



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к практическим работам
по дисциплине

«Организация туризма на международном рынке»

Автор

Экиниль Г.Е.

Ростов-на-Дону, 2016



Аннотация

Методические указания к практическим занятиям предназначены для студентов направления подготовки 43.03.02 «Туризм» очной формы обучения.

Авторы



Кандидат педагогических наук, доцент
Экиниль Г.Е.



Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
Тематический план семинарских занятий	6
Практическое занятие №1.....	6
Практическое занятие №2.....	7
Практическое занятие №3.....	9
Практическое занятие №4.....	10
Практическое занятие №5.....	11
Практическое занятие №6.....	12
Практическое занятие №7.....	14
Практическое занятие №8.....	15
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	17
Экзаменационные вопросы	17

ВВЕДЕНИЕ

Семинар (лат. *seminarium* - рассадник) - вид практических занятий, который предусматривает самостоятельную проработку студентами отдельных тем и проблем в соответствии содержания учебной дисциплины и обсуждение результатов у этого изучения, представленных в виде тезисов, сообщений, докладов, рефератов и т.д.

Проведение семинарских занятий позволяет решать следующие дидактические цели:

- оптимально сочетать лекционные занятия с систематической самостоятельной учебно-познавательной деятельностью студентов, их теоретическую подготовку с практической;

- развивать умения, навыки умственной работы, творческого мышления, умения использовать теоретические знания для решения практических задач;

- формировать у студентов интерес к научно-исследовательской работе и привлечения к научным исследованиям, которые проводит кафедра;

- обеспечивать системное повторение, углубление и закрепление знаний студентов по определенной теме;

- формировать умения и навыки осуществления различных видов будущей профессиональной деятельности;

- осуществлять диагностику и контроль знаний студентов по отдельным разделам и темам программы, формировать умения и навыки выполнения различных видов будущей профессиональной деятельности

Семинарские занятия выполняют следующие основные функции:

- учебную (углубление, конкретизацию, систематизацию знаний, усвоенных во время лекционных занятий и в процессе самостоятельной подготовки к семинару);

- развивающую (развитие логического мышления студентов, приобретение ими умений работать с различными литературными источниками, формирование умений и навыков анализа фактов, явлений, проблем и т.д.);

- воспитательную (воспитание ответственности,

Организация туризма на международном рынке

работоспособности, воспитание культуры общения и мышления, привитие интереса к изучению конкретной дисциплины и к профессии, формирование потребности рационализации и учебно-познавательной деятельности и организации досуга)

- диагностически-коррекционную и контролирующую (контроль за качеством усвоения студентами учебного материала, выявление пробелов в его усвоении и их преодоления).

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие №1

СТАТИСТИКА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

туристское прибытие, ночевка, расходы на международный туризм, поступления от международного туризма, учет на границе, регистрация прибытий в средствах размещения, банковский метод учета, специально организуемые наблюдения туристских потоков и расходов, выборка, опрос, дневниковый метод наблюдения.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Совпадает ли число туристских прибытий с количеством посетителей в отдельно взятой стране за год? Почему страны ведут учет объема туристских потоков по прибытиям, а не по посетителям?

2. Как рассчитать продолжительность пребывания всех посетителей в стране и общую сумму валютных поступлений от международного туризма?

3. Чем можно объяснить большие различия в продолжительности пребывания международных туристов по странам мира?

4. Как вы думаете, одинаковые ли туристские расходы несут страны Северной и Южной Европы? Назовите несколько причин, по которым одна часть Старого Света тратит на международный туризм больше, чем другая.

5. Какие формы организации статистического наблюдения вам известны?

6. В чем состоят достоинства и недостатки основных методов сбора информации о международном туризме?

7. Проведите тщательный анализ анкеты. В приведенных ниже вопросах найдите ошибки и исправьте их.

- Как часто вы путешествуете?

а) *За рубежом*

б) *По своей стране*

- Не могли бы вы назвать размер своего дохода за последний год с точностью до сотни рублей?

Организация туризма на международном рынке

- С какой целью вы выезжали за границу?

а) На отдых

б) В поисках работы

в) Для посещения родственников и друзей

- Какова средняя продолжительность ваших поездок?

а) От 0 до 3 суток

б) От 3 до 7 суток

в) От 7 до 28 суток

8. Разработайте самостоятельно анкету для сбора первичной информации о туристских потоках, их объеме и структуре. Проверьте правильность ее составления, обратите внимание на целесообразность включения предложенных вами вопросов в анкету. Определите:

- Помогает ли ответ на каждый из поставленных вопросов достичь цели обследования?

