




Маркетинг туризма

Выполнила: Роо Е.Д.
Группа 14А11

Структура презентации:


- Цели и задачи КР
 - Сущность и особенности туристического маркетинга
 - Маркетинговые исследования и сегментация в маркетинге туризма
 - Уровни осуществления маркетинга в туризме
- 



Цель курсовой работы:

определить место маркетинга в сфере туризма на различных уровнях западного и российского рынков и **выявить** необходимые аспекты управления и развития маркетинга туристических услуг на уровне отдельно взятого предприятия

Задачи курсовой работы:

- 1. Выяснить сущность и особенности туристических услуг
 - 2. Изучить особенности маркетинга в сфере туризма
 - 3. Ознакомиться с существующей иерархией рынка туристических услуг.
 - 4. Рассмотреть состояние туристического бизнеса в России
 - 5. На основе анализа найденной информации сделать выводы о перспективах развития туристического маркетинга
- 

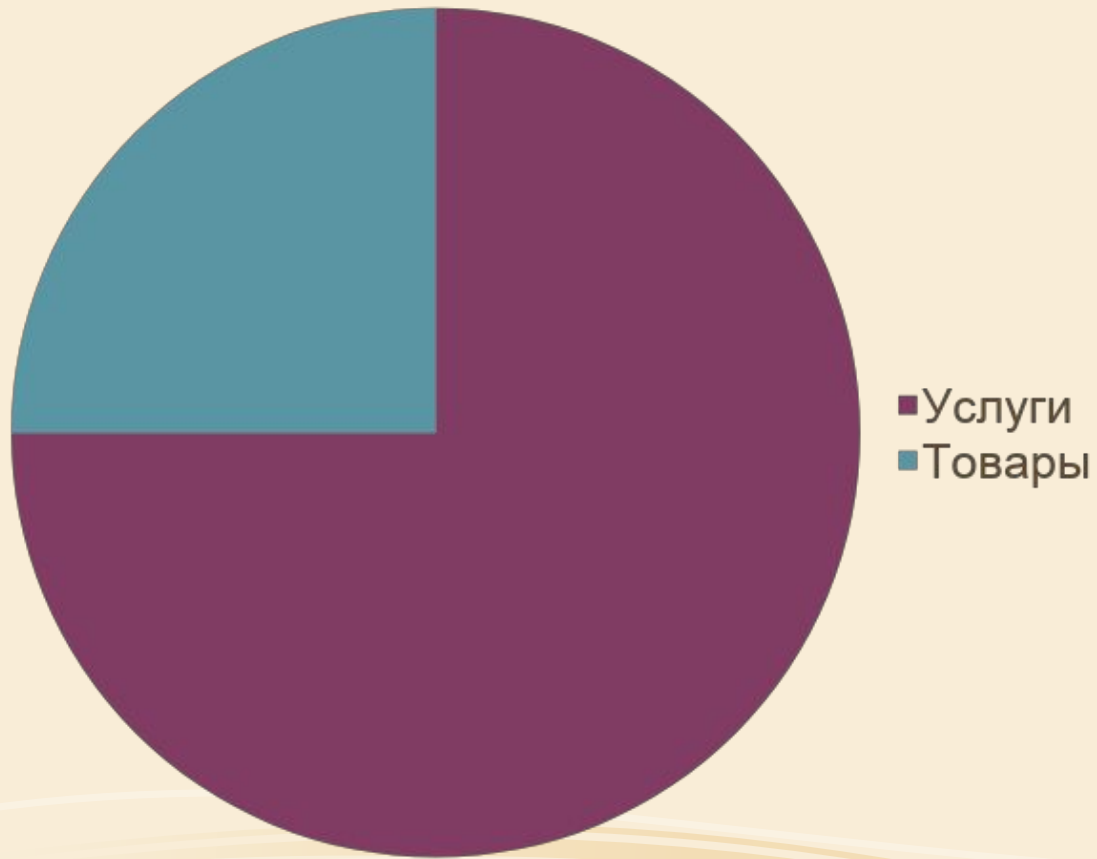
Использованные методы исследований:

- А. **Эмпирические методы:** изучение документации и статистические методы.

- Б. **Теоретические методы:** теоретический анализ (выделение и рассмотрение отдельных сторон, признаков, особенностей, свойств явлений).

