маркетингу в туризмі

#### **Теми рефератів:**

1. Соціально-економічна сутність маркетингу.
2. Специфіка маркетингу послуг.
3. Сутність і зміст маркетингу в туризмі.
4. Розвиток теорії і практики маркетингу.
5. Рівні і координація маркетингу в туризмі.
6. Маркетинг туризму на національному рівні.
7. Туристське підприємство – основна ланка реалізації концепції маркетингу.
8. Сучасні тенденції розвитку маркетингу туристських підприємств.
9. Основні умови застосування і принципи маркетингу в туризмі.
10. Технологія реалізації концепції маркетингу на туристському підприємстві.
11. Сутність і завдання маркетингових досліджень.
12. Методичні основи маркетингових досліджень.
13. Правила і процедури маркетингових досліджень.
14. Форми організації маркетингових досліджень.
15. Напрямки маркетингових досліджень.
16. Система внутрішньої маркетингової інформації.
17. Система зовнішньої маркетингової інформації.
18. Система збору первинної маркетингової інформації.
19. Експертні оцінки як джерело маркетингової інформації.
20. Метод фокус-групи в маркетингових дослідженнях.
21. Система аналізу маркетингової інформації.

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

#### **Тема 2 «Особливості та перспективи розвитку маркетингу в туризмі»**

1. Сучасний туризм та туристична індустрія та їх роль в світовій економіці
2. Основні категорії та поняття маркетингу у туризмі.
3. Маркетингові стратегії в туризмі.
4. Принципи туристичного маркетингу.
5. Організація маркетингової діяльності туристичних фірм.
6. Контроль маркетингової діяльності.

#### **Теми рефератів:**

1. Автоматизовані маркетингові інформаційні системи.
2. Інтернет і його технічна характеристика.
4. Електронна комерція.

5. Бронювання і продаж туристського продукту в режимі он-лайн.

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

### **Тема 3 «Технологія маркетингових досліджень в туризмі»**

1. Цілі та види маркетингових досліджень в туризмі.
2. Маркетингова туристична інформація.
3. Маркетингові дослідження та методики отримання маркетингової туристичної інформації

#### **Теми рефератів:**

1. Аналіз конкурентних стратегій на ринку.
2. Виявлення переваг і недоліків у діяльності конкурентів.
3. Стратегії туристської компанії – лідера.
4. Стратегії туристської компанії – послідовника.
5. Стратегії туристської компанії – претендента.
6. Стратегії туристських компаній, які обслуговують ринкову нішу.
7. Конкурентне середовище туристського підприємства.
8. Елементи аналізу конкурентів.
9. Побудова конкурентної карти ринку.

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

### **Тема 4 «Маркетингові дослідження в туристичних підприємствах і організаціях»**

1. Суть, типи і напрями маркетингових досліджень в туризмі.
2. Етапи маркетингових досліджень.
3. Форми організації маркетингових досліджень в туризмі.
4. Маркетингова інформація та її види.
5. Методи збору маркетингової інформації.
6. Система аналізу маркетингової інформації.
7. Дослідження маркетингового середовища туристичних підприємств.
8. Маркетингові дослідження ринку туристичних послуг.
9. Маркетингові дослідження конкурентів.

#### **Теми рефератів:**

1. Орієнтація на споживача – основний принцип маркетингу.
2. Фактори, що впливають на споживачів туристських послуг.
3. Мотиви поведінки споживачів.
4. Характеристика процесу прийняття рішення про придбання туристських послуг.

5. Оцінка рівня задоволення – незадоволення споживачів.

