

План семинарских занятий по учебной дисциплине «Маркетинг туризма»

Семинарское занятие № 1 Тема «Социальные основы маркетинга»	
1. Определения понятий: нужда, потребность, запросы, маркетинговое предложение, товар, услуга, впечатления, обмен, сделка и отношения	Дайте определения основным категориям маркетинга - нужда, потребность, запросы, маркетинговое предложение, товар, рынок, услуга, впечатления, обмен, сделка и отношения
2. Краткая характеристика основных принципов маркетинга	Раскройте значение основных принципов маркетинга и связь маркетинга с экономической деятельностью организации.
3. Краткая характеристика основных видов маркетинга	Раскройте содержание основных видов маркетинга: маркетинг организаций, маркетинг отдельных лиц, маркетинг мест, маркетинг идей
Литература:	
<p>1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.</p> <p>2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.</p> <p>3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.</p> <p>4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.</p> <p>5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.</p>	

Семинарское занятие № 2 Тема «Маркетинг как управленческая технология»	
1. Определения понятий: «маркетинговая среда организации», «микросреда», «макросреда»	Дайте определения понятий «маркетинговая среда организации», «микросреда», «макросреда»
2. Краткая характеристика основных факторов микросреды функционирования организаций	Раскройте значение основных факторов микросреды функционирования организаций: организация, поставщики, клиентура, конкуренты, контактные аудитории
3. Краткая характеристика основных факторов макросреды функционирования организаций	Раскройте влияние основных факторов макросреды функционирования организаций: демографическая среда, экономическая среда, природная среда, научно-техническая среда, политическая среда, культурная среда.
Литература:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с. 2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с. 3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с. 4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с. 5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с. 	

Семинарское занятие № 3
Тема «Потребитель как субъект маркетинга»

1. Потребители товаров и услуг, их характеристика. Потребители конечного продукта, организации как потребители товаров и услуг	Охарактеризуйте категории потребителей в маркетинге. Опишите особенности поведения спортивных организаций как потребителей на рынке
2. Факторы, влияющие на поведение людей как покупателей и потребителей	Опишите факторы, влияющих на поведение потребителей на рынке
3. Процесс принятия решения о покупке. Характеристика этапов процесса принятия решения о покупке	Раскройте содержание этапов процесса принятия решения при покупке

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 4
Тема «Товар как объект маркетинга»

1. Классификация товара	Дайте определения понятий «товар», «продукт», «качество». Раскройте подходы к классификации товаров, значение классификации при разработке рыночной стратегии
2. Потребительские товары	Раскройте сущность основных признаков классификации потребительских товаров, особенности классификации по характеру поведения потребителя. Сделайте анализ уровней представления товара
3. Товары промышленного назначения	Раскройте сущность основных признаков классификации товаров промышленного назначения

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 5
Тема «Маркетинг услуг»

1. Маркетинг услуг и его специфика	Раскройте сущность типологии услуг и основных подходов классификации. Сделайте анализ услуг индустрии гостеприимства
2. Общее определение понятия «услуга»	Проанализируйте природу и основные характеристики туристических услуг. Сделайте сравнительный анализ бренда и торговой марки в сфере услуг
1. Требования к туристическим услугам	Сделайте сравнительный анализ видов сервиса. Обоснуйте необходимость соблюдения принципов качества туристических услуг: безопасность и экологичность, точность и своевременность, эстетичность и зрелищность, информативность и адресность туристических услуг

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 6
Тема «Маркетинг услуг»

1. Типология и характеристика услуг	Сделайте анализ типологии услуг индустрии гостеприимства. Проанализируйте сущность основных принципов современного сервиса
2. Услуги индустрии гостеприимства	Раскройте сущность сервисного комплекса, обозначьте факторы, влияющие на качество услуги. Сделайте сравнительный анализ бренда и торговой марки в сфере услуг
3. Природа и основные характеристики туристических услуг	Обоснуйте необходимость соблюдения принципов качественного сервиса в индустрии туризма

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 7
Тема «Рынок как среда маркетинга»

1. Основные направления изучения рынка. Показатели анализа рынка.	Раскройте содержание понятия «рынок». Проанализируйте классификацию рынков
1. Виды маркетинга: массовый маркетинг, товарно-дифференцированный маркетинг, целевой маркетинг.	Проанализируйте виды стратегий маркетинга: массовый, дифференцированный, целевой
2. Понятие конкурентоспособность в маркетинговой деятельности Конкурентные преимущества	Опишите основные направления изучения рынка, показатели анализа рынка Раскройте понятие «конкурентоспособность» в маркетинговой деятельности
2. Параметры конкурентоспособности	Проанализируйте основные подходы к определению конкурентоспособности товара или услуги