- Является ли формулировка вопросов краткой, ясной и однозначной?

- Не содержатся ли в формулировках слова, термины, которые могут быть непонятны респонденту? Как их заменить, не исказив смысла вопроса?

- Нет ли скопленных однотипных вопросов, способных вызвать ощущение монотонности и утомления у респондентов?

- Соблюден ли принцип расположения вопросов от простых («контактных») в начале анкеты к сложным? Задаются ли они в логической последовательности?

- Не вызывают ли вопросы отрицательных эмоций у респондента (неприятных ассоциаций, печальных сопоставлений и т.д.)?

- Не задевают ли они достоинства и самолюбия человека?

- Не забыли ли вы включить в анкету варианты ответов на вопросы?

9. Перечислите основные направления совершенствования статистики международного туризма.

Практическое занятие №2

ТУРИСТСКИЙ СПРОС

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

сегментирование туристского рынка, целевая аудитория,

Организация туризма на международном рынке

кластерный анализ, иерархия потребностей, туристский спрос, эластичный туристский спрос, неэластичный туристский спрос, туристский спрос единичной эластичности, эластичность туристского спроса по цене, эластичность туристского спроса по доходу, эластичность туристского спроса по времени.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Дайте определение сегментирования рынка. Почему необходимо сегментировать туристский рынок?

2. Назовите главные признаки сегментирования туристского рынка.

3. Предположите, что вы открываете туристскую фирму, которая будет заниматься организацией приключенческих туров (например, предлагать клиентам отправиться на поиск кладов). Проведите сегментирование туристского рынка, выберите целевую аудиторию и кратко ее охарактеризуйте.

4. Какие факторы определяют выбор потребителем туристской дестинации?

5. Приведите примеры, подтверждающие динамизм туристского спроса.

6. Влияет ли состояние транспортной системы страны на эластичность туристского спроса?

7. Известно, что ЭСЦ для зарубежного тура равна - 2. Рассчитайте, на сколько процентов изменится величина спроса на него, если цена возрастет на 10%.

8. Дано: ЭСД для путешествий американцев за границу равна 3. Определите, на сколько процентов изменится объем спроса, если доходы населения сократятся на 2%.

9. Известно, что в стране А 15% туристских поездок за рубеж совершается в страну Б. Если страна Б Подешевеет на 10%, например, в результате установления нового обменного курса валюты при прочих равных условиях, туристский поток в нее возрастет на 10-20%. Как в этом случае изменится доля страны Б на рынке выездного туризма страны А?

10. Представьте, что страна Х девальвировала свою валюту на 10%, а ее внутренние цены выросли на 6%. Как, по-вашему, эта ситуация отразится на въездном потоке туристов?

Практическое занятие №3

ГЕОГРАФИЯ ТУРИСТСКОГО СПРОСА

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

пространственная структура туризма, внутрирегиональный туристский обмен, межрегиональные туристские потоки, ин센див-туризм, конгрессно-выставочный туризм, религиозный туризм, паломничество, лечебно-оздоровительный туризм, бальнеологический курорт, грязевой курорт; приморский курорт.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Покажите на географической карте туристские регионы и субрегионы мира.

2. Изобразите на контурной карте основные туристские потоки в Европе, Америке и Азиатско-Тихо-океанском регионе.

3. Назовите причины, по которым в большинстве туристских макрорегионов мира внутрирегиональный туристский обмен преобладает над межрегиональным. Как меняется их соотношение?

4. Какая страна мира лидирует по количеству туристских прибытий? Выберите правильный ответ: *США, Франция, Германия, Япония, Испания.*

5. Какая нация является самой путешествующей в мире?

6. В чем состоят особенности пространственного распределения туристских потоков с целью отдыха и развлечений?

7. Разработайте туристский маршрут для группы российских студентов по одной из стран мира.

8. Что такое инсендив-туры и какова их география?

9. Какие вы знаете специализированные туристские выставки и биржи?

10. Отметьте на контурной карте крупнейшие санаторно-курортные центры мира. Дайте им краткую характеристику.

11. Чем можно объяснить рост спроса западных туристов на курортное лечение в странах Центральной и Восточной Европы?

12. Назовите основные туристские центры Франции. Какова их туристская специализация?

13. Покажите на географической карте главные центры паломничества в мире. Назовите наиболее почитаемые святыни

трех мировых религий.

