



УТВЪРДИЛ  
ДИРЕКТОР:

/М. Георгиева/



## **КОНСПЕКТ**

ПО МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМА. – 12 клас

(ПРИРАВНИТЕЛНИ, ПОПРАВИТЕЛНИ, ПРОМЯНА НА ОЦЕНКА, САМОСТОЯТЕЛНА  
ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ, ОФОРМЯНЕ НА ГОДИШНА ОЦЕНКА)

### **Раздел I.**

#### ***ВЪВЕДЕНИЕ В МАРКЕТИНГА***

**1. Същност и значение на маркетинга.** Произход на понятието маркетинг. Същност на понятието маркетинг. История на маркетинга

**2. Маркетинг в туризма** – поява, развитие и особености. Същност на маркетинга в туризма

**3. Предпоставки за съществуване на маркетинга.** Пазар и пазарна икономика.

**4. Особености на търсенето и на предлагането в туризма.** Търсене в областта на туризма. Предлагане в областта на туризма. Традиционен и модерен маркетинг. SWOT анализ

### **Раздел II**

#### ***МАРКЕТИНГОВА ФИЛОСОФИЯ***

**1. Дистрибуционна политика в туризма.** Видове канали за реализация. Участници в каналите за реализация. Нови канали за реализация. Места (мероприятия) за продажби

### **Раздел III.**

#### ***ПЛАНИРАНЕ НА МАРКЕТИНГА***

**1. Същност на концепциите в маркетинга.** Планиране на маркетинга. Модел на концепция. Аналитична фаза. Организиране на маркетинга. Стратегическа и концептуална фаза. Фаза на конкретизиране и контрол

### **Раздел IV.**

#### ***МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ***



**1. Същност, роля и значение на маркетинговите проучвания.** Съдържание на маркетинговото проучване. Планомерно провеждане на маркетинговото проучване. Информация и информационна система

**2. Маркетингови проучвания чрез метода на допитването.** Анкета. Изисквания при съставяне на анкетния въпросник.

**3. Маркетингови проучвания чрез метода на наблюдение.** Същност и особености на наблюдението. Маркетингови проучвания чрез метода на експеримента.

#### Раздел V.

### **ПРОДУКТОВА ПОЛИТИКА**

**1. Продукт. Същност на понятието продукт.** Равнища на продукта. Жизнен цикъл на продукта.

**2. Туристически продукт.** Същност на понятието туристически продукт. Особенности на туристическия продукт

**3. Етапи в процеса на вземане на решение за покупка.** Фактори, които оказват влияние върху решението за покупка. Продуктова дифузия. Маркетингови стратегии през жизнения цикъл на продукта. Маркетингови стратегии в етапа на въвеждане. Маркетингови стратегии в етапа на растеж. Маркетингови стратегии в етапа на зрелост. Маркетингови стратегии в етапа на спад

#### Раздел VI.

### **ЦЕНОВА ПОЛИТИКА**

**1. Същност на ценовата политика.** Цената в туризма. Фактори на ценообразуване. Вътрешнофирмени фактори на ценообразуване. Външни фактори на ценообразуване. Мерки на ценовата политика. Методи на ценообразуване. Диференциране на цените

#### Раздел VII.

### **ДИСТРИБУЦИОННА ПОЛИТИКА**

**1. Дистрибуционна политика в туризма.** Видове канали за реализация. Участници в каналите за реализация. Нови канали за реализация. Места (мероприятия) за продажби

#### Раздел VIII.

### **КОМУНИКАЦИОННА ПОЛИТИКА**

**1. Инструменти на комуникационната политика.** Насърчаване на продажбите. Връзки с обществеността. Реклама

ИЗГОТВИЛ: Валентина Йорданова

/име, фамилия/