

Питання до заліку.

1. Суть і зміст маркетингу в туризмі
2. Основні функції туристичного маркетингу.
3. Сучасні тенденції в туристичній сфері.
4. Основні світові етапи становлення теорії та практики маркетингу в сфері послуг.
5. Міжнародний туристичний ринок
6. Суб'єкти та об'єкти туристичного ринку.
7. Класифікація туризму.
8. Провідні туристичні райони світу.
9. Складові інфраструктури туристичного ринку.
10. Суть, особливості та види маркетингових досліджень у сфері туризму.
11. Напрями маркетингових досліджень.
12. Форми організації маркетингових досліджень у сфері туризму.
13. Зовнішня та внутрішня маркетингова інформація.
14. Методи збору первинної маркетингової інформації.
15. Вибір джерел маркетингової інформації.
16. Особливості збору маркетингової інформації у сфері туризму.
17. Аналіз та представлення отриманої інформації.
18. Сегментація туристичного ринку за критеріями і ознаками.
19. Маркетингові дослідження споживчих переваг.
20. Позичування товару на ринку.
21. Маркетинговий комплекс для туристичних підприємств
22. Формування продуктової стратегії для підприємств туристичного бізнесу.
23. Концепція життєвого циклу.
24. Ціноутворення в комплексі маркетингу.
25. Канали розподілу турпродукту і їх характеристика.
26. Внутрішня і зовнішня збутова мережа.
27. . Способи підтримки і стимулювання діяльності партнерів по збуту.
28. Комплекс маркетингових комунікацій у туризмі
29. Рекламна діяльність в системі маркетингу.
30. Реклама як інструмент і складова частина маркетингу.
31. Правове регулювання рекламної діяльності.
32. Основні складові комплексу маркетингових комунікацій у туризм
33. Основні етапи розвитку рекламного ринку в Україні.
34. Структура витрат за видами маркетингових комунікацій на ринку туристичних послуг України
35. Особливості реклами в туризмі: сучасна реклама та її завдання у сфері туристичних послуг.
36. Класифікація реклами: основні типи та види.
37. Брендинг як інструмент маркетингових комунікацій в туризмі
38. Алгоритм розробки бренду.
39. Сутність процесу позиціонування бренду.
40. Основні напрями брендингу територій: туризм, інвестиційна привабливість, місце походження, місце проживання.