**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ УСРС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ»**

**Тема 1. Туристическая дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции (ЛК 2 ч. / ПЗ 2 ч.)**

1. Изучите теоретический материал темы на основе списка литературы и Учебно-методической карты (см. программу).
2. Для определения степени овладения материалом ответьте на вопросы и тесты для самоконтроля по теме (см. ниже и соответствующий раздел материалов для контроля). При этом учтите, что данные вопросы не предусматривают ответы более, чем из 3-5 фраз.
3. Выберите для дальнейшей работы над заданиями темы и учебной дисциплины одну из сфер туриндустрии (туристическая деятельность, деятельность средств размещения, общественное питание, оздоровительная, санаторно-курортная деятельность и т.д.), которая в большей степени соответствует Вашей специализации или уровню знаний о происходящих в ней процессах.

***Вопросы для самоконтроля***

1.Дестинация в системе туризма

2.Типология туристических дестинаций

3.Аттракционный пункт как локальная туристическая дестинация

1. Туристические ресурсы как фактор развития дестинаций

2. Компетенции как фактор конкурентоспособности локальной туристической дестинации

3. Жизненный цикл туристической дестинации

4. Формирование туристических кластеров дестинаций

**Тема 2. Классификация видов туристской деятельности Специальные виды туризма (ЛК 2ч. / ПЗ 4 ч.)**

1. Изучите теоретический материал темы на основе списка литературы и Учебно-методической карты (см. программу).
2. Для определения степени овладения материалом ответьте на вопросы для самоконтроля по теме (см. Ниже). При этом учтите, что данные вопросы не предусматривают ответы более, чем из 3-5 фраз.
3. Подготовьтесь к выполнению практических заданий темы.

***Вопросы для самоконтроля***

1. По каким признакам разработаны определения понятия «туризм»?
2. Дайте определение понятия «туризм».
3. Перечислите основные мотивы и цели туризма.
4. Каковы основные этапы развития туризма?
5. Что такое конвейерный и дифференцированный туризм?
6. Назовите основные классификационные признаки туристской деятельности.
7. Что такое специальные виды туризма?
8. Охарактеризуйте наиболее распространенные специальные виды туризма.
9. Назовите наиболее массовые виды международного туризма.
10. Какие разновидности туризма относятся к деловому туризму?
11. Что такое транзитный туризм? Приведите примеры.
12. Перечислите основные виды туризма по цели поездки.

**Тема 3. Методические подходы к выявлению перспективных видов туризма на основе изучения спроса (ЛК 2ч. / ПЗ 6 ч.)**

1. Изучите теоретический материал темы на основе списка литературы и Учебно-методической карты (см. программу).
2. Для определения степени овладения материалом ответьте на вопросы для самоконтроля по теме (см. Ниже). При этом учтите, что данные вопросы не предусматривают ответы более, чем из 3-5 фраз.
3. Подготовьтесь к выполнению практических заданий.

***Вопросы для самоконтроля***

1. Выделите 2 основные группы методов, использующихся при анализе стратегической ситуации на рынке
2. Какие инструменты относятся к матричным методам оценки портфеля
3. Какие инструменты относятся к методам позиционирования положения
4. Назовите основные достоинства и недостатки матрицы БКГ
5. Чем матрица МакКинси дополняет матрицу БКГ
6. Назовите стратегические альтернативы при выборе направлений роста по И.Ансоффу
7. Что предлагает Д.Абель, развивая подход И.Ансоффа.
8. Виды и принципы проведения маркетинговых исследований.
9. Основы методологии исследований туристического рынка. Объекты рыночного исследования.
10. Организация исследования рынка.
11. Этапы исследования рынка.
12. Каковы области применения количественных методов исследований в туризме? Ответ обоснуйте.
13. Какие структурные элементы следует предусмотреть при разработке анкеты?
14. Каково назначение контрольных вопросов в анкете?
15. Какие типы закрытых вопросов могут быть включены в анкету?
16. Для формулировки каких вопросов наиболее часто применяются шкалы?
17. Каково назначение контактных вопросов при проведении анкетирования?
18. Что представляет собой интервальная шкала? Приведите примеры вопросов с интервальной шкалой.
19. Какова методика проведения структурированного интервью?
20. Какая роль отводится интервьюеру при проведении стандартизированного интервью?
21. Каковы области применения качественных методов исследований в туризме? Ответ обоснуйте.
22. В чем заключается сущность экспертного метода? Когда он, по вашему мнению, наиболее эффективен?
23. Каковы достоинства и недостатки метода фокус-группы?
24. В чем состоит различие лабораторного и полевого эксперимента?
25. Каковы направления использования метода фокус-групп? Опишите несколько направлений.
26. Какие требования предъявляются к экспертам?
27. Обоснуйте возможности и направления использования метода наблюдения в гостинице.
28. В чем заключается сущность экспертного метода? В каких случаях он наиболее эффективен?
29. Как может быть определена численность экспертной группы? Какое число экспертов считается оптимальным?

