**Практичне завдання**

**Імідж туристичного підприємства**

На прикладі будь якого туристичного, готельного або ресторанного підприємства покажіть схематично, як формується імідж на основі таких координат: реально наявні та привнесені характеристики; переваги та недоліки підприємства/турпродукту.

Яким чином у процентному співвідношенні мають бути узгоджені реальні та привнесені спеціалістами з просування характеристики сучасного тур підприємства, що дотримується принципу соціальної відповідальності?

Назвіть основні принципи, за якими має формуватися імідж туристичного підприємства. Результати наведіть графічно відповідно до прикладу на рис. 5.