Практическое занятие №4

СПЕЦИФИКА И СОСТАВ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

туристская индустрия, либерализация авиаперевозок, хаб, центрально-радиальная система маршрутов, политика «открытого неба», средства размещения туристов, отель, мотель, бунгало, кемпинг, таймшер, американский план, континентальный план, европейский план, обслуживание «А ля карт», табльдот, шведский стол, тематический парк, канал сбыта, посредник, туроператор, турагент

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Назовите основные секторы туристской индустрии.
2. Определите, о каком виде транспорта идет речь.
Это — сухопутный, наиболее экономичный вид общественного транспорта. Потребителем его услуг являются преимущественно малообеспеченные слои населения. В XIX в. его развитие стимулировало поездки на курорты.
3. Какова история железнодорожного транспорта в России? Перечислите факторы, определяющие его развитие в будущем.
4. Что такое дерегулирование рынка авиаперевозок?
5. Что представляет собой центрально-радиальная система авиамаршрутов? Каковы ее преимущества?
6. Назовите ведущие авиакомпании в мире.
7. Какие средства размещения туристов вам известны? В чем состоят преимущества каждого из них?
8. Что обусловило упадок классических парков отдыха на Западе?
9. Объясните успех тематических парков в мире.
10. Охарактеризуйте каналы сбыта в индустрии туризма.
11. Каковы главные различия между классическими туроператорами и турагентствами?

Практическое занятие №5

СОВРЕМЕННЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ МИРОВОЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Информационные технологии, Всемирная информационная паутина, сайт, сервер, провайдер, система управления дестинацией, глобальная дистрибьютерная система, глобальная компьютерная система бронирования, электронная коммерция, бронирование в режиме «он – лайн», мегасайты туристской информации.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

Раскройте значение информационных технологий для развития туризма.

2. Оцените эффективность применения информационных технологий в индустрии туризма.

3. Согласны ли вы с таким утверждением: «Интернет открывает новую информационную эру»? Обоснуйте свою позицию.

4. Назовите преимущества использования Всемирной информационной паутины, а также ее недостатки на современном этапе развития.

5. Каковы последствия проникновения Интернет в индустрию туризма? Есть ли будущее у турагентов?

6. Составьте электронную брошюру о каком-нибудь отеле, ресторане или туре с учетом широких возможностей Интернет.

7. Во время практики на туристской фирме или в отеле выясните, оснащены ли они информационными технологиями, какими (в случае положительного ответа). Постарайтесь приобрести навыки работы с ними.

8. Обсудите вопрос о роли и месте человека в компьютеризированном мире третьего тысячелетия.

9. В главе приведены сетевые адреса туристских сайтов. Они будут вам полезны при написании курсовых и дипломных работ. Интересующую информацию вы также сможете найти на следующих сайтах:

Всемирная туристская организация: <http://www.world-tourism.org>

Организация туризма на международном рынке

Всемирный совет по путешествиям и туризму:
<http://www.wttc.org>

Европейская комиссия: europa.eu.int/comm/index.htm Сайт содержит информацию о развитии туризма в Европе

Отель в режиме реального времени: <http://www.hotel-online.com> Ежедневные новости о туристской индустрии

Гостиничная цепь «Хилтон Хоутелз Корпорейшн»:
<http://www.hilton.com>

Гостиничная цепь «Марриот Интернешнл»:
<http://www.marriott.com>

Гостиничная цепь «Аккор»: <http://www.hotelweb.fr>

Известная американская туристская фирма «Томас Кук» разместила в Интернете свой новый сайт, предоставляющий туристам возможность выбора и оплаты пакета услуг на выгодных условиях: <http://www.thomascook.co.uk>

Консультативная группа по вопросам туризма «Tourism Advisory Group» (TAG): <http://www.tag-group.com>

Сайт «Map Quest» поможет спланировать маршрут путешествия (например, предложит способы не попасть в автомобильные пробки в Европе и США):
<http://www.marquest.com>

Требования к оформлению виз вы найдете по следующему сетевому адресу: <http://travel.state.gov>

Информация о конвертации различных валют дается на сайте: <http://www.xe.net/currency>

Электронный путеводитель «Rough Guides» содержит описание более 4000 достопримечательностей. Посетители сайта могут поделиться своими впечатлениями об увиденном на страницах специального интерактивного журнала:
<http://www.roughguides.com>

В библиотеке путешествий можно прочитать заметки любителей путешествий об их приключениях в разных странах:
<http://www.travel-library.com>

Практическое занятие №6

ТУРИСТСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

туристское предложение, постоянные затраты, постоянные

Организация туризма на международном рынке

издержки, переменные затраты, переменные издержки, производственная функция, краткосрочный временной интервал, долгосрочный временной интервал, закон убывающей доходности, экономия от масштаба производства, точка равновесия

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Объясните, в чем состоит различие в восприятии туристского продукта потребителями и производителями.