***Практические задания:***

*Задание 1.* Разработайте анкету для проведения опроса с целью изучения потребностей любителей велотуризма. Используйте открытые и закрытые формы вопроса, шкалы измерений при формулировке отдельных вопросов.

*Задание 2.* Представьте развернутую сравнительную характеристику методов интервьюирования, укажите достоинства и недостатки личного интервью, по почте, по телефону.

*Задание 3.*Руководство одной из курортных гостиниц обратило внимание на общий спад количества туристов и на уменьшение среднего времени их пребывания в гостинице в последние три года. При этом туристский бизнес на курорте находился на подъеме. Было принято решение провести специальное исследование и определить отношение клиентов к качеству обслуживания в гостинице. Не желая причинять неудобства гостям, администрация решила действовать следующим образом: в каждый номер планировалось доставить объявление, извещающее проживающих о цели, времени и месте исследования. Желающие участвовать в опросе должны были проследовать в холлы гостиницы, где планировалось установить специальные столы. Оцените действия администрации. Предложите альтернативные варианты получения необходимой информации.

**Тема 4. Оценка туристического потенциала и определение туристической стратегии с учетом перспективных видов туризма (ЛК 2ч. / ПЗ 6 ч.)**

1. Изучите теоретический материал темы на основе списка литературы и Учебно-методической карты (см. программу).
2. Для определения степени овладения материалом ответьте на вопросы для самоконтроля по теме (см. Ниже). При этом учтите, что данные вопросы не предусматривают ответы более, чем из 3-5 фраз.

***Вопросы для самоконтроля***

1. Понятие туристического пространства
2. Глобализация как фактор формирования современной среды маркетинга дестинаций
3. Концепция поляризации мирового туристического пространства
4. Оценка положения туристической дестинации в туристском пространстве.
5. Факторы развития туризма как рынка сбыта услуг дестинаций
6. Методы изучения туристских потоков
7. Выявление основных и перспективных географических рынков дестинаций
8. Методика расчета индексов туристической избирательности и приоритетности рынка сбыта турпродукта дестинации

**Тема 5. Операционные инструменты реализации стратегии перспективного туризма (ЛК 1ч. / ПЗ 4 ч.)**

1. Изучите теоретический материал темы на основе списка литературы и Учебно-методической карты (см. программу).
2. Для определения степени овладения материалом ответьте на вопросы для самоконтроля по теме (см. Ниже). При этом учтите, что данные вопросы не предусматривают ответы более, чем из 3-5 фраз.
3. Выполните индивидуальные задания, указанные в материалах для проведения занятий

***Вопросы для самоконтроля***

1. Сущность бренда туристической дестинации

2. Разработка бренда и бренбук

3. Неформализованные бренды туристических дестинаций

4. формализованные бренды туристических дестинаций

**Тема 6. Продвижение туристических комплексов и территорий на перспективных рынках (ЛК 2ч. / ПЗ 4 ч.)**

1. Изучите теоретический материал темы на основе списка литературы и Учебно-методической карты (см. программу).
2. Для определения степени овладения материалом ответьте на вопросы для самоконтроля по теме (см. Ниже). При этом учтите, что данные вопросы не предусматривают ответы более, чем из 3-5 фраз.
3. Подготовьтесь к выполнению практического задания по разработке мер по улучшению продвижения дестинации.
4. Выполните индивидуальные задания, указанные в материалах для проведения занятий

***Вопросы для самоконтроля***

1. Система интернет-инструментов продвижения дестинаций

2. Контекстная реклама и поисковое продвижение дестинаций

3. Коммуникационные свойства сайтов дестинаций