

Tematy – marketing w turystyce – zestaw 1

1. Marketing w turystyce – cele i zasady
2. Turystyka jako obszar badawczy marketingu usług
3. Podmioty rynku turystycznego
4. Orientacje rynkowe w turystyce
5. Konsumenci na rynku turystycznym
6. Proces zakupu w turystyce na przykładzie
7. Segmentacja rynku turystycznego – kryteria i procedury
8. Marketing mix w turystyce
9. Marketing terytorialny w turystyce
10. Usługa jako produkt turystyczny
11. Rodzaje produktów turystycznych
12. Struktura produktu turystycznego – rdzeń produktu
13. Struktura produktu turystycznego – produkt rzeczywisty
14. Struktura produktu turystycznego – produkt poszerzony
15. Struktura produktu turystycznego – produkt potencjalny
16. Cykl życia produktu turystycznego na przykładzie
17. Jakość usług turystycznych

18. Marka turystyczna
19. Ceny w turystyce – istota i rodzaje
20. Koncepcje ustalania cen w turystyce
21. Strategie cenowe w turystyce
22. Dystrybucja w turystyce – pojęcie i system
23. Kanały dystrybucji w turystyce – tradycyjne i nowoczesne
24. System komunikacji z rynkiem w turystyce
25. Reklama medialna w turystyce
26. Wydawnictwa reklamowe w turystyce
27. Reklama zewnętrzna i obiekty reklamowe w turystyce
28. Sprzedaż osobista w turystyce
29. Promocja dodatkowa w turystyce
30. Public Relations w turystyce
31. Marketing bezpośredni w turystyce
32. Turystyka a sponsoring
33. Rola czynnika ludzkiego w turystyce
34. Polityka personalna w turystyce

35. Badania marketingowe w turystyce – zakres i funkcje
36. Etapy badania marketingowego w turystyce na przykładzie...
37. Badania marketingowe w turystyce – źródła informacji
38. Badania marketingowe w turystyce – metody i techniki
39. Rodzaje strategii rynkowych w turystyce – strategie normatywne, strategie kształtowania pola rynkowego
40. Rodzaje strategii rynkowych w turystyce – strategie konkurencyjne
41. Rodzaje strategii rynkowych w turystyce – strategie przetrwania, redukcji i wycofania się,