2. Назовите отличительные черты туристского продукта.

3. Дайте определение жизненному циклу туристского продукта. Перечислите стадии развития туристского продукта и дайте им краткую характеристику.

4. Проведите небольшое социологическое обследование. Опросите работников туристского бизнеса, какие цели преследуют их компании.

5. Чем определяется поведение фирмы на туристском рынке?

6. Разделите издержки владения и эксплуатации парка аттракционов на постоянные и переменные.

7. Есть ли разница между применяемыми туристской компанией факторами производства и складывающимися издержками?

8. В чем состоит различие структуры производственных издержек гостиничных предприятий и транспортных компаний, с одной стороны, и турагентств и национальных туристских администраций, с другой?

9. На практике поинтересуйтесь структурой затрат туристской компании. Предложите пути снижения производственных издержек.

10. Обсудите плюсы и минусы стратегии ценовой дискриминации на примере работы авиакомпании, устанавливающей различные тарифы на билеты для разных категорий авиапассажиров.

11. Какие вы знаете методы определения загрузки отеля?

12. Кто несет бремя туристских налогов — посетители или поставщики туристских услуг?

13. Объясните, как регулирование курса обмена валюты может повлиять на равновесие на туристском рынке.

14. Назовите факторы, обуславливающие различия в

Организация туризма на международном рынке

характере туристского предложения в краткосрочном и долгосрочном временных интервалах.

15. Каковы причины неустойчивости туристской экономической системы в долгосрочном временном интервале?

Практическое занятие №7

СТРУКТУРА ТУРИСТСКОГО РЫНКА

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

рыночная структура, совершенная конкуренция, чистая монополия, олигополия, монополистическая конкуренция, продуктовая дифференциация, картель, концентрация производства, интеграция, горизонтальная интеграция, вертикальная интеграция, комплементарная интеграция, диверсификация, конгломерация

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Назовите формы рыночных структур в туризме. Дайте им краткую характеристику и приведите примеры.

2. Какие факторы влияют на структуру туристского рынка?

3. Изменилась ли структура отечественного рынка туризма по сравнению с советским периодом? Какую структуру имеет туристский рынок в России сегодня?

4. Опишите ситуацию, сложившуюся на рынке турагентских (гостиничных) услуг в вашем городе, районе или республике. Попытайтесь определить форму рыночной структуры розничного туристского (гостиничного) бизнеса. В этом вам помогут следующие характеристики: число продавцов (покупателей), возможные барьеры, препятствующие проникновению продавцов на рынок, наличие точной информации и ее доступность, возможность заключения тайных соглашений между продавцами или покупателями, степень однородности туристских продуктов, роль государства на рынке и размеры получаемых прибылей.

5. Какие методы конкуренции используют туристские компании?

6. Назовите главные причины концентрации туристского рынка.

7. Охарактеризуйте основные формы концентрации

Организация туризма на международном рынке

производства в туристской индустрии. Приведите примеры.

8. В чем состоят особенности интеграции в туризме?
9. Каковы тенденции изменения рыночной концентрации в туризме?
10. От чего зависит уровень концентрации туристского рынка в будущем?

Практическое занятие №8

ПРОЦЕССЫ ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИИ И ГЛОБАЛИЗАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИЗМЕ

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

транснационализация, транснациональная компания, гостиничная цепь, франшиза, контракт на управление, консорциум, трансфертное ценообразование, глобализация, глобальный союз, стратегический альянс

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Какие пути и способы используют ТНК для расширения своего зарубежного присутствия?
2. Назовите общие и особенные черты в транснациональной деятельности авиакомпаний и отелей, с одной стороны, и классических товаропроизводителей, с другой.
3. Перечислите основные стратегии гостиничных ТНК. В чем состоят сильные и слабые стороны каждой из них?
4. Чем объясняется широкое распространение системы франчайзинга в международном гостиничном бизнесе?
5. Каковы причины успеха и кризиса американской модели организации и управления гостиничным бизнесом? В чем состоит отличие американской модели от европейской и азиатской?
6. Назовите всемирно известные торговые марки на рынке гостиничных услуг.
7. Какое воздействие оказывают туристские ТНК на экономику принимающей страны и страны базирования?
8. Объясните механизм трансфертного ценообразования, который используют ТНК в туризме.
9. В какой мере деятельность ТНК обуславливает изменения в туристских потоках?