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 8
Тема «Каналы распределения и ценообразование»

Уровни каналов распределения.	Опишите структуру канала распределения Раскройте сущность уровней каналов распределения
Формы распределения и их характеристика.	Дайте сравнительную характеристику форм распределения, особенности и преимущества
Основные этапы ценообразования.	Раскройте содержание этапов процесса ценообразования
Стратегии рыночного ценообразования	Проанализируйте применяемые стратегии рыночного ценообразования

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 9
Тема «Средства продвижения товаров и услуг»

Виды продвижения: основные и дополнительные	Дайте характеристику существующим видам продвижения товаров и услуг, в системе маркетинговых коммуникаций
Цели и задачи продвижения	Раскройте значение продвижения в общем комплексе маркетинга Дайте сравнительную характеристику целей рекламы и мероприятий по стимулированию сбыта
Структура продвижения	Опишите структуру продвижения, основные приемы и подходы

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 10
Тема «Процесс создания новой туристической услуги»

1. Уровни представления туристической услуги	Раскройте содержание уровней представления туристической услуги
2. Рыночная атрибутика туристических услуг. Бренды в туризме.	Охарактеризуйте значение рыночной атрибутики туристических услуг.
3. Жизненный цикл товара с точки зрения маркетинга.	Раскройте содержание концепции жизненного цикла товара (услуги). Сделайте сравнительный анализ разных видов ЖЦТ
4. Фазы ЖЦТ и их характеристики Изменение принципиальных характеристик при прохождении услуги через фазы ЖЦТ	Проанализируйте этапы жизненного цикла товара. Сопоставьте изменение прибыли с изменением объема продаж
5. Маркетинговая тактика на разных фазах ЖЦТ	Раскройте содержание мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта на каждом этапе ЖЦТ Расскажите об особенностях формирования спроса на услуги ФКиС.

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 11

Тема «Сегментирование рынка туристических товаров и услуг»

<p>1. Выбор стратегии охвата рынка. Факторы, определяющие охват рынка.</p>	<p>Проанализируйте факторы, определяющие выбор стратегий маркетинга: массовый, дифференцированный, целевой.</p>
<p>2. Этапы позиционирования. Понятия конъюнктуры и емкости рынка туристических услуг.</p>	<p>Проведите анализ маркетинговых возможностей целевого сегмента. Разработайте концепцию позиционирования конкретной туристической услуги</p>
<p>3. Особенности анализа рынка туристических товаров и услуг</p>	<p>Выделите сегменты рынка на примере рынка услуг физической культуры и спорта. Дайте обоснование применённых критериев сегментирования рынка для конкретной физкультурно-оздоровительной или спортивной услуги</p>

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 12
Тема «Потребители туристических товаров и услуг»

<p>1. Процесс принятия решения о покупке. Характеристика этапов процесса принятия решения о покупке.</p>	<p>Дайте описание этапов процесса принятия решений при покупке. Приведите пример процесса принятия решения о приобретении туристической услуги</p>
<p>2. Типы поведения потребителей</p>	<p>Опишите факторы, влияющих на поведение потребителей туристических услуг. Постройте модель поведения потребителя конкретной туристической услуги</p>
<p>3. Категории потребителей</p>	<p>Охарактеризуйте категории потребителей в маркетинге. Опишите особенности поведения туристических организаций как потребителей на рынке</p>

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 13
Тема «Создание конкурентных преимуществ»

1. Факторы, определяющие привлекательность рынка	Дайте характеристику принципам определения конкурентных преимуществ
2. Потенциальные конкурентные угрозы	Выделите доминирующие факторы, влияющие на создание конкурентных преимуществ на туристическом рынке
3. Стратегии лидеров рынка, стратегии претендентов на лидерство, стратегии последователей	Охарактеризуйте основные стратегии на рынке туристических услуг. Сделайте анализ стратегических возможностей туристического рынка Республики Беларусь

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 14
Тема «Методы, подходы и стратегии ценообразования»

1. Ценовая эластичность спроса	Сделайте анализ эластичности спроса на туристические услуги
2. Влияние экономической среды на ценообразование	Дайте оценку применения политики дискриминационных цен на рынке туристических товаров и услуг
3. Стратегия определения цены пакета. Планирование изменения цен	Приведите примеры возможной реакции потребителей на дискриминационные цены Сделайте анализ ситуации применения психологических цен на туристическом рынке
4. Реакции покупателей на изменение цен. Реакции конкурентов на изменение цен	Приведите примеры возможной реакции потребителей на психологические цены

