

**ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини
«Україна»**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з освітньої діяльності

Оксана КОЛЯДА
« _____ » _____ 20__ р.

**ПРОТОКОЛ
обговорення відкритого заняття**

Викладач к.е.н., Завальнюк К.С.

Кафедра / циклова комісія кафедра управління та адміністрування

Інститут/факультет/філія/коледж Інститут філології та масових комунікацій

Форма навчання денна, спеціальність «Туризм»

Курс I, група ТУ-22-1

Навчальна дисципліна Маркетингова цінова політика в туризмі

Вид заняття лекція

Тема заняття Маркетинг в туризмі

Дата 06.10.2022 р. Початок заняття 10-00 Аудиторія дистанційно

Короткий аналіз відкритого заняття

Лекція вдало побудована з дидактичної точки зору. В ній детально висвітлюється особливості формування ціни в залежності від стратегічної мети конкретного туристичного підприємства. Системно подано основні принципи існуючих цінових політик в туристичній індустрії. Послідовно розкрито вплив фактору конкуренції на прийняття цінових рішень в залежності від структури ринку, від кількості і типів компаній, що на ньому працюють. Доведено, що в політиці протистояння головним чинником зміни цін є зміна цін конкурентів.

Розкрито вплив на вибір політики ціноутворення властивостей послуги, тобто низьких цін стосовно послуг з високою еластичністю попиту, а також політики високих цін - на послуги з унікальними характеристиками, що також залежить від властивостей послуги, яка реалізується.

Зосереджено увагу на ціновій політиці, що базується на знанні психології людей, а також на політиці «зняття вершків», що застосовується до нових товарів і полягає у встановленні максимально можливої початкової ціни.

Висновки

1. Загальна констатація навчального та науково-методичного рівня заняття:

В лекції системно подані питання формування цінової політики в залежності від стратегічної мети конкретного туристичного підприємства. Лекція враховує науково-методологічні підходи до оцінки ефективності основних підходів в ціноутворенні: мінімізація витрат, зростання попиту та протистояння конкурентам. При викладенні лекційного матеріалу використані ілюстративні матеріали і проблемні кейси, що дають наочне уявлення про загальний зміст та принципи маркетингової цінової політики в сфері маркетингу.

2. Рівень проведення заняття: «високий», «достатній», «низький» (потрібне підкреслити або доповнити) високий

Пропозиції щодо вдосконалення рівнів проведення відкритого заняття:

професійного посилювати аналіз діяльності вітчизняного туристичного бізнесу в даному питанні

наукового приділити більше уваги порівнянню ефективності різних маркетингових цінових політик

методичного -

організаційного більше уваги приділити організації дискусії в аудиторії

Відкрите заняття відвідали: посада, ППП, підпис:

1. Дубас Р.Г., завідувач кафедри управління та адміністрування
2. Кутліна І.Ю., професор кафедри управління та адміністрування
3. Семененко О.В., доцент кафедри управління та адміністрування
4. Кулік А.В., доцент кафедри управління та адміністрування

Думка лектора:

З висновками згоден (не згоден – обґрунтувати): згоден

З відгуком ознайомлений: «22» 11 2022 року

Р.Г. Дубас
підпис

Результати відвідування відкритого заняття обговорені на засіданні кафедри управління та адміністрування Протокол № 4 від «22» листопада 2022 р.

Завідувач кафедри

Р.Г. Дубас

Дубас Р.Г.