

**Темы контрольных работ
по дисциплине «Маркетинговые исследования в области туризма»
для студентов 2 курса очной формы обучения магистратуры
направление «Менеджмент» программа «Туризм в северном измерении»
на 2016-2017 учебный год**

1. Анализ документов как метод маркетингового исследования в туристской индустрии.
 2. Наблюдение как метод маркетингового исследования.
 3. Применение метода глубинного интервью в маркетинговом исследовании.
 4. Фокус-группа как метод маркетингового исследования.
 5. Опрос как метод маркетингового исследования.
 6. Качественные методы сбора данных и их использование в туристской индустрии.
 7. Виды статистического анализа в маркетинговом исследовании.
 8. Применение экспертных оценок в маркетинговом исследовании в области туризма.
 9. Составление итогового отчета в маркетинговом исследовании.
 10. Исследование рынка (внешней предпринимательской среды).
 11. Изучение потребителей туристских услуг.
 12. Изучение нового туристского продукта.
 13. Изучение цен на туристские продукты.
 14. Изучение рыночного спроса на туристские услуги
 15. Изучение рыночного спроса на услуги размещения.
 16. Изучение конкурентной среды в туристской индустрии.
 17. Синдикативная информация в маркетинге и ее использование в сфере туризма.
 18. Конъюнктурный обзор рынка туристских услуг.
 19. Маркетинговое исследование в сфере услуг (на примере конкретного вида услуг).
- Другие темы по согласованию с преподавателем.

Составила: Сидоровская Т.В., доцент кафедры маркетинга и предпринимательства, кандидат экономических наук, доцент