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 15
Тема «Каналы дистрибуции в туризме»

<p>1. Организация канала дистрибуции. Прямой маркетинг. Франчайзинг как метод ведения бизнеса.</p>	<p>Сделайте сравнительный анализ подходов к организации канала дистрибуции. Приведите примеры франчайзинга в туризме</p>
<p>2. Сложные многоуровневые системы дистрибуции. Проблемы канала дистрибуции.</p>	<p>Приведите примеры традиционной маркетинговой системы, вертикальной маркетинговой системы, горизонтальной маркетинговой системы в индустрии туризма</p>
<p>3. Планирование структуры канала дистрибуции</p>	<p>Разработайте примерный план организации канала дистрибуции туристической компании: подбор членов канала, мотивация участников канала, оценка эффективности работы каждого участника, модификация структуры канала.</p>

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

Семинарское занятие № 16

Тема «Коммуникативная политика в маркетинге туристических услуг »

1. Идентификация целевой аудитории. Моделирование ответной реакции.	Разработайте план рекламной кампании для проектной туристической организации.
2. Факторы, влияющие на выбор средства продвижения: тип продукта и рынка. Маркетинг прямого отклика.	Обоснуйте выбор средств продвижения туристического продукта.
3. Измерение результативности рекламы. Обслуживание и внешние коммуникации	Выберите метод оценки эффективности рекламной кампании.

Литература:

1. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов /Ф. Котлер, Дж .Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
5. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ В РАМКАХ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

1. Социальные основы маркетинга. Маркетинг в сфере некоммерческой деятельности.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо раскрыть виды маркетинга по различным объектам: маркетинг организаций, маркетинг мест, маркетинг идей, маркетинг лиц. Охарактеризовать туризм как социальную среду маркетинга.

2. Маркетинг как управленческая технология.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо раскрыть суть различных концепций управления маркетинговой деятельностью в организации и условия их реализации.

3. Потребитель как субъект маркетинга.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо дать подробную характеристику факторам, оказывающим влияние на поведение потребителя. А также дать общую характеристику применяемых в маркетинге теорий мотивации потребителя: теория мотивации А.Маслоу, Д.Шварца, А.Мескона, З.Фрейда.

4. Товар как объект маркетинга.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо описать классификацию товаров по признаку «Цель потребления» по группам «Потребительские товары» и «Товары производственного назначения».

5. Маркетинг услуг.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо дать определение сервисного комплекса. Описать основные принципы современного сервиса, его виды.

6. Рынок как среда маркетинга.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо описать основные направления изучения рынка, показатели анализа рынка. Раскрыть понятие «конкурентоспособность» в маркетинговой деятельности. Описать параметры конкурентоспособности товара или услуги.

7. Каналы распределения и ценообразование.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо дать описание уровней каналов распределения. Дать характеристику форм распределения. Описать содержание этапов процесса ценообразования и применяемые стратегии рыночного ценообразования.

8. Средства продвижения товаров и услуг.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо дать характеристику существующим видам продвижения товаров и услуг. Место и значение продвижения в общем комплексе маркетинга, его цели и задачи.

9. Процесс создания нового товара.

Задание выполняется в виде презентации. В работе необходимо рассмотреть особенности маркетинговых мероприятий на каждом этапе жизненного цикла туристического продукта, маркетинговую тактику на

разных фазах ЖЦП. Виды жизненных циклов товаров и услуг в туризме. Особенности формирования прибыли на каждом этапе ЖЦП.

10. Маркетинговые стратегии для сегментов рынка.

Задание выполняется в виде презентации. В работе необходимо на примере производства туристических услуг выделить сегменты рынка, дать обоснование применённых критериев сегментирования рынка. Провести анализ маркетинговых возможностей целевого сегмента. Разработать концепцию позиционирования выбранной услуги.

11. Потребители туристических товаров и услуг.

Задание выполняется в виде презентации. В работе необходимо на примере приобретения конкретной туристической услуги построить модель поведения потребителя. На основании модели разработать комплекс маркетинговых действий по управлению поведением потребителя.

12. Каналы дистрибуции в туризме, организация канала дистрибуции.

Задание выполняется в виде презентации. В работе необходимо дать характеристику специфики каналов дистрибуции: средств размещения; билетов на транспортные средства; предприятий питания, экскурсионных услуг. Разработать структуру канала и мероприятия по управлению каналом дистрибуции. Раскрыть возможности франчайзинга, применительно к конкретному товару или услуге в туризме (по выбору студента).