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

## **Модуль 2 «ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ»**

### **Тема 5. «Маркетингова продуктова політика туристичного підприємства»**

1. Основні напрямки та етапи формування продуктової політики туристичного підприємства.
2. Аналіз туристичного продукту.
3. Поняття якості туристичного продукту з точки зору маркетингу.
4. Маркетингова оцінка якості туристичного продукту

#### **Теми рефератів:**

1. Структура туристського продукту.
2. Життєвий цикл туристського продукту.
3. Формування продуктової стратегії.
4. Оптимізація структури продуктів, що пропонують.
5. Нові продукти в маркетинговій діяльності.
6. Основні етапи розробки продукту - новинки.
7. Впровадження нового туристського продукту на ринок.
8. Формування збутової стратегії.
9. Канали збуту туристського продукту.
10. Вибір посередників і визначення вигідної форми роботи з ними.

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

### **Тема 6. «Маркетингова цінова політика туристичного підприємства»**

1. Сутність, цілі і завдання цінової політики туристичного підприємства.
2. Характеристика основних етапів розробки цінової політики.
3. Методи ціноутворення, що використовують і туризмі.

#### **Теми рефератів:**

1. Сегментація як засіб вибору найбільш перспективного цільового ринку.
2. Ознаки сегментації.
3. Сегментація туристського ринку за декількома ознаками.
4. Вибір цільового ринку.

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

## **Тема 7. «Маркетингова політика збуту туристичного продукту»**

1. Зміст та особливості маркетингової політики збуту туристичного продукту.
2. Основні етапи розробки збутової політики.
3. Посередницька діяльність та функції посередників в сфері туризму.
4. Туристичні мережі та їх маркетингова збутова політика

### **Теми рефератів:**

1. Ключові чинники успіху диференціації турпродукту.
2. Аналіз диференційованого турпродукту.
3. Суб'єктивне й об'єктивне позиціонування.
4. Перспективні напрямки позиціонування.
5. Помилкові способи позиціонування.

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

## **Тема 8. «Політика маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій»**

1. Комплекс маркетингових комунікацій туристичного підприємства.
2. Персональний продаж в комплексі маркетингових комунікацій туристичного підприємства.
3. Стимулювання збуту в комплексі маркетингових комунікацій туристичного підприємства і організацій
4. Робота з громадкістю в комплексі маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій

### **Теми рефератів:**

1. Сутність маркетингових комунікацій.
2. Цільові аудиторії комунікацій.
3. Елементи комплексу комунікацій.
4. Розробка комунікаційної стратегії.
5. Визначення адресату і цілей комунікацій.
6. Вибір структури комплексу комунікацій.
7. Розробка бюджету й аналіз результатів комунікаційної стратегії.
8. Особистий продаж у маркетингу туристського підприємства.
9. Процес особистого продажу.
10. Прийом клієнта і встановлення контакту.
11. Виявлення потреб клієнта.
12. Представлення продукту.
13. Подолання можливих незгод.

14. Здійснення продажу і наступний контакт з клієнтом.
15. Стимулювання збуту як засіб впливу на ринок.
16. Розробка програми стимулювання збуту.
17. Тестування, реалізація програми і аналіз результатів стимулювання збуту.
18. Сутність і цілі туристської пропаганди.
19. Напрямки туристської пропаганди.
20. Особливості реклами в галузі туризму.
21. Види туристської реклами.
22. Характеристика сучасного рекламного процесу.
23. Рекламні кампанії.
24. Основні етапи здійснення рекламної діяльності.
25. Рекламні дослідження.
26. Визначення цілей реклами.
27. Прийняття рішень про рекламу.
28. Вибір засобів розповсюдження реклами.
29. Розробка рекламного бюджету.
30. Оцінка ефективності рекламної діяльності.
31. Реклама в пресі.
32. Друкована реклама.
33. Аудіовізуальна реклама.
34. Радіо- і телереклама.
35. Рекламні сувеніри.
36. Пряма поштова реклама.
37. Зовнішня реклама.
38. Реклама в Інтернеті.
39. Характеристика виставкових заходів.
40. Процес участі туристської фірми в роботі виставки.
41. Оформлення виставкового стенду.
42. Робота персоналу туристської фірми під час виставки.

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