



## Особенности формирования гостиничного продукта.иг

- 1 Искусство управления маркетингом заключается в...
- 2 Какие варианты охвата рынка в маркетинге?
- 3 Сопутствующие услуги – это
- 4 Метод управления доходами максимизирует два источника доходов:
- 5 Одной из основных задач исследований гостиничного рынка является ...
- 6 Сегментация – это
- 7 При выборе стратегии охвата рынка необходимо учитывать следующие факторы:
- 8 Что входит в вертикальную (уровневую) классификацию гостиничного продукта?
- 9 Стратегия «снятия сливок» - используется для ...
- 10 SWOT-анализ направлен на ...
- 11 Соперничество между участниками рынка за лучшие условия производства, купли и продажи товаров и услуг – это
- 12 Совокупность мероприятий (стратегия), которые формируют спрос на определенный продукт по определенной цене в определенном месте с помощью определенного продвижения - это
- 13 Самый простой метод ценообразования - это
- 14 Вид продажи, который осуществляется гостиницей непосредственно клиентам (гостям), без привлечения посредников - это
- 15 Термин, обозначающий коммерческие взаимоотношения между организацией и частным, так называемым «конечным» потребителем, также форма электронной торговли, цель которой — прямые продажи для потребителя - это





- 16) Главное оружие при продаже с покупателем - это
- 17) Компания, производящая аналогичный товар или услугу и реализующая его на целевом рынке – это
- 18) Возможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего продукта и убеждение целевых потребителей покупать этот продукт - это
- 19) Результат взаимодействия исполнителя и покупателя, а также собственная деятельность исполнителя по удовлетворению потребностей покупателя - это
- 20) Выручка от продажи номерного фонда за вычетом питания называется
- 21) Сопоставьте содержание SWOT-анализа и факторы внутренней и внешней среды организации
- 22) Сопоставьте сегментацию потребителей:
- 23) Сопоставьте жизненный цикл продукта
- 24) Сопоставьте продуктовый ассортимент гостиницы
- 25) Сопоставьте показатели гостиничной доходности
- 26) Соотнесите понятия и определения:
- 27) Соотнесите основные GDS-системы
- 28) Сопоставьте Мисе организации
- 29) При характеристике рынка гостиничных услуг следует учитывать, что:
- 30) Деятельность организации, индивидуального предпринимателя по размещению туристов и оказанию гостиничных, специализированных (лечебно-оздоровительных, санаторных, спортивных, туристских) и других услуг – это ...
- 31) Совокупность материальных, технических, человеческих, информационных, временных и других факторов деятельности гостиницы по предоставлению клиентам благ, обладающих определенными потребительскими свойствами и способными удовлетворить их потребности – это ...





- 32) Форма продукта, определенный набор свойств, позволяющий реализовывать замысел продукта. На этом этапе продукт существует реально, и потребитель может конкретно оценивать его свойства и характеристики, преимущества и недостатки. Поэтому на втором уровне продукта рассматриваются его свойства и характеристики, такие как уровень качества, комфорт, престиж, безопасность, экономичность и др. – это ...
- 33) Выручка номерного фонда на один номер высчитывается делением чистой выручки от продажи номеров (после вычета скидок, косвенных налогов и общей стоимости завтраков или другого вида питания) на общее количество доступных номеров (за вычетом номеров, поставленных на капитальный ремонт) – это ...
- 34) На размер ADR влияют:
- 35) Уменьшение показателя RevPar может быть вызвано следующими причинами:
- 36) Для проведения бизнес-анализа (укажите верные ответы)
- 37) Ценообразование- это ...
- 38) Стратегия «прорыва на рынок» - это ...
- 39) Расставьте поэтапно конъюнктуру рынка гостиничных услуг:
- 40) Расставьте факторы по SWOT-анализу:
- 41) Расставьте ключевой фактор по маркетинг-микс 4P
- 42) Расставьте стадии жизненного цикла:
- 43) Расставьте классификацию гостиничных услуг по группам:
- 44) Расставьте этапы разработки гостиничного продукта:
- 45) Расставьте внутренние факторы воздействующие на формирование цены:
- 46) Расставьте внешние факторы воздействующие на формирование цены:
- 47) Расставьте виды по целевому назначению Мисе:





48

Расставьте продавцов по их типу заинтересованности в продажах:

Самый быстрый способ связи — мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max

Help@disynergy.ru | +7 (924) 305-23-08