



УТВЪРЖДАВАМ: .....  
Гергана Япаджиева  
Директор

## **КОНСПЕКТ**

**За провеждане на изпит за определяне на годишна оценка, съгласно чл.29б от НАРЕДБА № 3 от 15.04.2003г. за системата за оценяване (Загл. - ДВ, бр. 73 от 2009 г., в сила от 15.09.2009 г.), издадена от министъра на образованието и науката**

по Маркетинг в туризма /ЗПП/ за XI клас

**Професия:** хотелиер; администратор в хотелиерството; ресторантьор; аниматор в туризма  
**Специалност:** организация на хотелиерството; организация на обслужването в хотелиерството; производство и обслужване в заведенията за хранене и развлечения; кетъринг; туристическа анимация

- I. Форма на обучение: **самостоятелна**
- II. Начин на провеждане на изпита:
  1. Датата, началният час, времето и мястото за провеждане на изпита се определя със заповед на директора.
  2. Изпитът по теоретични предмети се провежда в писмена форма.
  3. Продължителността на писменият изпит е 3 /три/ астрономически часа.
- III. Теми:
  1. Същност, значение и поява на маркетинга. Предпоставки за съществуване на маркетинга. Маркетинг в туризма.
  2. Сегментиране, позициониране и целеви пазар. Маркетинг–микс.
  3. Същност, роля и значение на маркетинговите проучвания. Информация, видове информация. Значение. Маркетингови проучвания чрез метода на наблюдение. Маркетингови проучвания чрез метода на експеримента.
  4. Маркетингови проучвания чрез метода на анкетирането – същност, видове анкети. Разработване на анкетна карта – изисквания.
  5. Туристически продукт. Особенности на туристическия продукт.
  6. Жизнен цикъл на продукта. Особенности на жизнения цикъл на продукта.
  7. SWOT-анализ.
  8. Ценова политика Същност, цели и задачи на ценовата политика. Методи за ценообразуване. Видове цени в туризма.
  9. Същност, цели и задачи на дистрибуционната политика. Канали за дистрибуция – видове, особености. Канали за реализация на туристически продукт.
  10. Същност на комуникационната политика. Елементи. Реклама – същност и особености.
  11. Видове реклама. Рекламни канали и средства.
  12. Пъблик рилейшънс – същност и особености. Пъблик рилейшънс - дейности.

IV. Критерии за оценяване по Маркетинг в туризма

Оценката е:

- Обективна и ясна за ученика;
- Комплексна;
- Има стимулираща функция;
- Отчита обема от знания, умения и социокултурни компетентности;

<i>№</i>	<i>Критерии за оценяване</i>	<i>Показатели</i>	<i>Бр. точки</i>	<i>Общ бр. точки</i>
1	Познава историята, ролята, мястото и значението на маркетинга.	-Оценява ролята на маркетинга и маркетинговите проучвания; -Запознат е с историята и етапите в развитието на маркетинга и туристическия маркетинг в частност.	5 5	10
2	Запознат е с различните видове маркетингови проучвания.	- Оценява значението на информацията в процеса на маркетингови проучвания; -Познава различните методи на маркетингови проучвания.	10 10	20
3	Познава и характеризира туристическия продукт, неговите особености и жизнен цикъл.	-Характеризира туристическия продукт. - Описва фазите на жизнения цикъл на продукта и мястото в него на конкретен туристически продукт.	5 5	10
4	Има познания за различните видове маркетингова политика, маркетингов анализ и мястото на рекламата и пбблик рилейшънса.	-Характеризира особеностите на ценовата, дистрибуционната и др. политики в маркетинга на туристическия продукт; -Обяснява различните видове маркетингов анализ; -Познава елементите на маркетинг-микса и въздействието на рекламата.	10 5 5	20
	<b>ОБЩ БРОЙ ТОЧКИ</b>			<b>60</b>

При оформяне на крайната оценка общата сума на всички получени точки се приравнява към шестобалната система както следва:

1. от 55 до 60 точки – Отличен 6,00;
2. от 45 до 54 точки – Много добър 5,00;
3. от 35 до 44 точки – Добър 4,00;
4. от 30 до 34 точки – Среден 3,00;
5. до 29 точки – Слаб 2,00.

V. Оформяне на оценка по Маркетинг в туризма

Крайната оценка от изпита се формира като средноаритметична от оценките на членовете на училищната комисия по оценяването с точност до единица.

VI. Препоръчителна литература:

- 1.Узунова, М. Н. Ефтимова, Т. Данчева. Маркетинг в туризма, Дионис, София, 2011 г.
- 2.Доганов, Д. Маркетинг в туризма. PRINCEPT, Варна, 1994 г.

Изготвил: Виктория Късовска

.....