Pengantar Pemasaran Pariwisata

PERTEMUAN KE 7

Pemasaran Berbasis Pengelolaan Asset dan Kompetensi

Pemasaran telah mengalami beberapa perkembangan mulai dari fungsi distribusi, kemudian berfokus pada kebutuhan pelanggan, konsep berbasis pasar dan strategi dan yang merupakan pendekatan antara individu dan Perusahaan.

Pendekatan Klasik

a. *Institution-oriented* berfokus pada berbagai jenis pabrik dalam perdagangan dan penelitian
b. *Product type-oriented,* mempertimbangkan produk tertentu (barang konsumsi, barang industry, jasa dll) berkonsentrasi pada keputusan peasaran
c. *Function-oriented* memberikan prioritas kepada kontekstual, geografis dan objek terkait fungsi pemasaran tertentu

Pendekatan modern

a. *Behavior-oriented* sesuai dengan penelitian yang di lakukan di bidang perilaku konsumen dan pelanggan
b. *Decision-oriented* meletakan dasar masalah pemasaran tertentu (logika keputusan, evalusai alternatif, jawaban yang diberikan terhadap tantangan lingkungan, target dan alat system
c. *System-oriented* evaluasi analisis system yang berhubungan dengan pasar, hubungan pertukaran antara unsur-unsur system dan perilaku system
d. *Situation-oriented* menentukan perlukan adaptasi lingkungan ditentukan berkaitan dengan pengalaman teori organisasi.

Pendekatan modern baru

a. *New institutional* berurusan dengan berbagai bidang parsial : kekurangan pasar pengembangan potensi pasar
b. *Information economics* kinformasi spesifik dari ketidakpastian pasar dan struktur resiko.
c. *Process-oriented* membagi aktivitas Perusahaan ke dalam pandangan produk
d. *Relationship-oriented* hubungan antara produsen dan konsumen
e. *Society-oriented*
   - *Organizational dynamic-oriented*
   - *Competence-oriented*

☺ END ☺

Thanks for attention

See you next week