

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

**Модульна контрольна робота № 2
з навчальної дисципліни
“Маркетинг у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 1

1. Основні напрямки та етапи формування продуктової політики туристичного підприємства.
2. Поняття якості туристичного продукту з точки зору маркетингу.
3. Маркетингова оцінка якості 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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 2

1. Аналіз туристичного продукту.
2. Поняття якості туристичного продукту з точки зору маркетингу.
3. Методи ціноутворення, що використовують і туризмі.

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 3

1. Сутність, цілі і завдання цінової політики туристичного підприємства.
2. Характеристика основних етапів розробки цінової політики.
3. Зміст та особливості маркетингової політики 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 маркетингу**

**Модульна контрольна робота № 2
з навчальної дисципліни
“Маркетинг у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 4

1. Основні етапи розробки збутової політики.
2. Посередницька діяльність та функції посередників в сфері туризму.
3. Туристичні мережі та їх маркетингова збутова політика

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 5

1. Комплекс маркетингових комунікацій туристичного підприємства.
2. Персональний продаж в комплексі маркетингових комунікацій туристичного підприємства.
3. Туристичні мережі та їх маркетингова збутова політика

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 6

1. Основні етапи розробки збутової політики.
2. Посередницька діяльність та функції посередників в сфері туризму.
3. Основні напрямки та етапи формування продуктової політики 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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 7

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

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 8

1. Зміст та особливості маркетингової політики збуту туристичного продукту.
2. Основні етапи розробки збутової політики.
3. Посередницька діяльність та функції посередників в сфері туризму.

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 9

1. Стимулювання збуту в комплексі маркетингових комунікацій туристичного підприємства і організацій
2. Робота з громадкістю в комплексі маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій
3. Основні етапи розробки збутової політики.

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 10

1. Посередницька діяльність та функції посередників в сфері туризму.
2. Туристичні мережі та їх маркетингова збутова політика
3. Форми організації маркетингових досліджень в туризмі.

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 11

1. Дослідження маркетингового середовища туристичних підприємств.
2. Маркетингові дослідження ринку туристичних послуг.
3. Маркетингові дослідження конкурентів.

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 12

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

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 13

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

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 14

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

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 15

1. Маркетингові стратегії в туризмі.
2. Принципи туристичного маркетингу.
3. Організація маркетингової діяльності туристичних фірм.

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 16

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

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 17

1. Методи збору маркетингової інформації.
2. Система аналізу маркетингової інформації.
3. Дослідження маркетингового середовища 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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 18

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

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 19

1. Зміст та особливості маркетингової політики збуту туристичного продукту.
2. Основні етапи розробки збутової політики.
3. Посередницька діяльність та функції посередників в сфері туризму.

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 у туризмі”
для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм»**

Варіант 20

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

протокол № ____
від « ____ » _____ р.

Провідний викладач,
доцент кафедри к.е.н.

_____ В.М. Бондаренко

