Вопросы к экзамену «Технология и организация продвижения туристского продукта»

1. Дайте определения основным понятиям (туризм, турист, тур. продукт, путешествие, рекреация, экскурсант)
2. Перечислите и дайте краткую характеристику основным особенностям туризма
3. Раскройте значение туризма в жизни общества (положительные аспекты)
4. Раскройте значение туризма в жизни общества (отрицательные аспекты)
5. Перечислите и дайте краткую характеристику аспектам туризма, которые воздействуют на экономику
6. Перечислите и дайте краткую характеристику функциям туризма
7. Дайте классификацию видов туризма
8. Дайте классификацию путешествующих лиц
9. Дайте определения основным понятиям туризма как сферы деятельности (тур. маршрут, тур. услуга, программа тур. путешествия, продолжительность пребывания)
10. Дайте определения основным понятиям туризма как сферы деятельности (тур. пакет и его обязательные элементы, тур. тур. продукт и его обязательные элементы)
11. Дайте определения основным понятиям туризма как сферы деятельности (тур. путевка, договор, ваучер и информация, которую он включает)
12. Перечислите и раскройте за что несет ответственность туроператор согласно ваучеру
13. Перечислите и дайте краткую характеристику видам туров
14. Дайте определение понятию «маркетинг» в тур. бизнесе. Назовите функции тур. маркетинга
15. Назовите, в чем заключаются особенности тур. маркетинга
16. Дайте определение понятию «конкуренция». Перечислите и раскройте отрасли ценовой конкуренции
17. Дайте определение понятию «не ценовая конкуренция». Перечислите основные направления не ценовой конкуренции
18. Дайте определение понятию «качество тур. продукта». Перечислите факторы, которые оказывают влияние на качество тур. продукта и обслуживание
19. Перечислите основные направления в организации качества тур. обслуживания
20. Перечислите и дайте краткую характеристику банкам данных, которыми должна располагать тур. фирма для эффективной работы
21. Перечислите принципы обслуживания клиентов при продаже тура
22. Перечислите и раскройте правила продажи тура
23. Составьте алгоритм действий бронирования тура
24. Перечислите современные каналы продвижения тур. продукта. Дайте их краткую характеристику
25. Раскройте сущность исследований тур. рынка. Опишите информацию, которую включает данное исследование
26. Перечислите условия, которые необходимо учитывать при выборе рекламных носителей
27. Перечислите и дайте краткую характеристику рекламным носителям, которые используются в туризме
28. Какие элементы входят в структуру рекламного обращения. Дайте их краткое описание
29. Перечислите и дайте характеристику основным цветам, которые используются в цветовом решении рекламы
30. Перечислите и дайте краткую характеристику основным элементам, которые должна иметь реклама
31. Дайте определения следующим понятиям: название тур. компании, товарный знак
32. Перечислите и дайте краткую характеристику свойствам товарного знака
33. Перечислите основные принципы при выборе названия фирмы
34. Дайте определение понятию «имидж тур. фирмы». Перечислите аспекты, влияющие на формирование положительного имиджа
35. Дайте определение понятию «фирменный стиль». Перечислите основные функции

фирменного стиля

36. Назовите и дайте краткую характеристику направлений использования фирменного стиля
37. Назовите задачи, которые ставят перед собой туроператоры, рекламируя свой тур. продукт, по отношению к турагентам
38. Перечислите меры, которые используются для стимулирования потенциальных клиентов
39. Перечислите мероприятия по стимулированию розничных тур. агентств
40. Перечислите и дайте краткую характеристику основным каналам розничной продажи массового тур. продукта
41. Перечислите и раскройте задачи, которые ставит перед собой туроператор при формировании сбытовой сети
42. Перечислите «+» и «—» создания собственных филиалов или агентств крупными туроператорами
43. Перечислите и дайте краткую характеристику основным функциям каналов сбыта туроператоров
44. Перечислите и дайте краткую характеристику мерам, которые предпринимает туроператор для повышения результативности турагентства
45. Раскройте сущность договорных отношений между туроператором и турагентством
46. Перечислите и дайте краткую характеристику видам агентской комиссии
47. Перечислите основные обязанности, возложенные на туроператора
48. Перечислите основные обязанности, возложенные на турагента
49. Перечислите штрафные санкции для турагента, которые наступают при аннуляции забронированных туров
50. Дайте определение понятию «договор-поручение». Раскройте его сущность
51. Перечислите мероприятия, которые используются российскими тур. фирмами при оказании помощи своим зарубежным партнерам при продвижении российского тур. продукта
52. Дайте определение понятию «внутренние каналы сбыта»
53. Раскройте сущность договора с поставщиками услуг
54. Перечислите этапы работы тур. фирмы по обслуживанию туристов
55. Расскажите о значении производственной культуры тур. фирмы
56. Назовите и раскройте, что означает маркетинговый подход к управлению кадрами
57. Перечислите способы доведения маркетинговой информации до служащих тур. фирмы
58. Перечислите меры поощрения сотрудников, которые использует тур. фирма
59. Перечислите мероприятия, которые проводят тур. фирмы для усиления связей с общественностью
60. Дайте определение понятию «прямой маркетинг». Назовите его цели и средства реализации
61. Дайте определение понятиям потребность, желание, мотив, спрос
62. Объясните, что на самом деле всегда приобретает потребитель покупая тот или иной продукт
63. Объясните, что такое степень удовлетворенности клиента и каким образом продавец тур услуги может влиять на нее
64. Охарактеризуйте специфические особенности тур продукта и объясните какое влияние каждая из них оказывает на технологии продаж
65. Перечислите и дайте краткую характеристику уровня модели тур продукта(4)
66. Перечислите и охарактеризуйте основные элементы, которые включает в себя тур продукт в расширенном толковании
67. Дайте определение понятию маркетинг
68. Перечислите какие концепции маркетинга применимы в современной тур индустрии
69. Назовите положительные и отрицательные стороны сбытовой концепции маркетинга
70. Перечислите принципиальные отличия классического и социально-этического маркетинга
71. Объясните что такое маркетинг взаимоотношений и в чем его актуальность для тур индустрии

72. Перечислите факторы оказывающие влияние на покупательское поведение потребителя
73. Перечислите этапы процесса принятия решения о покупке
74. Дайте определение понятиям восприятие ,убеждение ,установка
75. Дайте характеристику сбытовой стратегии туристского предприятия
76. Дайте определение канала распределения туристского продукта
77. Охарактеризуйте вертикальные маркетинговые системы
78. Раскройте сущность глобальных систем бронирования
79. Дайте характеристику выставочной деятельности тур предприятия
80. Дайте определение прямому каналу распределения перечислите его формы
81. Дайте определение персональной продажи в туризме
82. Объясните что такое франчайзинг
83. Назовите группы факторов оказывающих влияние на продажи в туризме
84. Расскажите в чем заключаются особенности подготовительного этапа персональной продажи
85. Опишите в чем состоит важность установления контакта с клиентом
86. Объясните что такое невербальные средства выражения в общении и чем объясняется их значимость для управления контактом продавца с клиентом
87. Перечислите основные функции использования вопросов при осуществлении сделки
88. Объясните что означает ведение разговора на языке выгод клиента и почему это необходимо для проведения презентации
89. Перечислите основные правила проведения переговоров по цене тур продукта
90. Перечислите основные правила работы с возражениями