

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя»
(РИЗП)**

РАССМОТРЕНО И СОГЛАСОВАНО
на заседании кафедры «Маркетинг»
протокол № 5 от 10.12.2015 г.
Зав. кафедрой «Маркетинг»



к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации самостоятельной работы студентов по проведению
практических (семинарских) занятий
по дисциплине (модулю)

Мировой рынок туризма

код и наименование направления подготовки (специальности)	43.03.02 Туризм
направленность (профиль)	Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

**Ростов-на-Дону
2017 г.**

Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) «Мировой рынок туризма» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14.12.2015 N 1463.

Автор(ы):

к.э.н., доц. Левчук В.В.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Тема 1. Общие понятия. Описание туристского рынка

Задания для занятий семинарского типа

Задания для занятий семинарского типа

1. Описания туристского рынка.
2. Туроператор – центральная фигура на туристском рынке.
3. Туризм как общественное движение.
4. Антиномия туризма.
5. Регламентация деятельности на туристском рынке.
6. Сегментация туристского рынка.

Задания для самостоятельной работы

1. Основные направления менеджмента туристских предприятий.
2. Основные функции туристских организаций: комплектующая, сервисная, гарантийная.
3. Роль и место турагента и туроператора на туристском рынке.

Тема 2. Обязательные постановления туристских агентств

Задания для занятий семинарского типа

1. Обязательные международные и национальные постановления.
2. Международное регулирование туристской деятельности.
3. Международные ассоциации.
4. Шенгенское соглашения.

Задания для самостоятельной работы

1. Цели, функции и управления туристскими агентствами.
2. Новые организационные формы управления туристскими агентствами.

Тема 3. Техническая установка и внутренняя организация туристских агентств.

Задания для занятий семинарского типа

1. Туроператоры и турагенты на международном рынке.
2. Основные различия между туроператором и турагентом.

Задания для самостоятельной работы

1. Основные задачи турагентства.
2. Виды деятельности туроператоров.
3. Рентабельность туристских агентств.
4. Анализ жизнедеятельности туристских агентств.
5. Внутренняя структура туристских агентств.

Тема 4. Разработка и продвижение туристского продукта

Задания для занятий семинарского типа

1. Туристский пакет.
2. Специфика туристского продукта.
3. Структура туристского продукта.
4. Технология формирования туров.
5. Типы «туристских продуктов».
6. Маршрут, тур, услуги, товары.

Задания для самостоятельной работы

1. Технология продвижения и стимулирования продаж.
2. Методы продажи.
3. Место встречи продавца и покупателя.
4. Характер контакта.
5. Метод электронных продаж.
6. Информационные технологии в туризме.

Тема 5. Обеспечение качества туристского продукта.

Задания для занятий семинарского типа

1. Понятие качества. Стандарт, ИСО.
2. Требование к качеству туристского продукта.
3. Сертификация – осуществление государственного контроля за соблюдением стандартов.
4. Проблемы качества туристского продукта.
5. Условия создания качественного сервиса на туристском предприятии.

Задания для самостоятельной работы

1. Комфорт как ключевой инструмент в создании качественного туристского продукта: информационный комфорт, экономический комфорт, эстетический комфорт, бытовой комфорт и психологический комфорт.

Тема 6. Маркетинговая стратегия на туристском предприятии

Задания для занятий семинарского типа

1. Формирование маркетинговой стратегии.
2. Организационная структура туристского агентства.

Задания для самостоятельной работы

1. Планирование целей предприятия.
2. Жизненный цикл продукта.

Тема 7. Реклама туристских услуг.

Задания для занятий семинарского типа

1. Реклама туристских услуг и формирование спроса на туристские услуги.
2. Особенности и значение рекламы в сфере туризма.
3. Виды и классификация туристской рекламы и их роль.

Задания для самостоятельной работы

1. Использование рекламных средств для продвижения туристского продукта.
2. Туристская реклама в России и зарубежных странах.

Тема 8. Основы теории международной торговли и мировой экономики.

Задания для занятий семинарского типа

1. Экспорт и импорт Международная торговля услугами.
2. Формирование национальной торговой политики и международное сотрудничество в области туризма.
3. Особенности международных соглашений в сфере услуг.
4. Регулирование международной туристической бизнес-деятельности.
5. Международные организационные структуры и контроль.

Задания для самостоятельной работы

1. Влияние культуры на деятельности международной компании на рынках туризма и гостеприимства.
2. Ценности и установки.
3. Особенности странового ведения бизнеса.
4. Новые туристические продукты в международном туристическом бизнесе.

Тема 9. Транспортное обеспечение международного туризма.

Задания для занятий семинарского типа

1. Особенности деятельности международных компаний-перевозчиков.
2. Международные круизные компании на рынки туризма и гостеприимства.

Задания для самостоятельной работы

1. Комплексные решения для круизных компаний.

Тема 10. Организация международного туристического бизнеса.
Задания для занятий семинарского типа

1. Роль и значение технологий международного бизнеса. Выбор технологии международного бизнеса для проникновения на внешний рынок.
2. Посредники в международном туристическом бизнесе. Международное лицензирование, преимущества и недостатки.
3. Лизинг как технология международного бизнеса.
4. Сущность лизинга и его функции. Виды лизинговых сделок.
5. Порядок осуществления лизинговой сделки. Лизинговые компании

Задания для самостоятельной работы

1. Основные вопросы международного франчайзинга. Специализированные способы проникновения в международном бизнесе.
2. Прямые иностранные инвестиции.
3. Стратегия строительства новых объектов, приобретение существующих, совместные предприятия и др.