

Przykładowa struktura pracy zaliczeniowej dla wybranego rynku krajowego/geograficznego *) (układ pracy – syntetyczny opis treści poszczególnych rozdziałów)

*) w wyjątkowych przypadkach praca może też dotyczyć rynków międzynarodowych, regionalnych i lokalnych (np. rynek turystyczny Unii Europejskiej, Toskanii, woj. pomorskiego, Krakowa, itd.):

Tekst pogrubioną czcionką odpowiada spisowi treści prac.

Wstęp

Powinien zawierać zwięzłe informacje na temat następujących zagadnień:

- krótkie wprowadzenie, w tym określenie aktualnej sytuacji rynku turystycznego danego kraju/regionu na globalnym rynku turystycznym i w stosunku do Polski;
- cel teoretyczny pracy składający się z celów częściowych (określenie znaczenia rynku turystycznego danego kraju na globalnym rynku turystycznym, użyteczności rynku turystycznego danego kraju dla Polski, perspektyw rozwoju danego rynku i jego przydatności dla Polski);
- cel praktyczny pracy określający możliwość wykorzystania pracy przez przedsiębiorstwa turystyczne;
- zastosowana metoda badawcza: *desk research* – analiza źródeł wtórnych, ewentualnie inne metody i techniki badawcze zastosowane w pracy;
- określenie najważniejszych źródeł informacji wykorzystanych w pracy, wraz ich krótką charakterystyką oraz oceną.

I. Podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej.

1. Ogólne informacje o badanym kraju/regionie:

położenie, klimat, podstawowe dane gospodarcze, ludność, waluta, przepisy wizowe, historia, ustrój, itp. w zakresie w jakim determinują one rozwój turystyki.

2. Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów:

wielkość, struktura i dynamika odwiedzin, geografia atrakcji w ramach danego kraju.

3. Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna:

hotele, główni organizatorzy turystyki, narodowe (ewentualnie inne ważne) linie lotnicze, inne środki transportu, sieć komunikacyjna, lotniska.

4. Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej ludności:

dochody, ceny, uwarunkowania społeczno-demograficzne itd.

5. Narodowa administracja turystyczna.

6. Narodowa organizacja turystyczna, rynki docelowe i narzędzia promocyjne.

7. Inne uwarunkowania rozwoju turystyki.

kształcenie kadr, ośrodki badawcze i inne.

II. Rynek recepcji turystycznej (zagraniczna turystyka przyjazdowa).

1. Przyjazdy i główne kraje emitujące:

wielkość, struktura, dynamika i prognoza przyjazdów, pozycja kraju na tle subregionu i regionu, cele przyjazdów, środki lokomocji, długość pobytu, preferowany typ zakwaterowania.

2. Dochody z turystyki przyjazdowej – wielkość, struktura i dynamika:

wielkość, struktura, dynamika i prognoza dochodów oraz pozycja kraju na tle subregionu i regionu.

3. Analiza profili konsumenckich turystów pochodzących z najważniejszych rynków emisyjnych.

4. Główne obszary koncentracji zagranicznego/pryjazdowego ruchu turystycznego:

wielkość, struktura i dynamika zagranicznego ruchu w ujęciu regionalnym.

III. Rynek emisji turystycznej (turystyka wyjazdowa):

1. Poziom aktywności turystycznej mieszkańców danego kraju/regionu w turystyce zagranicznej:

stopa aktywności turystycznej, wielkość, struktura, dynamika i prognoza podróży zagranicznych, cele wyjazdów, środki lokomocji, długość pobytu, preferowany typ zakwaterowania.

2. Wydatki na podróże zagraniczne:

wielkość, struktura, dynamika i prognoza wydatków oraz pozycja kraju na tle subregionu i regionu.

3. Ulubione destynacje mieszkańców analizowanego kraju/regionu

geografia tych destynacji, wielkość, struktura, dynamika i prognoza ruchu turystycznego do poszczególnych krajów.

IV. Znaczenie badanego rynku dla Polski/regionu.

1. Analiza przyjazdów do Polski/regionu z opisywanego rynku:

wielkość, struktura, dynamika i prognoza przyjazdów oraz pozycja kraju na tle subregionu i regionu, cele przyjazdów, środki lokomocji, długość pobytu, preferowany typ zakwaterowania oraz wielkość, struktura, dynamika i prognoza wydatków oraz pozycja kraju pod tym względem na tle subregionu i regionu.

2. WUTZ (Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej) dla Polski analizowanego rynku
określenie czy aktualnie dany kraj jest dla Polski rynkiem strategicznym, drugoplanowym, trzeciorzędnym, czy też nieistotnym, a także pokazanie dynamiki zmian w tym względzie w stosunku do ostatnich lat (od 2007 roku poczynając) oraz określenie pozycji kraju w macierzy atrakcyjności i potencjału rynków (macierzy GE). W przypadku analizowania innych rynków niż krajowe należy zastosować inny sposób określenia użyteczności badanego rynku.

3. Zaangażowanie marketingowe Polski/regionu na danym rynku i zaangażowanie marketingowe danego kraju w Polsce:

ocena zaangażowania marketingowego obu krajów w stosunku do siebie.

4. Analiza wyjazdów Polaków do analizowanego kraju:

wielkość, struktura, dynamika i prognoza wyjazdów, cele wyjazdów, środki lokomocji, długość pobytu, preferowany typ zakwaterowania oraz wielkość, struktura, dynamika i prognoza dochodów analizowanego kraju z tytułu przyjazdów Polaków oraz pozycja kraju na tle subregionu i regionu.

V. Analiza SWOT danego rynku:

wyszczególnienie po maksymalnie 10 rangowanych cech (przyjmując, że ranga 1 odpowiada najważniejszemu, a 10 – najmniej ważnym cechom) w każdej z 4 grup, stanowiących mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia.

VI. Prezentacja przykładowej oferty dla danego segmentu demograficzno-społecznego:

realnie istniejącej na rynku lub – w przypadku, gdy takiej nie ma – opracowane własnej dla danego (co semestr zmienianego i podawanego przez prowadzących ćwiczenia) segmentu demograficzno-społecznego i jej ocena w świetle wniosków wynikających z poprzednich rozdziałów pracy, wraz z uzasadnieniem.

Podsumowanie:

powinno określać znaczenie rynku turystycznego analizowanego kraju na globalnym rynku turystycznym oraz jego użyteczność dla Polski, czyli zawierać informacje dotyczące:

- aktualnej pozycji badanego kraju wobec innych destynacji i rynków (krajów) emisyjnych;
- użyteczności danego rynku dla Polski, z punktu widzenia turystyki wyjazdowej i przyjazdowej;
- perspektyw rozwoju danego rynku i jego przydatności dla Polski.

Bibliografia:

prosimy o podanie pełnych notek bibliograficznych wykorzystanych w pracy pozycji drukowanych oraz cytowanych stron WWW (pełny adres strony, wraz z datą dostępu).

Punktacja:

Wstęp: 1pkt. ; I.: 3pkt.; II.: 4pkt.; III.: 4pkt.; IV.: 5pkt.; V. 3pkt.; VI. 3pkt.; Podsumowanie: 3pkt.; strona edytorska: 4pkt.: - **razem: 30pkt.**

Kryteria i skala ocen:

do 15pkt.: niedostateczny (2,0); 15,5-18: dostateczny; 18,5-19,5: plus dostateczny (3,5); 20-21: dobry (4,0), 21,5-22,5: plus dobry (4,5), 23-30: bardzo dobry (5,0).