

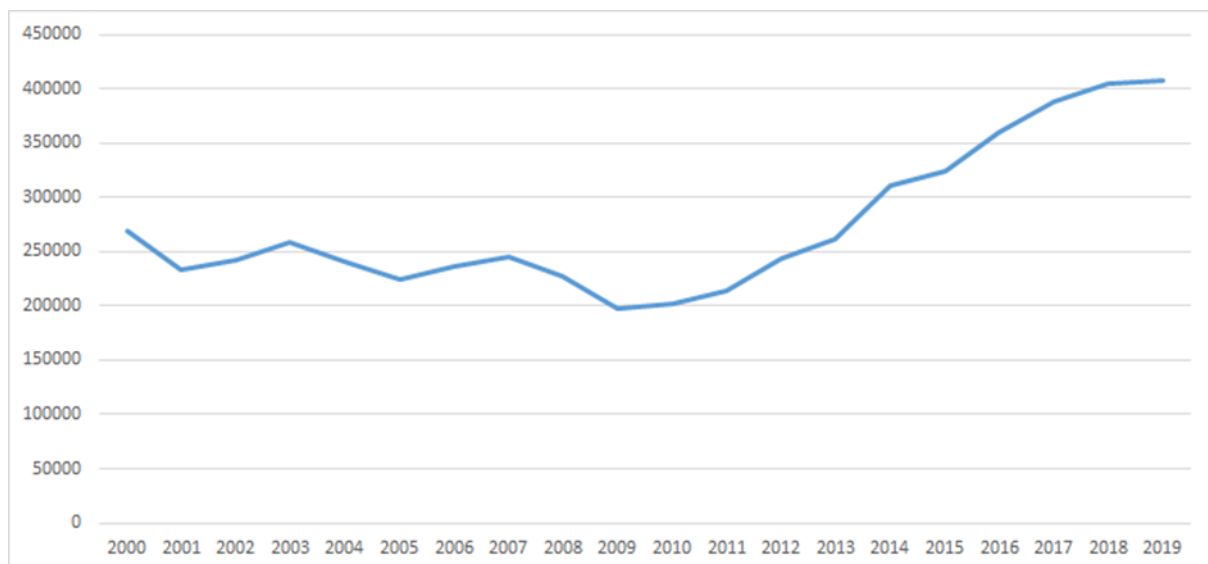
MISKOLC TURIZMUSA

– esettanulmány a Turizmus-vendéglátás alapszak 2020. évi államvizsgájához –

A város turizmusa friss számokban

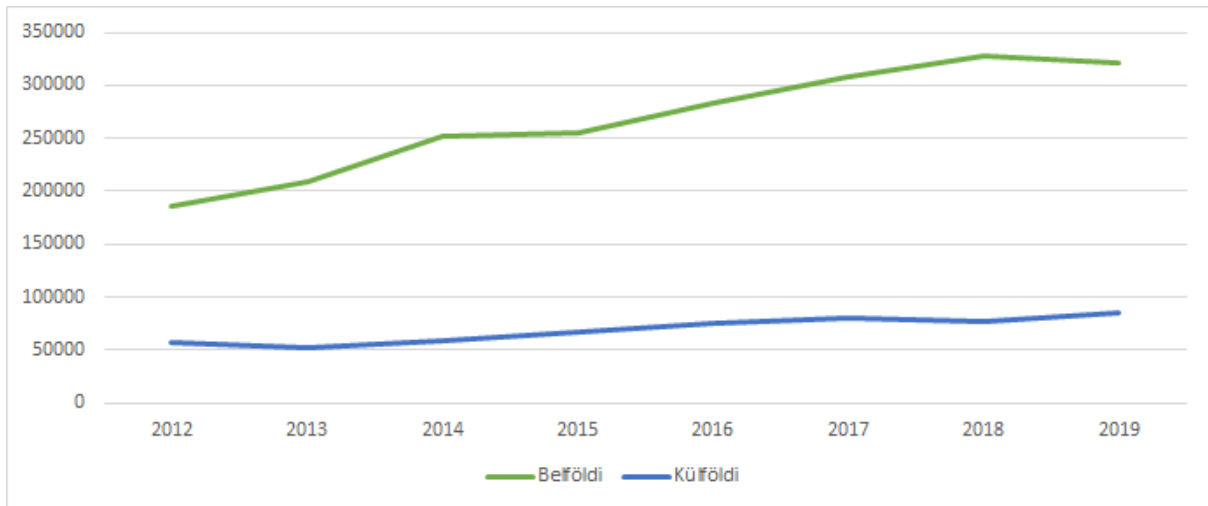
Miskolc második legfontosabb gazdasági ágazata a turizmus. A város turizmusának fellendülése 2010-ben kezdődött, a vendégéjszakák száma azóta folyamatosan növekszik. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatai szerint az éves átlagos növekedési ütem kiemelkedő, 2010 és 2019 között összesen 100,85%-kal nőtt a vendégéjszakák száma. A fellendülés – az általában tapasztalható növekedési tendencia mellett - elsősorban a megvalósított önkormányzati fejlesztéseknek köszönhető, mely által a korábban leromlott állapotú turisztikai infrastruktúra és attrakciók jelentős része megújult. Az új termék és szolgáltatás kínálat új keresletet generált a város számára, és elérte azt, hogy Északkelet-Magyarország legnagyobb városának népszerűsége folyamatosan erősödik az utazók körében. A fejlődés jelentős hatással van a térségére is, a környező települések beléptek Miskolc turisztikai egyesületébe, és elköteleződtek a turizmus fejlesztése mellett.

A következő ábra a kereskedelmi szálláshelyeken töltött belföldi és külföldi vendégéjszakák számának alakulását mutatja be Miskolcon 2000 és 2019 között.



Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken Miskolcon 2000-2019

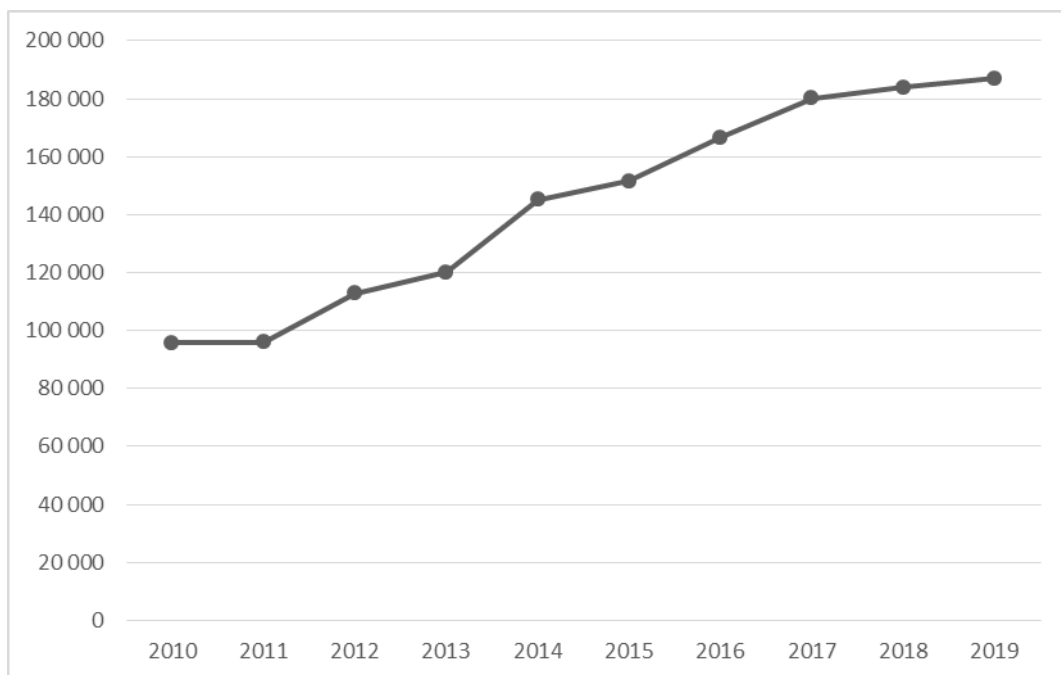
Forrás: KSH



Belföldi és külföldi vendégéjszakák alakulása Miskolcon 2012-2019

Forrás: KSH, MTÜ

Városunkban a 2010-es szinthez képest 95,2%-os növekedés tapasztalható a vendégek számában, aminek eredményeként Miskolc bekerült a magyarországi TOP15 desztináció közé, belföldön a TOP10 desztináció közé.



Vendégek száma Miskolc kereskedelmi szálláshelyein 2010-2019 (fő)

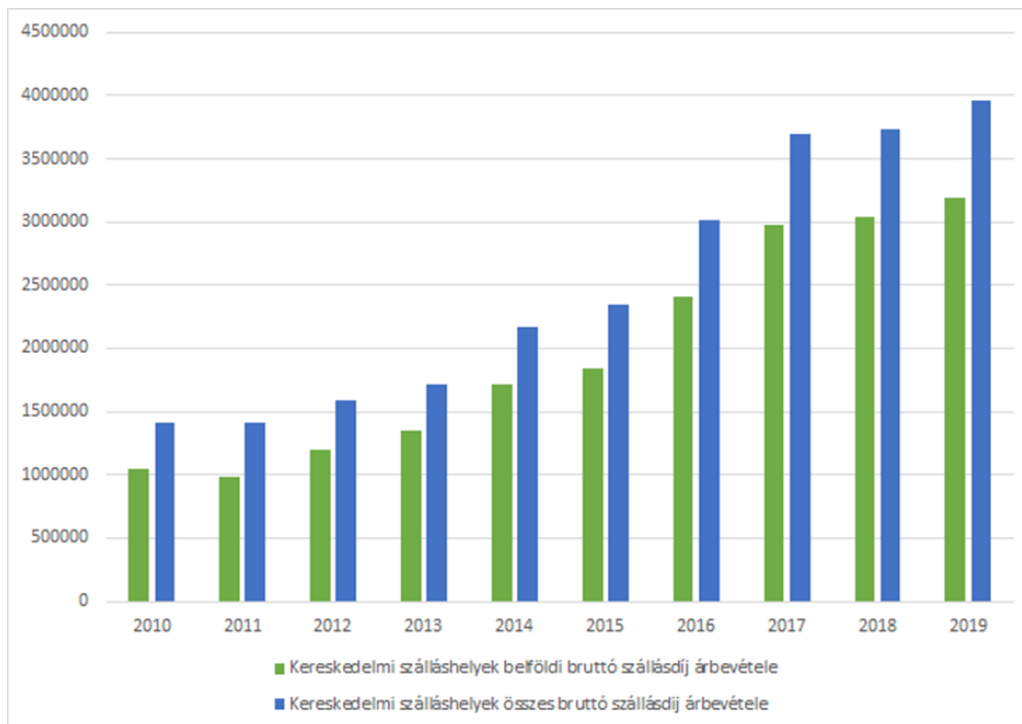
Forrás: KSH

	Összes vendégforgalom			Belföldi vendégforgalom			Külföldi vendégforgalom		
	Település	Vendégéjszakák		Település	Vendégéjszakák		Település	Vendégéjszakák	
		száma	2018/2017		száma	2018/2017		száma	2018/2017
1.	Budapest	10 370 479	+3,0%	Budapest	1 326 904	+8,3%	Budapest	9 043 575	+2,2%
2.	Hévíz	1 135 549	+0,5%	Hajdúszoboszló	629 474	+3,1%	Hévíz	691 551	-0,8%
3.	Hajdúszoboszló	991 103	+3,6%	Zalakaros	488 615	+16,2%	Bük	432 990	-4,6%
4.	Bük	740 158	-0,3%	Hévíz	443 998	+2,5%	Hajdúszoboszló	361 629	+4,5%
5.	Balatonfüred	725 449	+4,4%	Balatonfüred	438 780	+4,0%	Sárvár	288 301	-0,9%
6.	Zalakaros	638 069	+15,1%	Siófok	426 066	-10,0%	Balatonfüred	286 669	+5,0%
7.	Siófok	632 667	-12,0%	Gyula	383 011	+12,1%	Győr	235 609	+12,0%
8.	Sárvár	494 970	+2,3%	Miskolc	346 506	+12,7%	Siófok	206 601	-15,8%
9.	Győr	475 951	+14,0%	Eger	311 895	-1,4%	Zalakaros	149 454	+11,7%
10.	Szeged	442 240	+6,5%	Bük	307 168	+6,5%	Szeged	144 994	+7,4%
11.	Gyula	435 164	+12,0%	Sopron	301 073	+6,7%	Debrecen	143 748	+20,2%
12.	Eger	434 529	-1,9%	Szeged	297 246	+6,1%	Eger	122 634	-3,4%
13.	Miskolc	422 048	+8,7%	Debrecen	274 919	+8,0%	Vecsés	108 286	+37,2%
14.	Debrecen	418 667	+11,9%	Visegrád	244 840	+9,9%	Kecskemét	103 296	+0,9%
15.	Sopron	381 082	+1,3%	Győr	240 342	+16,1%	Hegykő	89 520	+9,7%
16.	Visegrád	270 189	+5,9%	Sárvár	206 669	+7,2%	Mosonmagyaróvár	81 521	-3,8%
17.	Pécs	245 940	-1,5%	Velence	203 453	+2,0%	Sopron	80 009	-14,7%
18.	Kecskemét	236 205	+6,3%	Pécs	182 238	+0,3%	Zamárdi	79 292	+3,0%
19.	Velence	215 102	+2,4%	Zánka	180 628	+27,0%	Miskolc	75 542	-6,7%
20.	Gyöngyös	201 030	-2,7%	Gyöngyös	180 572	-1,2%	Székesfehérvár	73 292	+6,9%

A legnépszerűbb magyarországi települések, 2018 (a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégéjszakák száma és változása)

Forrás: KSH

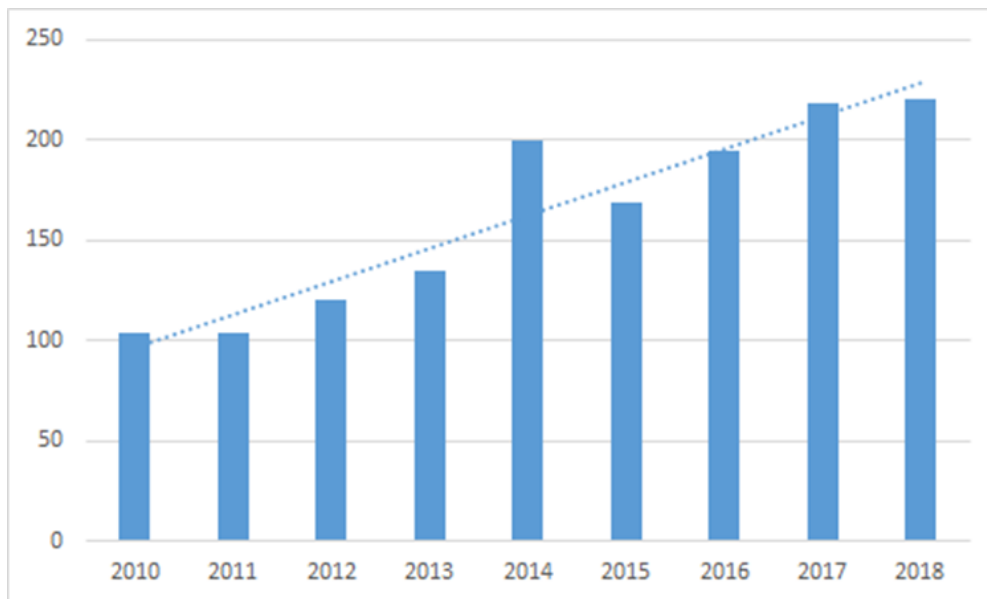
A vendégek és vendégéjszakák magasabb száma figyelemreméltó növekedést eredményezett a szálláshelyek bevételeiben is, míg 2010-ben a kereskedelmi szálláshelyek bruttó bevételei 1 416 820 eFt volt, 2016-ben ez az érték már 3 010 746 ezer forintra nőtt, majd 2019-ben elérte a 3 960 958 eFt-ot.



Kereskedelmi szálláshelyek bevételei, Miskolc 2010-2019 (eFt)

Forrás: KSH Statinfo

A Miskolcon tapasztalható keresleti növekedés természetesen érezteti hatását az idegenforgalmi adóbevételek alakulásában is, melyet a következő diagram mutat be. (A 2014. évben látható erőteljes kiugrást a városban megrendezett EFOTT eredményezte.)



Idegenforgalmi adó alakulása Miskolcon 2010-2018 (MFT)

Forrás: Miskolc MJV Polgármesteri Hivatal

Miskolcon az átlagos tartózkodási idő 2,2 nap, amely nagyrészt a célcsoportok utazási szokásainak tudható be. Miskolc bel- és külföldi célközönsége ugyanis a városlátogató, kiránduló hosszú hétvégés vendégekből tevődik össze, akik évente többször, rövidebb időre utaznak. Éppen ezért új célközönség bevonásával lehet csak az átlagos tartózkodást növelni, amihez kínálatfejlesztés, új vagy továbbfejlesztett attrakciók, minőségi szálláshelyek szükségesek.

A Miskolcra látogató turisták

Miskolc elsősorban a családok kedvelt üdülő- és kirándulóhelye, bővítendő célcsoportok a mai huszonévesek, illetve a senior korosztály. A legfontosabb belföldi küldőterületek Budapest és agglomerációja, valamint Dél-Alföld, illetve az Észak-Alföld, ahonnan jellemzően egynapos kirándulásra érkeznek vendégek.

A legjelentősebb külföldi küldőterületek: Lengyelország, Ukrajna, Szlovákia, Románia, kisebb mértékben Oroszország és Csehország. Németországból az üzleti turisták érkeznek még ma is szép számban.

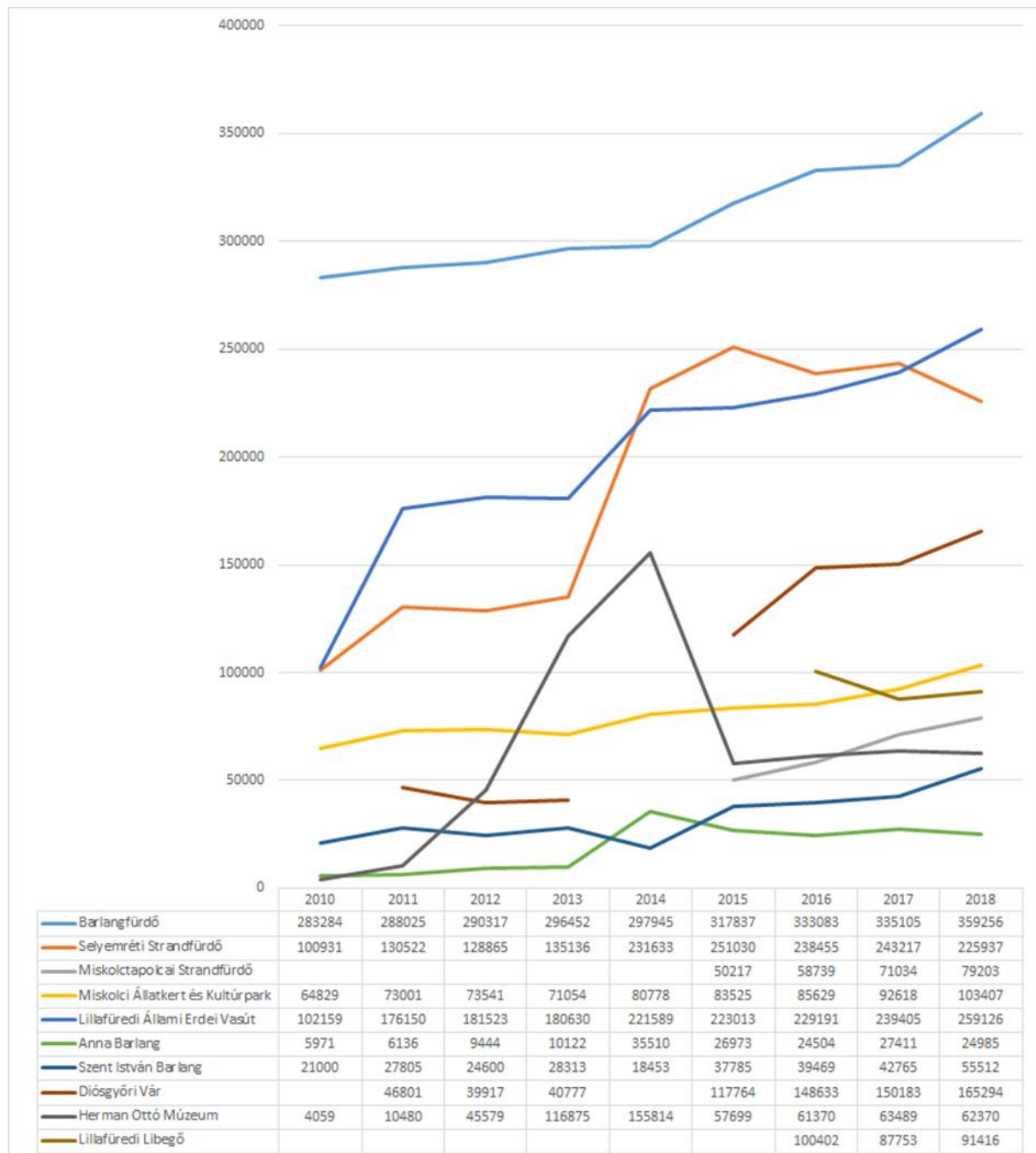
Miskolc látnivalói és nevezetességei

Miskolc vonatkozásában az elsődleges USP-k (Unique Selling Proposition: olyan egyedi adottságok, kínálatok, amely alapján a potenciális vendég az adott desztinációt választja) között felsorolandó a miskolctapolcai fürdőkomplexum, mint különleges fürdőélmény, Miskolc-Lillafüred és a Bükk hegység, mint különleges túrázási, kiránduló hely, a Diósgyőri vár, mint egyedi kulturális élmény és a nagyvárosi hangulat, a különleges városlátogatások.

Számtalan emlékezetes élményben lehet része annak, aki felkeresi Magyarország legrégebben lakott települését. A tíz legfontosabb attrakció között – bár sokan vitathatják - leginkább az alábbiakat

emlegetik: Avasi református templom, Miskolctapolca Barlangfürdő, Deszkatemplom, Diósgyőri vár, Görögkeleti ortodox templom, Lillafüredi Állami Erdei Vasút, Lillafüredi vízesés, Miskolci Állatkert és Kultúrpark, Miskolci Nemzeti Színház, Lillafüredi függőkert.

A város leglátogatottabb attrakcióinak látogatóságait mutatja a következő ábra, amelyről a számok folyamatos, de mérsékelt emelkedése olvasható le.



Miskolc főbb turisztikai attrakcióinak látogatottsága 2010-2018 között (fő)

Forrás: Miskolc MJV Polgármesteri Hivatal

Legfontosabb események, rendezvények

A legfontosabb események, rendezvények nemcsak a városban élők, hanem az ide látogató turisták számára is nagy jelentőséggel bírnak. A zenei, színházi, képzőművészeti és irodalmi események az év minden hónapjában tartalmas kikapcsolódást kínálnak a Miskolcra látogatóknak.

Két nemzetközi hírű fesztivál, a Bartók Plusz Miskolci Nemzetközi Operafesztivál és a Jameson CineFest Miskolci Nemzetközi Filmfesztivál egyediségével és különlegességével vált országos és nemzetközi hírűvé. Továbbá komoly érdeklődésre tart számot: a téli fesztivál – a Miskolci Kocsonyafarsang, a Borsodi Fonó, a Miskolci Nemzetközi Kamarakórus Fesztivál, a Veczán Pál Egyházzenei Kórustalálkozó, az Ünnepi Könyvhét.

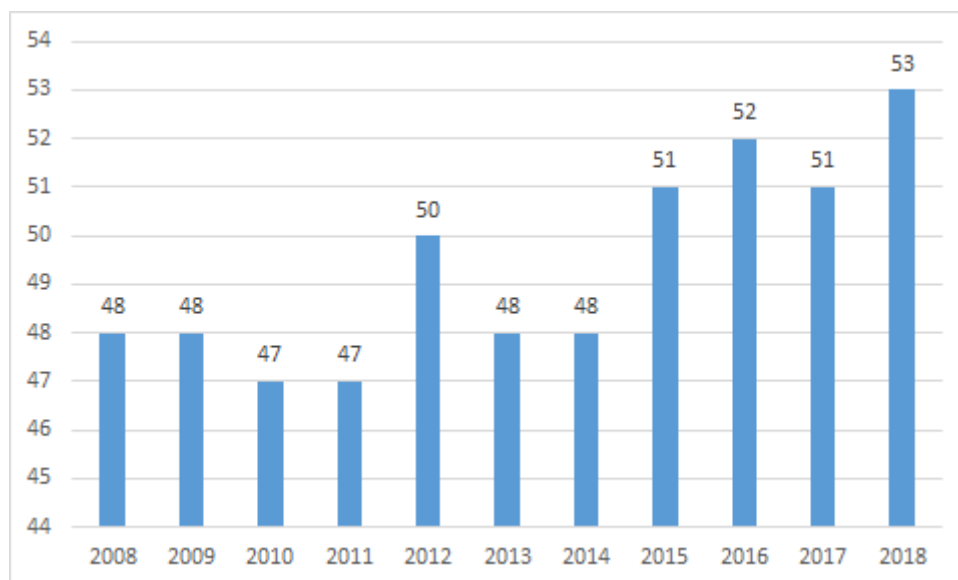
Miskolc országos viszonylatban is színvonalas és változatos zenei élettel büszkélkedhet, melyben a hivatásos és az amatőr kezdeményezések egyaránt jelen vannak, úgymint például a Miskolci Szimfonikus Zenekar alkalmi és bérletes koncertjei, a Belvárosi Zenei Esték, a Muzsikáló Udvar.

A közel 200 éves Miskolci Nemzeti Színház a leglátogatottabb vidéki színház, amellyel, hogy az előadások teltházzal futnak szerető közönség előtt, számos rendezvényt szerveznek a téatrumban, például a Horizont Nemzetközi Kortárástánc Fesztivált.

Szállás- és vendéglátóhelyek

A Miskolcra érkezők a szálláshelyek széles választékából válogathatnak igényeiknek megfelelően. Nemcsak modern és patinás szállodák, hanem hangulatos panziók és magánszálláshelyek is várják vendégeiket, ugyanakkor szezonális hiány mutatkozik a minőségi, négycsillagos wellness szállodák iránt, illetve nagyon hiányzik a kemping típusú szálláshely.

Különböző igényeket kielégítő vendéglátóhelyek várják a turistákat mindegyik városrészben: a belvárosban, Diósgyőrben, Tapolcán, Lillafüreden egyaránt, sőt az utóbbi 1-2 évben igazán trendi és minőségi üzletek nyitották meg kapuikat, főként a belvárosban.



Kereskedelmi szálláshely egységek száma Miskolcon (db) 2008-2018

Forrás: KSH

Turisztikai desztinációmenedzsment és desztinációmarketing

2012 szeptemberében jött létre a miskolci turisztikai desztináció menedzsment (TDM) szervezet, a MIDMAR Nonprofit Kft., amelynek alapvető feladata a közösségi turisztikai marketingtevékenység, ezen túl a közösségi turisztikai termékfejlesztés, a turizmusfejlesztéshez alapvetően szükséges közösségi turizmusfejlesztési koncepció készítése és végrehajtása, valamint az ehhez a munkához szorosan kapcsolódó folyamatos kutatás (elsősorban vendégelégedettség) és monitoring. A 2014. évben készültek el a szervezet első, a teljes várost lefedő turisztikai termékei, illetve az alapkutatások után kijelölt célcsoportok számára célzott, folyamatosan ellenőrzött turisztikai kampányt indított a TDM szervezet. Később elkészült a hellomiskolc.hu turisztikai portál, a Guide@Hand turisztikai applikáció. Bevezetésre került a Miskolc Pass turisztikai kártya, mely felsorakoztatja, ajánlja, és könnyen elérhetővé teszi a város valamennyi turisztikai attrakcióját egy csokorba fűzve a városba látogató hazai és külföldi turisták számára.

A városban, a TDM-szervezet részeként turisztikai információs iroda működik, a Tourinform Miskolc. A belvárosi iroda nemcsak a turisták, hanem a miskolciak információszerzési forrása is. A Tourinform Miskolc évek óta kiemelkedően teljesít a Tourinform hálózat minősítési rendszere szerint is. A Tourinform Miskolc szezonális irodát is működtet a Lillafüredi Ökoturisztikai Centrumban: Lillafüreden 2014. óta működik a kisvasút megállójában információs iroda, amely a turisztikai főszezonban napi több száz vendéget fogad.

Miskolcra számos, sokszor nem megfelelő előjelű hír jelenik meg, amely nehézkessé teszi a turisztikai márkaépítést és imázsalakítást. Ugyanakkor Miskolc-tapolca és Lillafüred önálló márkaként, pozitív imázssal van jelen a piacon, s Diósgyőr márkázása is elkezdődött a felújított Diósgyőri Vár átadásával. Hosszú távú cél az egységes Miskolc márka megteremtése – azonban ehhez egyfelől erősíteni kell Miskolc-tapolcát, Lillafüredet és Diósgyőrt, másfelől erősíteni kell, hogy mindezek Miskolc részei. Az imázsalakítás a városról megjelenő negatív hírek miatt nem megy egyik napról a másikra, ez tudatos, folyamatos hosszú távú munka eredménye lehet.

Fejlesztési irányok Miskolcon

Miskolc gazdag turisztikai erőforrásokban, azonban azok csak részben hasznosítottak. Az elmúlt évek keresleti adatai visszajelezték a város turisztikai potenciálját: a természeti környezet, a kulturális attrakciók, a fürdők turisták százait vonzották a városba. A város meglévő, erős márkaértékkel bíró turisztikai termékei alapját képezik a turizmusfejlesztésnek, elsősorban azok tervezett vagy folyamatban lévő tartalmi fejlesztése, szolgáltatásminőség-növelése révén. A korábbi évek önkormányzati erőfeszítéseinek köszönhetően számos fejlesztés indult és indul a városban a közeljövőben, mely közvetlenül érinti Miskolc turizmusát, turisztikai infrastruktúráját. Ezek a fejlesztések előkészítés alatt vannak és a tervek szerint 2021 végére megvalósulnak. A közlekedést is érintő fejlesztések mellett teljesen megújul a Diósgyőri vár és környezete, Miskolc-Lillafüred környezete, Miskolc főtere és az Avas rekreációs és turizmusra alkalmas területei, illetve a Vadaspark, és a Miskolc-tapolcai Strandfürdő is, megépül a Herman Ottó Múzeum új kiállítási épülete, amely az Európa-szerte híres népviselet-gyűjteménynak ad majd helyet. Emellett kerékpárutak épülnek, a kisvasút pályája megújul, valamint számos kisebb projekt is előkészítés alatt van.

Ezek a fejlesztések a kereslet szerves növekedését biztosíthatják, azonban az ágazat stratégiai ágazattá fejlesztéséhez, a léptékváltáshoz új, komoly piaci növekedést biztosító termékekre van szükség. A termékfejlesztés területén a léptékváltást a következő jövőbeni, jelenleg tervezés, megvalósítás alatt lévő fejlesztéseken túl, további tervezett fejlesztésekkel érhető el.

Szállodafejlesztések	<p>Miskolcon jelenleg nincs magasabb kategóriájú, diverzifikált szolgáltatásstruktúrával rendelkező nemzetközi viszonylatban is versenyképes szálloda, nincs nemzetközi szállodamárka. Ahhoz, hogy minél magasabb szintű idegenforgalmi fogadási feltételek alakuljanak ki, szükség van arra, hogy színvonalas szállodák épüljenek és minőségi szolgáltatási paletta telepedjen meg:</p> <p>A város számos hazai és nemzetközi kulturális esemény és rendezvény helyszíne. Az ilyen jellegű események vendégszereplőit, fellépőit (operaénekesek, színészek, együttesek, stb.) jellemzően a város magasabb minőségű szálláshelyein látják vendégül a szervezők. A turisztikai attrakciófejlesztésektől várt érdemi munkahelyteremtő, jövedelmi hatás eléréséhez feltétlenül szükséges a szálláshely kínálat bővítése!</p>
Miskolc mint rendezvényhelyszín fejlesztése	<p>Piaci információk alapján hiány mutatkozik a Budapesten kívül elhelyezkedő, de onnan könnyen és gyorsan megközelíthető, továbbá a helyi térségek fejlődő gazdaságára alapozó színvonalas, sok szolgáltatást nyújtó, korszerű konferenciatermekkel és -technikával ellátott, minőségben és mennyiségben egyaránt megfelelő rendezvényhelyszínekből.</p> <p>Bár Miskolc kiváló közlekedési kapcsolatokkal rendelkezik, a megfelelő minőségi és mennyiségi kínálat és szolgáltatások hiánya nehezítik a regionális, illetve budapesti székhelyű céges rendezvények megszerzését a rendezvénypiacon. Helyi turisztikai szakemberek, konferenciaszervezők, valamint szállodások szerint a nagyobb üzleti rendezvények piacán folyamatos az érdeklődés Miskolc, mint helyszín iránt, azonban a szűk minőségi kapacitás miatt – a minőségi szálláshelyeket is beleértve – ezeket lemondani kényszerülnek.</p> <p>A Miskolci Egyetem nemzetközi és hazai tekintélye és jelentősége, valamint a város adottságainak lehetséges ötvözése eredményeképpen jelentős piaci rést látunk az úgynevezett képzési jellegű szektor megnyerése terén. Ez a szegmens bizonyos tekintetben megjelenik a MICE-vendégkörben is (Meetings, Incentives, Conferences and Events), ugyanakkor itt elsősorban tudományos, kutatási, tehát speciális érdeklődési körű, képzési céllal (előadók) megjelenő vendégekre gondolunk, akik az egyetem meghívására érkeznek a városba rövidebb-hosszabb távra.</p> <p>A város célja, hogy elsősorban a szállodafejlesztések által olyan rendezvényhelyszínek fejlesztését támogassa, melyek alkalmasak befogadni egyrészt a már meglévő rendezvényeinket, másrészt a jövőben jelentkező újabb keresletet is.</p>
Miskolctapolca mint fürdődesztináció fejlesztése	<p>Stratégiai cél a nemzetközi viszonylatban is egyedülálló Barlangfürdő továbbfejlesztése, felújítása, és bővítése, Miskolctapolca minőségi turisztikai és vonzó üdülőhelyi arculata kialakulásának elősegítése, versenyképességének növelése. Elkötelezett a város abban, hogy Miskolctapolca egy nemzetközi szinten is karakteres imázssal rendelkező vonzó minőségi üdülőhelyé és fürdődesztinációvá váljon erős márkaértékkel, de úgy, hogy közben megőrzi az ökológiai egyensúlyát is, illetve érvényesülhetnek azon természetvédelmi szempontok is, melyek mentén fenntartható minőségi turizmus valósulhat meg a településrészen.</p>

Lillafüred mint
üdülő- és gyógyhely
továbbfejlesztése

Az ismert üdülőterület továbbfejlesztéséhez meghatározott minőségű turisztikai attrakciók megteremtésére van szükség annak érdekében, hogy a településrészeire érkező vendégek átlagos tartózkodási ideje jelentősebb mértékben növekedhessen.

Bár a terület számos attrakcióval büszkélkedik, infrastruktúrája nem a legmegfelelőbb a minőségi turisztikai kereslet fogadására. Komplex fejlesztési tervvel irányul mind az infrastruktúra megújítására, mind addicionális attrakciók megépítésére. Stratégiai cél, hogy a terület egy egynapos célterületből egy nemzetközileg is ismert és elismert többnapos tartózkodást is lehetővé tevő gyógyhelyi üdülőhellyé váljon.

A fentiekén túl erős potenciállal bír Miskolc ipari öröksége, amelynek turisztikai hasznosítása ma még rendkívül alacsony szinten áll, azonban - a piaci trendeket, a város lehetőségeit és a közép-kelet-európai kínálatot figyelembe véve - érdemes elgondolkodni ezen erőforrás versenyképes attrakcióvá formálásán.

Változások a turizmuspolitikában

A következő évek desztinációmenedzsmentjét alapjaiban írja át a 2016 év végén megjelent turizmusfejlesztési törvény, amely szerint „a turisztikai térség (desztináció) olyan földrajzilag körülhatárolható, beazonosítható területrész, amely a turisztikai kínálati piacon egységes fogadóterületként jeleníthető meg, épített környezeti, természetföldrajzi vagy kulturális értékek tekintetében összefüggő elemek alkotják, ezért egységes koncepcióban történő tervezéséhez, fejlesztéséhez és térségi turisztikai márka kialakításához országos érdek fűződik.” A térségeken túl a törvény meghatároz kiemelt desztinációkat is, amelyekben kiemelt turisztikai beruházásokat tervez végrehajtani. A „kiemelt turisztikai fejlesztési térség olyan turisztikai térség, amely a beutazó turizmus szempontjából kiemelkedő jelentőségű vagy célzott fejlesztések eredményeként azzá tehető, ezért koncentrált fejlesztéséhez országos érdek fűződik.”

A fejlesztések célja a desztinációk „turisztikai célú látogathatóságának javítása, látogatószámának növelése, turisztikai kínálatban betöltött szerepének erősítése, annak egyedi természeti, táji, kulturális karakterét megőrizve, környezeti fenntarthatóságát nem veszélyeztetve.” Az állam feladata a turisztikai fejlesztések szakpolitikai céljainak és irányelveinek kidolgozása, a turisztikai térségen belüli turisztikai fejlesztés szakmai tervezése, a megvalósítás turisztikai térségen belüli és azok közötti szakmai összehangolása. Feladat továbbá szakmailag meghatározni, megtervezni és összehangolni az egyes turisztikai térségeken belül és azok között a turisztikai fejlesztések tekintetében a turisztikai térség megközelítését biztosító térségi és helyi infrastruktúrához, a kulturális örökség védelméhez, az épített és természeti környezet védelméhez, a társadalmi, környezeti fenntarthatósághoz, továbbá a turizmussal összefüggő marketingtevékenységhez szükséges turisztikai kapacitásokat és feladatokat, valamint szakmailag összehangolni azok végrehajtását.

A Kormány turisztikai térségek elnevezését, földrajzi kiterjedését és típusba sorolását, a turisztikai térségek közül a kiemelt turisztikai fejlesztési térségeket, és a kiemelt állami turisztikai beruházások megvalósításának helyszíneit, a beruházással érintett ingatlanok helyrajzi számának megjelölésével rendeletben határozza meg. Eddig kihirdetett kiemelt turisztikai fejlesztési térségek: Balaton kiemelt turisztikai fejlesztési térség, Sopron-Fertő kiemelt turisztikai fejlesztési térség, Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség kiemelt turisztikai fejlesztési térség, Dunakanyar kiemelt turisztikai fejlesztési térség Debrecen, Hajdúszoboszló, Hortobágy, Tisza-tó kiemelt turisztikai fejlesztési térség. A kiemelt

turisztikai fejlesztési térség kategória után a jelentős vendégforgalommal bíró turisztikai térségek kategóriája a következő, amelyek közé tartozik a Mátra és Bükk térsége, s ennek központi desztinációjaként Miskolc is.

A desztinációk sikeres működtetése továbbra is a helyi szereplőkön múlik majd. A törvény – azzal hogy lehetőséget ad a kormánynak a térségi szintű fogadóterületek határainak meghatározására, s az egyes térségek legjelentősebb turisztikai beruházásait menedzselő, állami tulajdonú, nonprofit gazdasági társaságok alapítására – jogi és szervezeti kereteket nyújt a helyi kínálati elemeket komplex csomagokba foglaló, térségi szintű turisztikai márkák építéséhez. A cél egyrészt a már ma is működő, térségi desztinációk helyzetbe hozása, másrészt új brand-ek piacra juttatása.

A törvény nem hagyja érintetlenül a TDM-szervezeteket sem, igaz, még ma nem látszik világosan szerepük, feladatuk. Annyi bizonyos, hogy feltétlenül szükséges a helyi és térségi turisztikai márkastratégiákat újragondolni és hozzáilleszteni az új koncepcióhoz.

Alapkérdések

1. Mutassa be a turizmus helyét, súlyát Miskolcon! Melyek a turizmus, kedvező és kedvezőtlen hatásai a városban, igazolja azokat konkrét tényekkel!
2. A jellemző nemzetközi és hazai turisztikai trendek, tendenciák és környezeti, szabályozási feltételek közül melyek jelenthetik a legfontosabb esélyeket, esetleg veszélyeket Miskolc turizmusa számára?
3. Melyek a város, a desztináció versenyelőnyei? Mire építhető turisztikai pozícionálása? Melyek lehetnek a város márka-profilját, értékét meghatározó fő elemek? Milyen turisztikai márkastruktúra lenne kívánatos?
4. Állítson össze egy belföldi, az ország más részeiből Miskolcra irányuló turizmust ösztönző kommunikációs kampánytervet! Készítsen több alternatívát a rendelkezésre álló büdzsé nagyságának függvényében!
5. Mutassa be, elemezze a város szálláshelykínálatának összetételét! Ezek alapján Ön egy szállodát szeretne létesíteni Miskolcon. Ismertesse a választott helyszín és kategória alapján a szálloda-beruházás folyamatát és azokat a legfontosabb kérdéseket, amelyeket Önnek feltétlenül végig kell gondolnia!
6. Német egyetemistákból álló kutatócsoport érkezik a Miskolcra, érdeklődési körük az egészségturizmus és az ipari örökség. Ön, mint a megkeresett utazási iroda referense, állítson össze számukra egyhetes programajánlatot a térségben, és készítse el annak kalkulációját is! (Információk: a csoport repülővel érkezik Budapestre, utána buszt és németül beszélő idegenvezetőt igényelnek a tartózkodásuk teljes idejére. Teljes ellátással számoljon, az áraknak nézzen utána!) Ismertesse a programcsomagok összeállításának szabályait, folyamatát!
7. Ön egy miskolci hagyományost a modern gasztronómiával ötvöző színvonalas melegkonyhás vendéglátó üzlet tulajdonos-vezetője. Mutassa be az üzlet kínálatát! Készítse el az üzlet aktuális étel- és itallapját! Tervezze meg az üzemelési és nyitvatartási időtartamot és készítsen létszám- és bértervet!

8. Ön egy miskolci 4 csillagos szálloda (HR) igazgatója. Készítse el a létesítmény humán erőforrás tervét, ismertesse azokat a kérdéseket, amelyeket Önnek a tervezés során feltétlenül figyelembe kell vennie!

9. Ön idegenvezetőként dolgozik Miskolcon. Új városnéző útvonalat és bemutatási módot dolgozott ki csoportok számára. Foglalja össze az idegenvezetés és a városnézés legfontosabb szakmai ismereteit, mutassa be az útvonalát!

10. Elkészült a város vallási turizmusát, kínálatát bemutató kiadványa. Szervezen sajtótájékoztatót a kiadvány, s a 2020. évi konkrét vallásturisztikai kínálat bemutatására! Ismertesse a sajtótájékoztató szervezésének folyamatát, a konkrét javaslatok esetében választását indokolja!

Desztináció-menedzsment szakirány

1. Hogyan alakítaná ki, fejlesztené a helyi TDM szervezetek együttműködés struktúráját? Milyen turisztikai együttműködések kialakítása célszerű a térségben, melyeket ismer, mutassa be azokat!
2. Hogyan, milyen elemzésekre, kutatásokra, információkra épülően készítené el a város új turizmusfejlesztési stratégiáját! Vázzon fel, tervezze meg a kutatási programot, s adjon egy költségbecslést hozzá!
3. Értékelje a város bel- és külpiazi desztináció-marketing programját, eszközeit! Milyen változásokat, kiegészítéseket javasol?
4. Értékelje Miskolc internetes turisztikai portálját (www.hellomiskolc.hu)! Milyen változtatásokat tart szükségesnek? Indokolja javaslatait!

Kulturális turizmus szakirány

1. Mutassa be a város kulturális erőforrásainak, kínálatának fő területeit, csoportjait! Értékelje turisztikai hasznosításuk, illetve a kulturális alapú városfejlesztés lehetőségeit, teljesítményét!
2. Melyek a rendezvény, fesztiválturizmus miskolci jellegzetességei? Értékelje azt, s ezen belül egy kiválasztott konkrét fesztivált, majd fogalmazza meg véleményét, fejlesztési javaslatait!
3. Milyen tematikus utakat találhatunk a térségben, az észak-magyarországi régióban, melyekhez a miskolci desztináció is kapcsolódhat? Miért speciális termék a tematikus út! Mutassa be a tematikus utak kialakításának folyamatát, jelentőségét, előnyeit a szolgáltatók számára!
4. Melyek a múzeum-látogatók típusai, motivációi? Mutassa be e turizmus-terület új irányait, fejlődését, fejlesztési módszereit a miskolci múzeumok példáján!