Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
Среднерусский институт управления - филиал

Кафедра пищевых технологий, сервиса, торгового и таможенного дела
(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала)

УТВЕРЖДЕНО
Директор Среднерусского института
управления – филиала РАНХиГС
П.А. Меркулов

Электронная подпись

Щеголев Александр Владимирович

Подписан: Щеголев Александр Владимирович
DN: C=RU, S=Орловская область, T=исполняющий обязанности директора, OU="СРЕДНЕРУССКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ - ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "" РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ"""", O="ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ""РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ""", СНИЛС=13950729986, ИНН=575208091607, E=it@orel.ranepa.ru, G=Александр Владимирович, SN=Щеголев, CN=Щеголев Александр Владимирович
Основание: я подтверждаю этот документ своей удостоверяющей подписью
Местоположение: Среднерусский институт управления

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА
«Технология и организация туристских услуг»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса

Б1.В.ДВ. 02.01 «Рынок туристских услуг»
(код и наименование РПД)

43.03.02 «Туризм»
(код, наименование направления подготовки/специальности)

заочная
(форма(формы) обучения)

Год набора - 2022 г

Орел, 2022 г.

Автор-составитель:

к.т.н., доцент, доцент кафедры пищевых технологий, сервиса, торгового и таможенного дела Пашкевич Л.А._____

Заведующий кафедрой пищевых технологий, сервиса, торгового и таможенного дела к.б.н., доцент Меркулова Е.Г._____

РПД «Рынок туристских услуг» одобрена на заседании кафедры пищевых технологий, сервиса, торгового и таможенного дела_____

Протокол от «11» мая 202_2___г. №_1_____

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы 4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО 4
3. Содержание и структура дисциплины 5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся 6
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине 9
6. Методические материалы по освоению дисциплины 14
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет 16
7.1. Основная литература 16
7.2. Дополнительная литература 16
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация 16
7.4. Интернет-ресурсы 16
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы 17

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В. ДВ.02.01 «Рынок туристских услуг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПК-8	Способен работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения	ПК-8.1	Использует статистические и другие методы в процессе осмысления и обработки информации в профессиональной деятельности при проведении исследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта
		ПК-8.3	Осуществляет эффективный поиск в глобальных информационных сетях, на порталах и стендах международных выставок

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ *(при наличии профстандарта)*/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
Организация экскурсионной деятельности/ Определение концепции и стратегии развития экскурсионной организации	ПК-8.1	на уровне знаний – статистической информации о состоянии и приоритетных направлениях развития туризма в РФ
		на уровне умений – использовать статистические и другие методы в процессе осмысления и обработки информации при определении перспективных направлений деятельности туристской организации
		на уровне навыков – использования статистических и других методов в процессе осмысления и обработки информации при определении концепции развития туристской организации
	ПК-8.3	на уровне знаний – информации, необходимой при осуществлении рыночных исследований
		на уровне умений – осуществлять эффективный поиск в глобальных информационных сетях, на порталах и стендах международных выставок
		на уровне навыков – осуществления эффективного поиска в глобальных информационных сетях, на порталах и стендах международных выставок

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Вид учебной работы	Зачетные единицы	В том числе по формам обучения, часов		
		очная	очно-заочная	заочная
1	2	3	4	5
Общая трудоемкость дисциплины, в том числе:	3	-	-	108
Контактная работа	-	-	-	18

- занятия лекционного типа	-	-	-	6
- занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и т.д.)	-	-	-	12
Самостоятельная работа	-	-	-	81
Промежуточная аттестация (экзамен)	-	-	-	9

Дисциплина включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений, основной образовательной программы.

1. Изучение данной дисциплины базируется на дисциплинах:

- Информационное обеспечение профессиональной деятельности;
- Маркетинг.

2. Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем для изучения следующих дисциплин:

- Проектная деятельность в сфере туризма;
- а также во время проведения государственной итоговой аттестации.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Методологические основы исследований рынка туристских услуг с использованием современного программного обеспечения.	23	1		2		20	О, К, Реф
Тема 2	Исследование инфраструктуры и конъюнктуры рынка туристских услуг с использованием статистической информации и современного программного обеспечения	26	2		4		20	О, К, Реф
Тема 3	Изучение потребителей при проведении исследованиий туристских ресурсов и проектировании туристского продукта	25	1		4		20	О, К, Т, Реф
Тема 4	Исследование конкурентоспособности на рынке туристских услуг с использованием статистической ин-	25	2		2		21	О, К, Т

	формации и современного программного обеспечения							
Промежуточная аттестация		9						Экз
Всего:		108	6		12		81	

Примечание: формы заданий текущего контроля успеваемости: контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), и виды учебных заданий: реферат (Реф); формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз).

