



## Маркетинговые стратегии в индустрии гостеприимства.дпо

- 1 ... стратегия - агрессивная стратегия быстрого роста, которая основана на поиске новых рыночных возможностей и постоянной разработке, и внедрении различных нововведений. Использование такой стратегии имеет высокий риск.
- 2 Качество процесса предоставления гостиничных услуг, когда происходит непосредственное взаимодействие с персоналом (бронирование, доставка багажа, предоставление экскурсионных услуг и т.д.).
- 3 ... стратегия - направлена на удержание своей доли рынка гостинично-туристской сферы и основана на умеренных нововведениях и изменениях.
- 4 ... включают меняющиеся ожидания, приоритеты или престиж того или иного вида отдыха в том или ином месте земного шара, отношения и нравы общества.
- 5 ... оценка вариантов - удовлетворенность или неудовлетворенность туристов гостиницей как итог сравнения предварительного ожидания с реальным результатом проживания в ней.
- 6 Стратегия, при которой конкурентные преимущества достигаются за счет ряда потребительских свойств услуги, отсутствующих в предложениях конкурентов, называется ...
- 7 ... анализ - это определение сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения (внешней среды).
- 8 Стратегия, направленная на сохранение своих позиций на рынке гостинично-туристской индустрии, как правило, лидерских, и основана на удержании доли рынка, но также допускает сокращение малоэффективной деятельности организации гостиничного комплекса:
- 9 ... качество состоит из критериев, относящихся к производственным особенностям гостиничного предприятия и характеризующих его сервисное окружение.
- 10 Стратегия, при которой конкурентные преимущества достигаются за счет позиционирования услуги (товара) для конкретной, достаточно узкой группы потребителей:

