Тема практичного заняття 9-10

**Формування інноваційних турів в умовах конкурентного середовища: вимоги ринку**

Надати студентам практичні навички у формуванні інноваційних туристичних продуктів, адаптованих до сучасних вимог ринку та конкурентного середовища. Це завдання сприятиме розвитку аналітичного мислення та здатності враховувати вимоги споживачів і ринкові тенденції при створенні туристичних турів.

- Ознайомлення з ключовими ринковими вимогами в туризмі:

- Зміна уподобань туристів (перевага екологічних турів, індивідуальні пропозиції, віртуальні та тематичні тури).

- Важливість цифрових технологій і персоналізації турів.

- Тренди на ринку, такі як стійкий туризм, цифрові тури, активний відпочинок і ексклюзивні враження.

- Огляд конкурентного середовища:

- Як конкуренція впливає на формування нових туристичних пропозицій.

- Приклади успішних інноваційних турів на міжнародному та національному рівнях.

Аналіз ринкових вимог і очікувань туристів

- Студенти вивчають реальні дані про сучасні потреби туристів (опитування, звіти, статті).

- Огляд ринкових досліджень з фокусом на:

- Попит на інноваційні види туризму (екологічний туризм, гастрономічний туризм, пригодницькі тури).

- Роль технологій у туристичних продуктах (віртуальні тури, мобільні додатки, онлайн-сервіси).

- Визначення основних сегментів ринку для інноваційних турів.

**Практична частина 1:** Розробка концепції інноваційного туру

Завдання: Студенти працюють у групах і розробляють концепцію інноваційного туру, враховуючи сучасні вимоги ринку.

1. Вибір тематики туру (екологічний, гастрономічний, пригодницький, освітній, віртуальний туризм).

2. Визначення цільової аудиторії та її потреб.

3. Розробка унікальної ціннісної пропозиції (що робить тур унікальним та привабливим для споживачів?).

4. Опис інноваційних елементів туру (цифрові технології, персоналізовані послуги, екологічні рішення).

Кожна група повинна представити концепцію інноваційного туру і пояснити, як вона відповідає ринковим вимогам і конкурентним викликам.

**Практична частина 2:** Планування маркетингової стратегії для просування інноваційного туру

Завдання: Розробити маркетингову стратегію для просування інноваційного туру:

1. Визначення ключових каналів просування (соціальні медіа, туристичні платформи, партнерства з компаніями).

2. Вибір основних KPI для вимірювання успіху маркетингової кампанії (збільшення кількості бронювань, залучення нових клієнтів).

3. Використання новітніх цифрових інструментів для просування туру (віртуальні презентації, блогери, рекламні кампанії в соцмережах).

Кожна група створює план маркетингових заходів, що сприятимуть ефективному просуванню їхнього інноваційного туристичного продукту.

- Після презентацій кожної групи студенти обговорюють переваги та ризики запропонованих інноваційних турів.

- Як ринок відреагує на ці продукти? Чи готові споживачі платити за інновації? Як ефективно конкурувати в умовах сучасного ринку?

Підведення підсумків заняття.

- Обговорення важливості адаптації до ринкових вимог і постійної інновації в туристичному бізнесі.

Підготувати індивідуальний звіт на тему «Аналіз інноваційних турів: як адаптувати турпродукт до сучасних ринкових вимог?» з прикладами реальних інноваційних турів та їхньої ринкової ефективності.