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Методологические основы исследований рынка туристских услуг с использованием современного программного обеспечения.

Понятие, классификация рынка туристских услуг. Международный рынок туристских услуг. Рынок туристских услуг в России.

Принципы и этапы исследования рынка туристских услуг. Глобальные информационные сети, порталы и стенды международных выставок как источники информации о рынке. Способы получения информации. Методы обработки информации при проведении исследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта.

Тема 2. Исследование инфраструктуры и конъюнктуры рынка туристских услуг с использованием статистической информации и современного программного обеспечения

Понятие и сущность инфраструктуры рынка туристских услуг. Основные элементы инфраструктуры рынка туристских услуг и их характеристика. Понятие и основные показатели изучения конъюнктуры рынка туристских услуг. Статистические и другие методы осмысления и обработки информации, полученной при проведении исследования рынка туристских услуг.

Тема 3. Изучение потребителей при проведении исследованиий туристских ресурсов и проектировании туристского продукта

Сегментирование рынка туристских услуг. Потребности в туристских услугах. Модели потребления. Анализ типологических особенностей потребителей. Формирование товарной политики туристского предприятия. Качество предоставляемых туристских услуг. Система сбыта. Реклама. Ценообразование на рынке туристских услуг.

Тема 4. Исследование конкурентоспособности на рынке туристских услуг с использованием статистической информации и современного программного обеспечения

Формирование конкурентоспособности на рынке туристских услуг. Характеристика факторов конкурентоспособности туристских услуг. Характеристика критериев конкурентоспособности туруслуг. Методология оценки конкурентоспособности услуг. Глобальные информационные сети, порталы и стенды международных выставок как источники информации для исследования конкурентоспособности на рынке туристских услуг.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В. ДВ.02.01 «Рынок туристских услуг» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Методологические основы исследований рынка туристских услуг с использованием современного программного обеспечения.	Устный контроль, письменный контроль
Тема 2. Исследование инфраструктуры и конъюнктуры рынка туристских услуг с использованием статистической информации и современного программного обеспечения	Устный контроль, письменный контроль
Тема 3. Изучение потребителей при проведении исследованиий туристских ресурсов и проектировании туристского продукта	Устный контроль, письменный контроль, тестовый контроль
Тема 4. Исследование конкурентоспособности на рынке туристских услуг с использованием статистической	Устный контроль, письменный контроль, тестовый контроль

информации и современного программного обеспечения	

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Вопросы для проведения опроса

Тема 1. Методологические основы исследований рынка туристских услуг с использованием современного программного обеспечения.

1. Рынок туристских услуг в России и проблемы его развития.
2. Состояние, проблемы и тенденции развития мирового туристского рынка.
3. Меры по увеличению притока иностранных туристов в Россию.
4. Основные направления развития туристской отрасли согласно распоряжению правительства РФ «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».
5. Классификация рынка туристских услуг.
6. Принципы и этапы исследования рынка туристских услуг.
7. Глобальные информационные сети, порталы и стенды международных выставок как источники информации о рынке.
8. Способы получения информации и методы обработки информации с использованием современного программного обеспечения при проведении исследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта.

Тема 2. Исследование инфраструктуры и конъюнктуры рынка туристских услуг с использованием статистической информации и современного программного обеспечения

1. Раскройте сущность понятия инфраструктуры туристского рынка и дайте краткую характеристику основным элементам, характеризующим инфраструктуру туристского рынка.
2. Функции инфраструктуры туристского рынка
3. Понятие и основные элементы, характеризующие инфраструктуру туристского рынка.
4. Источники и способы получения информации для проведения исследование инфраструктуры и конъюнктуры рынка туристских услуг с использованием статистической информации и современного программного обеспечения.
5. Понятие и основные элементы, характеризующие конъюнктуру туристского рынка
6. Охарактеризуйте спрос и предложение как элементы конъюнктуры туристского рынка.
7. Методы «полевых» и «кабинетных» исследований для сбора и анализа информации
8. Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынка туристских услуг в России.
9. Характеристика опроса как метода исследования рынка. Достоинства и недостатки различных форм опроса.
10. Характеристика методов исследования рынка с точки зрения характера информации.
11. Этапы изучения конъюнктуры рынка и их сущность
12. Понятие емкости рынка и методы ее расчета
13. Перечислите конъюнктурообразующие факторы на рынке туристских услуг и кратко их охарактеризуйте.

Тема 3. Изучение потребителей при проведении исследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта

Тема 4. Исследование конкурентоспособности на рынке туристских услуг с использованием статистической информации и современного программного обеспечения

Дайте определение понятию «признак сегментации», «метод сегментации». Перечислите критерии выделения целевого сегмента.

Назовите методы сегментации рынка туристских услуг и дайте им краткую характеристику.

Назовите основные факторы, влияющие на потребительский спрос на рынке туристских услуг. Кратко охарактеризуйте каждый из факторов.

Перечислите модели потребительского поведения и раскройте их сущность.

Раскройте сущность типологии потребителей Эверетта Роджерса.

Перечислите основные способы изучения рыночного спроса на туристские услуги, раскройте их сущность.

Назовите методы прогнозирования рыночного спроса, раскройте их сущность. В чем преимущество прогнозирования с помощью регрессионного метода перед экстраполированием по трендовой модели?

Методы определения конкурентоспособности предприятий индустрии туризма.

Методы определения конкурентоспособности туристических услуг.

Характеристика факторов и критериев конкурентоспособности туристских услуг.

Методология оценки конкурентоспособности услуг.

Глобальные информационные сети, порталы и стенды международных выставок как источники информации для исследования конкурентоспособности на рынке туристских услуг.

Вопросы (варианты) для контрольной работы

Вариант 1

1. Статистические и другие методы наиболее широко применяемые на предприятиях индустрии туризма для осмысления и обработки информации при проведении исследований.

2. Сравните российское и зарубежное современное программное обеспечение, используемое при осуществлении рыночных исследований в туризме.

Вариант 2

1. Охарактеризуйте интеллектуальные методы анализа данных. Раскройте понятия Data Mining, OLAP.

2. Для получения информации при проведении рыночных исследований используют методы статистического наблюдения. Приведите примеры выборочного наблюдения при проведении иследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта.

Вариант 3

1. Охарактеризуйте статистические данные о состоянии туристского рынка, содержащиеся в глобальных информационных сетях (базы данных Всемирного банка DataBank (http://databank.worldbank.org), базы данных и публикаций Международного валютного фонда (http://www.imf.org/en/data), информационных ресурсов ОЭСР (http://www. oecd-ilibrary.org/statistics).

2. Покажите на конкретном примере использование статистических и других методов обработки информации при проведении исследований туристских ресурсов.

Вариант 4

1. Технология работы с программным продуктом Statgraphics Plus при проведении всевозможных видов анализа данных (дисперсионный, корреляционный, регрессионный), полученных в процессе рыночных исследований.

2. Покажите на конкретном примере использование статистических и других методов обработки информации при проведении проектирования туристского продукта.

Вариант 5

1. Технология работы с программным продуктом Statistica при проведении исследований рынка туристских услуг.

2. Охарактеризуйте статистические данные о состоянии туристского рынка, содержащиеся в глобальных информационных сетях (статистики Росстата (http://www.gks.ru), публикуемой отчетности Центрального банка (http://www.cbr.ru), Росреестра (http://www.rosreestr.ru).

Примерный перечень тестовых вопросов

1. В процессе разработки региональной стратегии выделяют следующие фазы, различающиеся общностью результатов выполняемых работ:

а) прогнозный анализ и целеполагание

б) прогнозный анализ и ретроспективный анализ

в) прогнозный анализ и перспективный анализ

2. По субъектам финансово-хозяйственный контроль подразделяется на:

а) внутренний и внешний

б) государственный и независимый

в) государственный, независимый и контроль собственника

3. Выберите факторы, оказывающие влияние на спрос:

а) доходы и число покупателей, потребительские вкусы, цены на товары, качество товаров;

б) наличие конкурентов на рынке, финансовое состояние производителей товаров, погодные условия;

в) инфляция, политическая обстановка, размер производственной мощности;

4. К группе трудно регулируемых конъюнктурообразующих факторов можно отнести:

а) краткосрочные факторы;

б) стихийные бедствия, сезонные факторы

в) демографические, географические, социально-психологические факторы;

5. Какой метод основан на использовании знаний высококвалифицированных специалистов:

а) метод анкетирования;

б) метод «Дельфи»;

в) метод кабинетных исследований

6. Конъюнктурное исследование – это:

а) исследование конкурентов;

б) постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации;

в) сбор, анализ и обобщение данных о спросе, предложении, уровне цен для оценки текущей и прогнозирования рыночной ситуации на ближайшее будущее

7. Платежеспособные потребители, имеющие доступ к туристским услугам, составляют часть

а) потенциального рынка

б) действительного рынка;

в) квалифицированного рынка;

8. Емкость рынка – это

а) число фирм, работающих на рынке;

б) соотношение спроса и предложения туристского продукта;

в) объем реализуемых на рынке туристских услуг в течение определенного промежутка времени.

9.На какой стадии жизненного цикла турпродукта фирма получает максимальную прибыль?

а) внедрения;

б) спада;

в) зрелости

10. Сегментацией рынка называется

а) определение емкости рынка;

б) выделение туристских продуктов, пользующихся наиболее высоким спросом на рынке;

в) выделение целевых групп потребителей, характеризующихся однородностью требований к предлагаемым на рынок продуктов.

Ответы на тесты

1.а. 2.а. 3.а. 4.б. 5.б. 6.в. 7.а. 8.в. 9.в. 10.в.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Экзамен (зачет) проводится с применением следующих методов (средств):

Экзамен по дисциплине Б1.В. ДВ.02.01 «Рынок туристских услуг» проводятся с использованием метода письменного контроля в виде письменного ответа на вопросы и решения ситуационной задачи.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания *Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая освоение компетенции*	Критерий оценивания *Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.*
ПК-8.1 Использует статистические и другие методы в процессе осмысления и обработки информации в профессиональной деятельности при проведении исследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта	Использует статистические и другие методы в процессе осмысления и обработки информации при определении перспективных направлений деятельности туристской организации, а также при проведении исследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта	Ответ обучающегося полностью соответствует заданной теме; тема раскрыта системно, исчерпывающе и глубоко осмыслена; обучающийся умеет анализировать и обобщать информацию; содержание ответа ясное по структуре, последовательное по изложению; позиция отвечающего представлена в полной мере и убедительно аргументирована, приведены

ПК-8.3 Осуществляет эффективный поиск в глобальных информационных сетях, на порталах и стендах международных выставок	Осуществляет эффективный поиск в глобальных информационных сетях, на порталах и стендах международных выставок	примеры; отвечающий понимает суть проблемы, демонстрирует самостоятельность и критичность суждений. Языковое оформление ответа полностью адекватно научному стилю литературного языка и нормам речи; мысли сформулированы ясно и точно; содержание изложено свободно, с использованием богатых лексических и грамматических возможностей языка; обучающийся демонстрирует безупречное владение метаязыком дисциплины. Ситуационная задача решена правильно.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов для проведения экзамена

1. Перечислите основные направления применения глобальной информационной сети Интернет различными субъектами туристского рынка.
2. Сформулируйте понятие «рынок туристских услуг». Перечислите и кратко охарактеризуйте субъекты и объекты рынка туристских услуг.
3. Классификация рынка туристских услуг по различным признакам.
4. Покажите связи, которые на ваш взгляд существуют, между тенденциями развития рынка туристских услуг и экономической ситуацией туристского региона и России в целом.
5. Опишите источники и способы получения информации для проведения исследования рынка туристских услуг.
6. Глобальные информационные сети, порталы и стенды международных выставок как источники информации о туристском рынке.
7. Раскройте сущность понятия конъюнктуры туристского рынка и дайте краткую характеристику основным элементам, характеризующим конъюнктуру туристского рынка.
8. Изучение показателей конъюнктуры туристского рынка с использованием статистической информации и современного программного обеспечения.
9. Прогнозирование спроса потребителей: понятие и сущность методов прогнозирования спроса на рынке туристских услуг с использованием статистической информации и современного программного обеспечения.
10. Раскройте сущность понятия инфраструктуры туристского рынка и дайте краткую характеристику основным элементам, характеризующим инфраструктуру туристского рынка.
11. Расскажите классификацию критериев и факторов конкурентоспособности на рынке туристских услуг и дайте им краткую характеристику.
12. Назовите объекты конъюнктурных исследований и источники конъюнктурной информации.
13. Раскройте суть понятия емкости рынка. Расскажите методы ее определения и прогнозирования с использованием современного программного обеспечения.
14. Изложите в общих чертах сущность методов прогнозирования конъюнктуры рынка туристских услуг.
15. Проведите классификацию и раскройте сущность методов оценки конкурентоспособности на рынке туристских услуг.
16. Опишите основные этапы и методы исследования рынка туристских услуг.
17. Охарактеризуйте методы «полевых» и «кабинетных» исследований для сбора и анализа информации.
18. Охарактеризуйте опрос как метод исследования туристского рынка. Приведите примеры достоинств и недостатков различных форм опроса.
19. Охарактеризуйте статистические и другие методы обработки информации, используемые в рамках исследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта.

