**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ**

**ОРГАНИЗАЦИИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Факультет | Документальных коммуникаций и туризма |
| 2 | Направление подготовки | 43.03.02 Туризм |
| 3 | Наименование дисциплины | Маркетинг в туристской индустрии |
| 4 | Курс(ы) обучения | 4 курс |
|  | ФИО преподавателя | М. А. Шицкова |
|  | Способ обратной связи с педагогом | электронная почта педагога ma1216@ya.ru |
| 5 | Дополнительные материалы (файлы, ссылки на ресурсы и т.п.) | – |
| 6 | Срок предоставления выполненного задания | 1.04.2020 |

**Инструкция для студентов по выполнению задания**

Все задания должны быть выполнены в полном объеме в соответствии с требованиями и в указанный срок (см. таблицу). В случае затруднения при выполнении задания Вы можете обратиться к преподавателю за консультацией, используя тот способ связи, который указан в таблице.

Задание № 1.

*Тема: Характеристика маркетинговой деятельности туристического предприятия»*

Цель работы – анализ основных направлений и содержания деятельности туристического предприятия.

Методика выполнения:

Описание маркетинговой деятельности предприятия должно строиться по следующей схеме.

**1. Характеристика рынка / отрасли предприятия**. Основные параметры:

* рост / стагнация / спад рынка;
* емкость (физическое / денежное выражение);
* среднее потребление товара на душу населения;
* сложность проникновения на рынок;
* тенденции изменения цен;
* коммуникационные каналы (реклама).

**2.** **Описание структуры и интенсивности конкуренции**. Основные параметры:

* наличие / отсутствие замещающих товаров, потенциальных конкурентов;
* наличие барьеров входа/выхода с рынка;
* уровень концентрации (консолидации) рынка;
* сильные и слабые стороны прямых конкурентов, их доли рынка, стратегии, источники и типы конкурентных преимуществ;
* концентрация поставщиков, посредников, покупателей.

**3. Рыночные позиции предприятия**. Основные параметры:

* доля рынка в % от общей ёмкости;
* тенденции продаж по товарам, группам потребителей, каналам сбыта;
* темпы роста продаж / доли рынка в сравнении со среднерыночными;
* соотношение уровня цен предприятия со среднерыночным;
* социально-демографический профиль в соответствующем сегменте рынка, ожидания и потребности покупателей, чувствительность к факторам маркетинга – цене, рекламе, стимулированию, имиджу.

**4. Товарная политика предприятия**. Основные параметры:

* ограниченный / расширенный ассортимент;
* ширина/глубина ассортимента;
* обновляемость ассортимента;
* отличительные характеристики товара;
* жизненный цикл товара;
* наличие системы управления ассортиментом;
* качество торов/услуг предприятия (число рекламаций, претензий со стороны покупателей);
* наличие в ассортименте известных брендов.

**5. Ценовая политика предприятия**. Основные параметры:

* структура себестоимости продукции;
* соотношение себестоимости предприятия со среднеотраслевой;
* уровень цен на продукцию предприятия;
* отражение в цене уровня качества товара;
* наличие продуманной системы адаптации цен: торговые наценки / скидки;
* чувствительность спроса по цене;
* динамика цен на продукцию предприятия в сравнении со среднерыночными ценами, темпами инфляции.

**6. Сбытовая политика предприятия**. Основные параметры:

* объем сбыта (физическое / денежное выражение);
* уровень дистрибуции продукции предприятия;
* распределение продаж по каналам сбыта;
* уровень концентрации сбыта;
* используемые стратегии охвата рынка;
* степень соответствия товара, возможностей предприятия построенной системе сбыта.

**7. Коммуникационная политика предприятия**. Основные параметры:

* используемые коммуникационные каналы и средства продвижения;
* эффективность коммуникации с потребителями (уровень спонтанной и остаточной известности);
* интенсивность коммуникационных мероприятий;
* темы, творческий уровень рекламы;
* соответствие ожиданиям целевой аудитории.

Описание маркетинговой деятельности предприятия по указанным направлениям и параметрам должно позволить сделать выводы о сильных и слабых сторонах маркетинга на предприятии и направлениях его совершенствования.