**Завдання до теми**

**Завдання 1.** Багато менеджерів вважають основною метою бізнесу - отримання прибутку, в той час як інші ставлять перед собою мету – створення й утримання клієнтської бази. Поясніть, як ці протилежні точки зору можуть вплинути на взаємини туристичного підприємства зі своїми клієнтами. Якщо менеджер ставить собі за мету залучити і втримати клієнта, чи це означає, що його не цікавить прибуток? Які засоби і прийоми можуть бути використані туристичними підприємствами, щоб зробити свої послуги досяжними для потенційних клієнтів?

**Завдання 2.** Туристична фірма «Х» оголосила конкурс на заміщення вакантної посади керівника служби маркетингу. У числі претендентів на цю посаду виявився пан Іваненко. Вісім років тому він закінчив технічний університет і останні роки займався проблемами маркетингу сільськогосподарських машин і обладнання. На співбесіді пан Іваненко заявив, що туризм за своїми основними характеристиками не має яких–небудь принципових відмінностей від інших форм господарської діяльності. Тому всі основні положення маркетингу можуть бути повною мірою застосовані в туризмі. «Більш того, я не бачу ніяких відмінностей в маркетингу туристичних послуг і сільськогосподарських машин».

**Завдання до кейсу:**

1. Дайте обґрунтування, в чому мав рацію і в чому помилявся пан Іваненко.

2. На які особливості туристичного маркетингу Ви б йому вказали?

3. В літературі існує низка визначень маркетингу в туризмі.

Проаналізуйте їх з точки зору: суб'єктів, сфери застосування, цільової орієнтації, функцій, інтересів суб'єктів маркетингу і т.д.