Сущность и особенности маркетинга в туризме

Структура туризма



- Туристский продукт - любой вид оплачиваемой услуги, который удовлетворяет тем или иным потребностям туристов.
- Комплексное обслуживание-стандартизированный комплекс услуг, предлагаемый туристам в одном «пакете».

Туристический продукт

- совокупность вещественно-материальных товаров и невещественных потребительских стоимостей, представленных в форме услуг, которые необходимы для удовлетворения потребностей туриста, и возникших во время его путешествия.



Маркетинг в туризме:

- это система согласования комплекса предлагаемых клиенту услуг с такими услугами, которые пользуются активным спросом на рынке, которые в свою очередь готово предложить туристское предприятие и, более того, оно должно делать это эффективнее конкурентов.



Функции туристического маркетинга:

- 1) Налаживание контактов
- 2) Создание новых видов обслуживания и усовершенствование существующих
- 3) Анализ деятельности



Система маркетинговых исследований в туризме



Сегментация в туризме



Молодежный туризм (до 30 лет)



Туризм среднего возраста



Туризм пожилого возраста



Сегментация по побудительным мотивам клиента

- маршрутно-ознакомительный (познавательный);
- спортивно-оздоровительный;
- курортный (лечебный);
- деловой и конгресс-туризм;
- фестивальныи;
- охотничий;
- экологический;
- шоп-туры;
- учебный;
- этнический



Уровни осуществления маркетинговой политики в туризме

- Маркетинг туризма на национальном уровне
- Маркетинг регионов и туристских центров
 - Маркетинг гостиниц, ресторанов, транспортных организаций
 - Маркетинг туристских предприятий

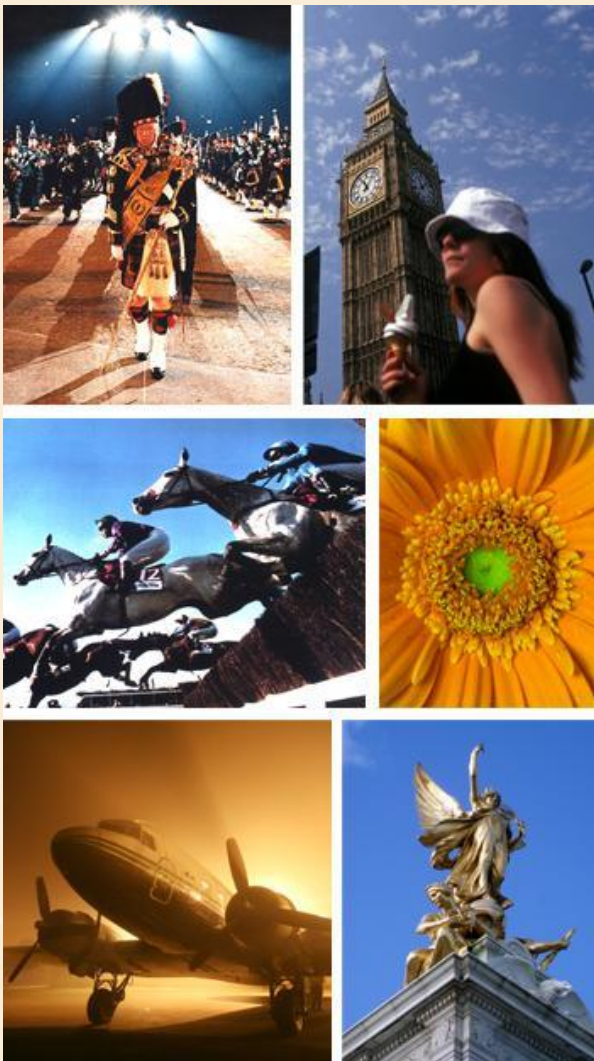


Маркетинг туризма на национальном уровне

- Туристская политика государства - совокупность государственных мер и мероприятий, определяющих создание рамочных условий для развития туристской индустрии, рациональное использование туристских ресурсов, повышение экономической эффективности туристской отрасли.



Стратегия туристского маркетинга государства



- Создание
- Продвижение
- Реализация
- национального туристского продукта на мировом рынке.

Маркетинг на уровне организации

Туроператоры



Турагенства



Заключение

- Ориентация на маркетинговый подход в туризме:
 - а) наблюдение
 - б) выявление потребностей
 - с) комплекс маркетинговых мероприятий
- Ориентация на маркетинг как на философию бизнеса

Спасибо за внимание!

