



Маркетинговые стратегии в индустрии гостеприимства.иг_МАГ

- 1 Что такое Хорека?
- 2 В чем заключается основной смысл маркетинговой деятельности?
- 3 Отличается ли маркетинг туристского и гостиничного продукта от маркетинга других видов продуктов?
- 4 Какие из представленных рекламных инструментов могут быть использованы для маркетингового продвижения гостиницы или отеля?
- 5 Что не относится к сфере услуг?
- 6 Что относится к факторам, влияющие на состояние и развитие индустрии гостеприимства?
- 7 Экология в регионе расположения гостиничного объекта важна для...
- 8 Уровень удовлетворенности клиентов это...?
- 9 Индустрия гостеприимства развивается по следующим законам?
- 10 К современной тенденция развития мировой индустрии гостеприимства относится
- 11 К услугам общественного питания относятся
- 12 На какие 2 части делится рынок услуг гостеприимства?
- 13 Имеют ли связь транспортные услуги со сферой гостеприимства?
- 14 У кого из гостей надо собирать обратную связь
- 15 Кто чаще оставляет отзывы по собственному желанию?
- 16 Потребности клиента делятся на явные и скрытые. Явные потребности – это:
- 17 Самым простым инструментом выявления потребностей клиента является?



- 18 Понимание психологии клиентов нужно для?
- 19 Маркетинг территорий?
- 20 Какие плюсы можно извлечь из сегментации рынка?
- 21 Расположите первые 4 уровня потребностей человека в правильном порядке согласно пирамиде Маслоу
- 22 К какому типу отеля относится каждое из описаний
- 23 В каких типах питания ужин входит в оплаченное проживание
- 24 Отель является сетевым, если:
- 25 Работает под единым брендом с еще несколькими бизнесами, не относящимися к индустрии гостеприимства
- 26 Заведение общественного питания, в котором блюда готовятся заранее по несколько порций и выставляются в открытый доступ, чтобы каждый гость мог самостоятельно выбрать блюдо из имеющегося наличия работает по системе:
- 27 Целевой рынок отеля — это:
- 28 Комплексная маркетинговая работа и создание имиджа гостиничного продукта, с целью формирования в сознании потребителя определенного восприятия этого продукта называется
- 29 Исследование, в котором принимает участие небольшое количество респондентов, проводимое с целью получения ответов на вопросы - почему гости ведут себя тем или иным образом, называется:
- 30 Есть ли различия в понятиях Хорека и Индустрия гостеприимства?
- 31 Как менялось понимание маркетинга с течением времени? Расположите в хронологическом порядке:
- 32 Продолжите фразу Дэвида Пакарда о роли маркетинга: «Маркетинг слишком важен, чтобы отдавать его отделу»
- 33 Особенности маркетинговой деятельности сферы гостеприимства являются (выберите верные):





- 34) Может ли клиент оказаться удовлетворенным низким уровнем сервиса?
- 35) Управление качеством предоставляемых услуг должно базироваться на выстраивании системной работы в следующих областях:
- 36) Что относится к эмоциональным потребностям клиента?
- 37) Для чего проводят глубинные интервью в рамках маркетинговых исследований?
- 38) В рамках маркетинга территорий выделяют внешнюю целевую аудиторию и внутреннюю. К внешней относятся:
- 39) Маркетинг региона НЕ может быть направлен на:
- 40) В рамках выбора целевого рыночного сегмента действия должны быть осуществлены в следующем порядке (расположите в верно):
- 41) Процесс создания образа продукта или бренда и его ценности у потребителей из целевой аудитории называется ...
- 42) Что НЕ является целью маркетингового исследования:
- 43) Маркетинговая стратегия компании существует как:
- 44) Расположите в правильном порядке этапы работ со стратегией
- 45) Комбинация средств маркетинга, направленная на достижение поставленных целей, называется:
- 46) Места фактического или потенциального взаимодействия потребителя или гостя с вашим продуктом или рекламой называются:
- 47) Коммуникация с потребителями, информирование о продукте и побуждение сделать покупку в рамках понятия «Маркетинговый микс» называется:
- 48) Выберите все ответы, которые в отеле относятся к элементу маркетингового микса “ЛЮДИ (People)”
- 49) Соедините попарно элементы маркетингового микса и инструменты донесения маркетингового сообщения до гостя.
- 50) Возможность производителя создавать, выпускать и сбывать товары и услуги называется:





- 51) С точки зрения маркетинга можно сказать, что при выборе отеля гость чаще всего сравнивает отели
- 52) Какие виды стратегий могут быть у отеля (отметьте все подходящие ответы)
- 53) Продуктовая стратегия — это:
- 54) Описание способов формирования конкурентного преимущества и долгосрочной прибыльности товара называется
- 55) Какие 2 пункта НЕ входят в пять движущих сил, которые определяют возможный уровень прибыли на рынке согласно модели Портера:
- 56) О какой движущей силе, согласно модели Портера, идет речь в данном высказывании – «Новые игроки приносят на рынок новые производственные мощности, новые технологии, новые ресурсы – все это влияет на поведение потребителей, на текущие выручку и прибыль»
- 57) Выберите НЕВЕРНОЕ утверждение
- 58) Укажите три базовые (или классические) ценовые стратегии:
- 59) Составьте пары, чтобы описание ценовой стратегии соответствовало типу стратегии
- 60) О какой из трех основных стратегий идет речь в высказывании: «наиболее характерна большинству компаний, которые рассматривают получение прибыли в качестве своей устойчивой долгосрочной политики»
- 61) Как называется комплекс мер по осуществлению ценовой политики, а именно: по поддержанию установок стратегии, по выполнению договоров, по профилактике и устранению перекосов в ценовой ситуации
- 62) Продолжите фразу: «Гостиничное предприятие не может произвольно назначать цены на свои продукты, а вынуждено устанавливать такие цены...»
- 63) Цена, при которой количество товара, произведенного и предложенного к продаже на рынок, равно количеству товара, которое покупатели желают и могут приобрести, называется
- 64) Выберите, какие пункты относятся к особенностям товаров сферы услуг





- 65) Мы рассматриваем вопрос о влиянии силы бренда и уровне отеля на уровня цен дополнительных услуг в этом отеле – выберите верное утверждение
- 66) Составьте пары, чтобы каждому из методов ценообразования соответствовал пример такого ценообразования
- 67) Сбытовая стратегия предприятия индустрии гостеприимства способствует
- 68) Продажа услуг, осуществляемая без посредников, напрямую самим объектом размещения называется
- 69) Какие из утверждений имеют отношение к непрямому методу сбыта
- 70) Выберите, какие пункты НЕ относятся к внутренним каналам продаж отеля
- 71) Заполните пропуск в высказывании: «Суть _____ состоит в том, что отельная сеть заключает контрактное соглашение со сторонним юридическим лицом, которому предоставляется право реализации услуги под маркой сети на специально оговоренных условиях»
- 72) Ключевой частью работы по выстраиванию сервиса на предприятии индустрии гостеприимства является
- 73) С точки зрения построения сервиса персонал отеля – это
- 74) Выберите верное продолжение фразы: «При поиске новых возможностей и идей для продвижения отеля имеет смысл изучить....»
- 75) На что маркетинговая стратегия НЕ направлена:
- 76) На какой срок составляется маркетинговая стратегия:
- 77) Какой метод оценки конкурентоспособности объекта является более комплексным
- 78) Выберите, какие пункты относятся к деятельности маркетинга
- 79) Выберите верные варианты ответов Организация маркетинговой деятельности как системы включает решение следующих задач внутри предприятия:
- 80) Расположите три уровня маркетинга в порядке уменьшения стратегической составляющей (от большего к меньшему)





- 81) О каком уровне маркетинга идет речь: «Это уровень рядовых маркетологов компании, от которых требуется умение применять специфические методы, например, выбор метода ценообразования, реализация сбытовых программ и программ продвижения»
- 82) Маркетинговые планы, нацеленные на удержание позиций на рынке и предупреждение падения эффективности, называются
- 83) Составьте пары, чтобы каждому направлению деятельности соответствовало правильное описание
- 84) Расположите этапы проведения маркетингового исследования в верном порядке:
- 85) Сопоставьте метод получения достоверной маркетинговой информации и его описание:
- 86) Систематический сбор, анализ и интерпретация информации, проводимые с целью уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений называются
- 87) Определите задачу, которую НЕ решает непосредственно PR:
- 88) Партнерская работа с агентами и дилерами с целью увеличения продаж называется
- 89) Какие характеристики описывают личные продажи:
- 90) Создание и рассылка промо ролика по базе клиентов, рассылка в директ в социальных сетях, таргетинговая реклама, приглашение гостей на закрытую дегустацию – все это относится к маркетингу
- 91) Компании, которые реализуют товары и услуги, удовлетворяющие те же потребности потребителей, что и ваши товары и услуги, относятся к:
- 92) Один из параметров конкурентоспособности товара описывается следующим образом: «соответствие потребностям человеческого организма» - как называется этот параметр
- 93) Что из перечисленного НЕ является одной из главных задач в рамках анализа конкурентоспособности?
- 94) Что является главной задачей позиционирования?
- 95) Расположите этапы изучения конъюнктуры рынка гостиничных услуг в правильном порядке.





- 96) Как называется экономическая ситуация, складывающаяся на рынке и характеризующаяся уровнями спроса и предложения, рыночной активностью, ценами, объемами продаж, валютным курсом, уровнем заработной платы, а также динамикой производства и потребления и общим развитием региона?
- 97) Что НЕ относится к факторам, характеризующим конъюнктуру рынка гостиничных услуг
- 98) К внутренним факторы рыночной среды относятся 5 групп факторов – необходимо заполнить пробел. 1)Производственные факторы 2) Организационные факторы 3)Маркетинговые факторы 4)Финансовые факторы 5)...
- 99) Что из представленных факторов рыночной среды НЕ относится к внешним?

