

Podsumowanie licencjackiej

pracy

z pracy na temat wpływu reklamy na rozwój turystyki

Marketing w turystyce to systematyczne i skoordynowane nastawienie polityki przedsiębiorstw, a także polityki turystycznej organizacji publicznych i prywatnych w skali lokalnej, regionalnej, krajowej i międzynarodowej, na zaspokajanie, w możliwie największym stopniu, potrzeb określonych grup konsumenckich, przy uzyskaniu umiarkowanego zysku.

Reklama w turystyce powinna budzić zapotrzebowanie na oferowane usługi i ukierunkowywać istniejący popyt na określoną podaż, a także spełniać funkcję informacyjną. Aby reklama w turystyce mogła spełniać oczekiwania, musi przyciągać uwagę, informować, zachęcać, być zrozumiała, lekka, rzeczowa, bliska nadawcy, prawdziwa, aktualna, wiarygodna, przyzwoita itp. Wszystkie te cechy są komplementarne.

Podstawowym zadaniem promocji jest więc dostarczenie na rynek informacji kreujących zapotrzebowanie na usługi turystyczne. Ci, którzy się promują, mają zatem większe szanse na zwiększenie wolumenu i wartości sprzedaży. Praktyka gospodarcza dostarcza również wielu przykładów i dowodów na to, że dzięki odpowiednim działaniom promocyjnym nawet gorsze jakościowo oferty mogą znaleźć pierwszeństwo u nabywców. Z góry wiadomo, że takie postępowanie nie przyniesie długotrwałych efektów. Niemniej jednak niektórym firmom turystycznym daje to możliwość działania i egzystencji przynajmniej do czasu, gdy klienci całkowicie stracą do nich zaufanie.

Zagadnienie promocji w turystyce jest znacznie bardziej złożone i nie dotyczy wyłącznie wytwórców usług. Włączają się w nią również inne podmioty, co wynika między innymi z mechanizmu zaspokajania potrzeb turystycznych. Turyści realizują swoje pragnienia przede wszystkim w rezultacie przebywania w atrakcyjnej dla nich przestrzeni geograficznej, czerpiąc korzyści z jej cech, takich jak klimat, ukształtowanie powierzchni, krajobrazy, nagromadzenie zabytków itp.

Promocja turystyki oznacza zespół środków za pomocą, których firma turystyczna komunikuje się z rynkiem (przekazuje informacje, kształtuje potrzeby, ukierunkowuje popyt). Dzięki promocji turystycznej mamy możliwość wykreowania pozytywnego wizerunku regionu zgodnie z strategią rozwoju danego województwa, wzrost ruchu turystycznego przyjazdowego krajowego i zagranicznego oraz wsparcie lokalnych inicjatyw mających na celu poszerzenie oferty turystycznej regionu.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.