

## STUDENSKI ZADATAK

### DIFERENCIJACIJA PROIZVODA TRODNEVNOG PAKET ARANŽMANA NA KULTURNOM LOKALITETU POSREDSTVOM SEGMENTACIJE TRŽIŠTA

**Uvod u zadatak:** Turističko tržište obilježeno je sve većom razinom konkurencije. S ciljem zadržavanja postojeće tržišne pozicije ili pak jačanja pozicije, kulturni lokalitet trebaju odgovoriti na tržišne izazove. Diferencijacija je strategija proizvoda kojom se nastoji ostvariti efekt različitosti po kojoj naš proizvod odstupa od ostalih. Diferencijacija se može temeljiti na fizičkim ili psihološkim atributima. Druga strategija proizvoda je segmentacija tržišta kojom nastojimo ući u dubinu tržišta te identificirati tržišni segment koji unutar sebe homogen, a heterogen u odnosu na ostale segmente. Segmentacija tržišta može se provesti na temelju soci demografskih i psiholoških karakteristika potražnje. No, navedene dvije strategije mogu se kombinirano primijeniti pa se proizvod može diferencirati na način da se prilagodi specifičnom tržišnom segmentu. Upravo to je Vaš zadatak. Dakle, fokus ovog paket aranžmana treba biti na odabranom kulturnom lokalitetu za specifični tržišni segment kako bi isti stvorio motiv dolaska u destinaciju.

#### 1. FAZA – Prijavna faza s Word dokumentom

1. Odaberite kulturni lokalitet po vašem izboru te opišite lokalitet (150 – 200 riječi)
2. Odaberite tržišni segment te obrazložite vaš odabir (150 – 200 riječi)
3. Izradite itinerar trodnevni paket aranžman po kulturnom lokalitetu pri tome opišite specifičnost pristupa aktivnosti kojim se paket diferencira od ostalih vođenih paket aranžmana tim lokalitetom i potpuno udovoljava specifičnosti/potrebe tržišnog segmenta (350 – 500 riječi)

**ROK DOSTAVE WORD DOKUMENTA (1.FAZA): 15.SRPNJA 2024. putem emaila: [direktor.tzsolin@solin-info.com](mailto:direktor.tzsolin@solin-info.com)**

#### 2. FAZA – Natjecateljska faza s PowerPoint online prezentacijom – prezentira samo prvih 10 izabranih ocjenama žirija

1. Izradite PowerPoint prezentaciju temeljem Vašeg Word dokumenta (10 – 15 minuta).