

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Факультет здоров'я, фізичного виховання і спорту
Кафедра спорту та фітнесу

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

**ОСНОВИ РЕКЛАМИ ТА МАРКЕТИНГУ У ТУРИСТИЧНІЙ
ДІЯЛЬНОСТІ**

Для студентів

спеціальності 017 Фізична культура і спорт
освітнього рівня першого (бакалаврського)
освітньої програми 017.00.01 Фізичне виховання

2020 – 2021 навчальний рік

ОПИС ПРОГРАМИ ЕКЗАМЕНУ

Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра спорту та фітнесу. Омельченко Тетяна Григорівна
ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни «Основи реклами та маркетингу у туристичній діяльності»
Курс: 3-й
Спеціальність: 017 Фізична культура і спорт
Форма проведення: письмова (у формі електронного тесту + відкрите питання). Тестування проводиться в електронному навчальному курсі «Основи реклами та маркетингу у туристичній діяльності» (3 курс, ФВ, денна) за посиланням https://elearning.kubg.edu.ua/course/view.php?id=15659 у системі Moodle.
Тривалість проведення: 1 академічна година
Максимальна кількість балів: 40 балів
Критерії оцінювання: Перший блок – тест (30 балів). Передбачає визначення якості володіння базовими поняттями, виявлення здатності до аналізу, синтезу, конкретизації й узагальнення змісту навчальної дисципліни. Тест складається з 30 тестових питань. Кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. Другий блок – відкрите питання (10 балів). Передбачає встановлення спроможності студента до застосування маркетингових знань на практиці. Правильність та аргументованість розв'язання маркетингових питань, оцінюється у максимум 10 балів.
Перелік допоміжних матеріалів: зразок тестового питання «Що таке засіб реклами: а. матеріальне засіб, яке служить для поширення рекламного повідомлення і сприяє досягненню необхідного рекламного ефекту б. програма комунікацій, яка має спільні цілі, стратегію, бюджет, і часто орієнтована на одну і ту ж цільову аудиторію с. дія по розробці товарної пропозиції підприємства та його іміджу, спрямовані на те, щоб зайняти відособлене сприятливе положення у свідомості цільової групи споживачів»;

зразок маркетингової задачі «У чому полягає технологія створення туристичного бренду та назвіть етапи туристичного брендингу».

Орієнтовний перелік питань:

1. **Наведіть визначення поняття «реклама».**
2. Що являє собою «маркетинг в туризмі».
3. Охарактеризуйте сучасний маркетинг в туризмі, розкрийте його значення як філософії туристичного бізнесу.
4. Назвіть основні етапи розвитку маркетингу в туризмі як галузі економічної науки.
5. Сформулюйте цілі туристичного маркетингу.
6. Охарактеризуйте основні функції маркетингу в туризмі на кожному рівні його застосування.
7. Визначте основні принципи туристичного маркетингу.
8. Назвіть існуючі сучасні тенденції маркетингу туристичних підприємств.
9. Назвіть основні відмінності ведення маркетингу на зарубіжних підприємствах, в порівнянні з вітчизняними.
10. Назвіть основні теоретичні положення поведінки споживача.
11. Охарактеризуйте типи поведінки споживачів при прийнятті рішення про купівлю.
12. Охарактеризуйте процес та етапи прийняття рішення про купівлю.
13. Назвіть чинники, які впливають на прийняття споживачами рішення про покупку нового турпродукту.
14. Назвіть, які є індивідуальні відмінності покупців стосовно нового турпродукту.
15. Як впливають характеристики турпродукту на темпи його сприйняття.
16. Що таке споживча цінність і ступінь задоволення очікувань споживачів? Як надається споживча цінність і забезпечується відповідний рівень задоволення.
17. Як здійснюється вимірювання ступеня задоволеності споживачів за допомогою опитувань.
18. Що таке взаємовідносини із споживачами, які є рівні цих взаємовідносин.
19. Назвіть основні підходи до вивчення споживачів.
20. Наведіть основні теоретичні положення щодо маркетингових комунікацій в туризмі.
21. Дайте визначення реклами в туризмі. Яка специфіка туристичної реклами.
22. Які цілі переслідує туристична реклама.
23. Охарактеризуйте типи, групи та види реклами в туризмі.
24. На основі яких принципів та за допомогою яких методів функціонує туристична реклама?

25. Охарактеризуйте процес розробки реклами.
26. Що таке медіапланування? Де воно використовується.
27. Дайте визначення поняття «Паблік Рілейшнз».
28. Наведіть методи і принципи PR в діяльності туристської компанії.
29. Охарактеризуйте в чому полягає прямий маркетинг.
30. Охарактеризуйте у чому полягає суть брендингу в туристичній індустрії?
Які аспекти туристичного брендингу Ви знаєте.
31. Як досліджується сприйняття туристського бренду покупцями.
32. Назвіть методи дослідження образу туристичного бренду.
33. Як проводиться розробка туристичного бренду.
34. З чого складаються рекламні витрати при розширенні туристичного бренду.
35. Що таке «розмивання образу» туристичного бренду і витіснення його із споживання.
36. У чому полягає технологія створення туристичного бренду та назвіть етапи туристичного брендингу.
37. Дайте визначення концепції туристичного бренду.
38. Як здійснюється позиціонування туристичного бренду.
39. Дайте визначення стратегії туристичного бренду.

Екзаменатор _____ викладач, Т. Г. Омельченко
підпис

Завідувач кафедри _____ В.В. Білецька
підпис