**ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ**

Индивидуальное задание выдается руководителем от предприятия или разрабатывается руководителем от кафедры для каждого студента с учётом специфики предприятия, на котором проходит практика.

Индивидуальное задание ориентирует студента на изучение структуры, содержания и методов работы конкретного предприятия туристской индустрии.

*Обязательным в рамках данной практики является выполнение профессиональных кейсов*, которые разработаны с учетом видов профессиональной деятельности бакалавров направления 43.03.02 Туризм (прежде всего, производственно-технологическая, организационно-управленческая деятельность, а также сервисная и научено-исследовательская) и этапом обучения – 8 семестр 4 курс: привязка к предприятию и формулирование конкретных ситуаций (проблемных), требующих решения в рамках обозначенных тем выпускных квалификационных работ..

Учитывая специфику производственной (преддипломной) практики темы кейсов формулируются в виде вопроса, который изначально задает проблемную ситуацию, требующую профессионального решения.

*Тематика кейсов:*

1. Роль организационного проектирования в формировании стратегии предприятия.
2. Оптимизация формирования проекта процессов, протекающих в туристской фирме в рамках основных функций.
3. Выбор методики оценки деятельности туристского предприятия.
4. Проблема оценки экономической эффективности деятельности туристского предприятия.
5. Перспективы турагентской деятельности на региональном уровне.
6. Перспективы туроператорской деятельности на региональном уровне.
7. Проблемы реорганизации региональной туриндустрии.
8. Перспективы реорганизации и крупнейших слияний на региональном туристском рынке.
9. Разработка региональных требований подготовки специалистов туристской индустрии.
10. Проектирование региональных кластеров туристской индустрии.
11. Планирование и прогнозирование деятельности туристских предприятий.
12. Современные способы продвижения туристских продуктов.
13. Проектирование туристского продукта.
14. Использование подходов к изучению конкурентов и клиентов туристских фирм.
15. Методика оценки стоимости бизнеса.
16. Использование кластерного подхода на региональном уровне.
17. Информационные технологии в создании, продвижении и реализации туристского продукта.
18. Коммуникативные технологии в продвижении туристского продукта.
19. Система маркетинговых коммуникаций в индустрии туризма.
20. Организация участия туристской компании Республики Адыгея в специализированных выставках.
21. Разработка туристского этнографического маршрута по Республике Адыгея для приезжих гостей.
22. Разработка программы повышения мотивации персонала предприятия туристкой индустрии.
23. Разработка проекта повышения продаж туристского продукта на предприятии туристской индустрии.
24. Создание программы переподготовки персонала туристской фирмы Республики Адыгея.
25. Разработка рекламной компании для предприятий туристкой индустрии Республики Адыгея.
26. Формирование программы и пакета документов для обеспечения и сопровождения инсентив-туров для сотрудников туристкой индустрии.

Примеры выполнения кейсов в *Приложении 9.*

Руководитель практики от кафедры (научный руководитель выпускной квалификационной работы) имеет право полностью или частично заменить предлагаемые для обучающегося задания для прохождения практики на индивидуальное задание, заключающееся в сборе информации и документационного материала для написания выпускной квалификационной работы согласно выбранной тематике.

**ПРИМЕРЫ ВЫПОЛНЕНИЯ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КЕЙСОВ ПО ТУРИЗМУ**

***Производственная практика - преддипломная***

**Проблемная ситуация 1: Как анализировать деятельность туристских фирм и (или) организаций на региональном уровне?**

***Тема:*** Анализ деятельности туристских предприятий на региональном уровне.

***Цель*** –определить сущность и содержание деятельности туристских фирм и(или) организаций, а также выявить проблемы в их деятельности на региональном уровне.

***План***

Классификация туристских предприятий. Основные признаки классификации. Уровни управления в туризме.

Сущность и содержание деятельности туристских организаций и фирм на региональном уровне.

Цели и задачи туристских предприятий на региональном уровне. Основные направления их деятельности. Форматы туристских предприятий: «малая гостиница», «турфирма турагент», «турфирма туроператор», а также туристские администрации и туристские организации.

Проблемы и перспективы деятельности туристских фирм и (или) организаций на региональном уровне.

***Методические указания***

Выполнение кейса нацелено на анализ основных направлений деятельности туристских предприятий, а также выявление проблем в их деятельности на региональном уровне. Это позволит студентам сформировать систему знаний об особенностях анализа и проектирования деятельности туристских предприятий.

На первом этапе необходимо дать характеристику предприятия на основании конкретных признаков, перечень которых следует самостоятельно разработать и взять за основу при составлении характеристики (не менее 15).

Примерами критериев для характеристики могут послужить: Наименование (юридический адрес, номер в Госреестре для туроператоров) Отрасль, сфера (вид деятельности по уставу)

Форма собственности: государственные, муниципальные, частные или смешанные Туристская специализация Производственный фактор: капиталоемкие, трудоемкие, материалоемкие

Организационно-правовая форма: хозяйственные общества и товарищества, не коммерческие партнерства, ЗАО, ИП, ООО

Численность персонала

На втором этапе провести анализ деятельности, который должен включать: основные направления деятельности в рамках развития туристской отрасли, конкретные результаты данной деятельности (программы, проекты, мероприятия и т.д.), действующие или предполагаемые сроки реализации мероприятий по развитию туризма в регионе.

Результаты следует представить в форме таблицы:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование**  **организации или фирмы** | **Основные**  **направления деятельности** | **Результаты деятельности (программы, проекты,**  **мероприятия)** | **Сроки**  **реализации** | **Проблемы** |
|  |  |  |  |  |

*Для выполнения кейса необходимы следующие документы:* устав предприятия,карточка предприятия (реквизиты), штатное расписание, установленное на предприятии, соглашения и договора с поставщиками услуг (партнерами), типовые документы для клиента, документы для оформления заказа, а также документы регламентирующие деятельность туристского предприятия.

**Проблемная ситуация 2: Как эффективно продвигать туристские продукты на региональном уровне?**

***Тема:*** Технология продвижения туристского продукта на региональном уровне.

***Цель*** –определить и охарактеризовать направления продвижения туристского продукта на региональном уровне.

***План***

1. Рекламная деятельность в индустрии туризма.
2. Основные направления стимулирования сбыта: сотрудников фирмы, партнеров (агентов), клиентов.
3. Связи с общественностью.
4. Выставочная деятельность и участие в workshop.

***Методические указания***

Выполнение кейса направлено на анализ технологии организации продвижения турпродукта с учетом использования основных элементов системы маркетинговых коммуникаций.

На первом этапе целесообразно охарактеризовать основные элементы маркетинговых коммуникаций, используемые на предприятии. По мимо выделения элементов необходимо указать формы, периодичность, частоту, стоимость (затраты по каждому направлению), а также подробно изучить рекламные макеты, тексты и планы участия в выставках и workshops.

На втором этапе следует выделить преимущества и недостатки в использовании существующих на предприятии элементов маркетинговых коммуникаций.

Результат работы по данному этапу целесообразно представить наглядно в табличной форме.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Элемент системы маркетинговых коммуникаций** | **Формы** | **Преимущества** | **Недостатки** |
|  |  |  |  |

*Для выполнения кейса необходимы следующие документы:* рекламные макеты,тексты, сметы затрат на рекламу и др. элементы маркетинговых коммуникаций, соглашения и договора с поставщиками услуг (партнерами), типовые документы для клиента, документы для оформления заказа, а также документы регламентирующие деятельность туристского предприятия.