Организация туризма на международном рынке

10. Какое влияние оказывают процессы глобализации на индустрию туризма?

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. *Александрова А. Ю.* География мировой индустрии туризма. М., 1998.
2. *Александрова А. Ю.* Экономика и территориальная организация международного туризма. М., 1996.
3. *Биржаков М. Б., Зенкин С. Н., Безруков Д. А.* Основы агентских отношений в туризме//Туристские фирмы. Правовое обеспечение международного туризма. Вып. 8. Спб., 1995.
4. *Гуляев В. Г.* Новые информационные технологии в туризме: Учеб. пособие. М., 1998.
5. *Гуляев В. Г.* Организация туристской деятельности: Учеб. пособие. М., 1996.
6. *Дмитревский Ю. Д.* Туристские районы мира: Учеб. пособие. Смоленск, 2000.
7. *Дурович А. П., Копанев А. С.* Маркетинг в туризме: Учеб. пособие. Минск, 1998.
8. *Исмаев Д. К.* Краткий словарь технологических терминов международного туризма. М., 1994.
9. *Исмаев Д. К.* Работа туристской фирмы по организации зарубежных поездок: Теория и практика маркетинга: Учеб. пособие. М., 1996.
10. Концепции, определения и классификации для статистики туризма: Техническое пособие №1. (Пер. с англ.) Мадрид, 1995.
11. *Маркова В. Д.* Маркетинг услуг. М., 1996.
12. *Немоляева М. Э., Ходорков Л. Ф.* Международный туризм: вчера, сегодня, завтра. М., 1985.
13. *Папирян Г. А.* Международные экономические отношения: Экономика туризма. М., 1998.
14. *Папирян Г. А.* Менеджмент в индустрии гостеприимства: Отели и рестораны. М., 2000.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

1. Статистика туристских потоков.
2. Статистика туристских доходов и расходов.
3. Методы статистического учета в туризме. Формы организации статистического наблюдения.

Организация туризма на международном рынке

4. Достоинства и недостатки основных методов сбора информации о международном туризме.
5. Основные направления совершенствования статистики международного туризма.
6. Сегментирование туристского рынка.
7. Главные признаки сегментирования туристского рынка.
8. Факторы, определяющие выбор потребителем туристской дестинации.
9. Сущность туристского спроса.
10. Основные черты туристского спроса.
11. Современные тенденции туристского спроса.
12. География туристского спроса.
13. Внутрорегиональный туристский обмен.
14. Межрегиональный туристский обмен.
15. География туризма с целью отдыха и развлечений.
16. Особенности пространственного распределения туристских потоков с целью отдыха и развлечений.
17. География делового туризма.
18. Инсентив-туры и их география.
19. Специализированные туристские выставки и биржи.
20. География религиозного туризма.
21. Основные центры паломничества в мире.
22. География лечебно-оздоровительного туризма.
23. Понятие туристской индустрии.
24. Основные секторы туристской индустрии.
25. Сектор транспортных перевозок.
26. История железнодорожного транспорта в России.
27. Либерализация авиаперевозок.
28. Центральнo-радиальная система авиамаршрутов. Ее преимущества.
29. Сектор размещения и питания.
30. Сектор развлечений.
31. Классические и тематические парки.
32. Каналы сбыта в индустрии туризма.
33. Туроператоры и турагенты.
34. Значение информационных технологий для развития туризма.
35. Преимущества и недостатки использования Всемирной информационной паутины в индустрии туризма.
36. Туристское предложение.
37. Различия в восприятии туристского продукта потребителями и производителями.

Организация туризма на международном рынке

38. Отличительные черты туристского продукта.
39. Стадии развития туристского продукта и их характеристика.
40. Факторы производства туристского продукта.
41. Сущность туристского предложения.
42. Особенности туристского предложения по секторам туристской индустрии.
43. Равновесие на рынке туризма.
44. Формы рыночных структур в туризме.
45. Концентрация производства в туризме и механизм ее осуществления.
46. Транснациональные компании на рынке международного туризма.
47. ТНК в гостиничном хозяйстве.
48. Влияние туристских ТНК на национальную экономику.
49. Процессы глобализации в мировом туризме.