

1. Вопросы для самоконтроля

1. Нарисуйте модель системы туризма Томаса Бигера. Из каких элементов она состоит?
2. Что такое «Туристская дестинация»?
3. Как следует понимать стратификацию дестинации в зависимости от целей и запросов туристов?
4. Какими свойствами обладает дестинация как туристский продукт?
5. Представьте дестинацию как субъект конкуренции и стратегический объект предпринимательства.
6. Перечислите иерархические типы туристских дестинаций, подкрепив их примерами.
7. Дайте определение аттракционному пункту. Приведите примеры аттракционных пунктов в Вашей местности.
8. Какими бывают типы аттракционных пунктов в зависимости от предложения целевых туристских услуг? Приведите примеры разнотипных аттракционных пунктов из отечественной практики.
9. Назовите четыре группы субъектов, осуществляющих продвижение туристских дестинаций.
10. Перечислите основные типы взаимоотношений, которые возникают между ключевыми элементами геоэкономической системы туризма.
11. Перечислите основные направления маркетинга туристских дестинаций.
12. Назовите несколько направлений маркетинговых исследований дестинаций.
13. Сформулируйте пять задач практического маркетинга туристских дестинаций.
14. Назовите уровни организации маркетинга туристских дестинаций.
15. Приведите примеры зарубежных национальных организаций, занимающихся продвижением турпродукта стран. Какие задачи они решают?
16. Назовите три стратегические задачи маркетинга туристских дестинаций на региональном уровне.

17. Назовите уровни организационной структуры системы продвижения регионального турпродукта.
18. Опишите эффект, который достигается благодаря централизованной работе по продвижению турпродукта региона.
19. Перечислите основные функции по продвижению местного турпродукта, которые должен выполнять локальный центр туристского маркетинга.
20. Какие мероприятия осуществляет локальный центр туристского маркетинга? Приведите примеры.
21. На примере парка развлечений Spieleland охарактеризуйте такой инструмент продвижения аттракционного пункта как маркетинговая кооперация.
22. Приведите примеры форм продвижения аттракционных пунктов на рынок потребителей.
23. На примере парка развлечений опишите, каким образом аттракционный пункт превращается в полноценную туристскую дестинацию?