20. Дайте характеристику социологическим методам исследования рынка туристских услуг.

21. Дайте характеристику экспертным методам исследования рынка туристских услуг.

22. Дайте характеристику экономико-математическим методам исследования рынка туристских услуг.

23. Способы получения информации и методы обработки информации при проведении исследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта.

24. Охарактеризуйте методы статистического наблюдения, используемые при проведении исследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта.

25. Охарактеризуйте приложение Windows - Excel, содержащее библиотеку статистических методов обработки данных, полученных при проведении рыночных исследований.

26. Охарактеризуйте специализированные программы, направленные не только на обработку данных, но и на моделирование и планирование рыночных исследований (приложения Windows с различными версиями Mathcad, Statistica, Axum7, Statgraphics Plus, Simulink и др).

27. Охарактеризуйте порталы, каталоги и стенды международных выставок в сфере туризма.

Примерные варианты ситуационных задач для проведения экзамена

Задача 1. Фирма «Сатурн» торгует турами по России и за рубежом. В процессе рыночных исследований и сегментирования потребителей туристских услуг установлено, что значение отдельных потребителей для эффективной деятельности «Сатурна» различно (табл.1). На основании данных таблицы 1 определите наиболее привлекательные сегменты рынка для фирмы «Сатурн» на основе АВС-анализа потребителей, а результаты расчета оформите в виде таблицы 2. В качестве программного средства для выполнения задания используйте Microsoft Excel. Перечислите методы исследования рынка, которые необходимо использовать для получения исходных данных задачи и их обработки и анализа.

Таблица 1 – Исходные данные

Сегмент	Потребление услуг, %	Емкость потребительского сегмента,
1	15	4
2	19	3
3	22	2
4	10	19
5	7	11
6	12	8
7	3	30
8	5	16
9	7	10

Таблица 2 – Результаты АВС-анализа потребителей

Сегмент	Интенсивность потребления	Удельная интенсивность потребления	Группа
1			
2			
3			
…… и т.д.			
Итого			

Задача 2. Туристическое агентство «Мечта» оказывает различный спектр туристских услуг. В процессе анализа работы туристического агентства были получены данные об объемах продаж туристских услуг (таблица 1). Используя Microsoft Excel в качестве программного средства, рассчитайте долю каждой туристской услуги в общем объеме продаж турагентства «Мечта» и представьте результаты в виде круговой диаграммы. Проведите анализ полученных результатов и сформулируйте мероприятия по оптимизации ассортимента туристских услуг.

Таблица 1 – Объем туристских услуг, оказанных турагентством «Мечта» в 2022 году

Вид туристской услуги	Объем продаж, руб.	Доля в объеме продаж, %

1. Продажа турпакетов на различные курорты	357500	
2. Детский туризм (продажа путевок в пансионаты и лагеря отдыха)	246845	
3. Отраслевой (экономический) туризм для изучения рынков, современных научно-технических достижений»	68095	
4.Оформление документов и виз	59583	
5.Бронирование гостиниц	25536	
6. Туристические пакеты для новобрачных	17024	
7. Бронирование авиа и других билетов	8512	
8. Предоставление гидов	9000	
Итого		100,00

Задача 3. Круизный туризм достаточно популярен во всем мире и считается одним из самых быстрорастущих секторов туристского рынка. За последние 30 лет круизная индустрия динамически развивалась, в основном за счет спроса в Северной Америке, растущего спроса на европейском рынке и недавно в регионе Австралия – Азия. В таблице 1 представлены данные о динамике спроса в международном круизном секторе в период с 2016 по 2021 гг. Используя Microsoft Excel в качестве программного средства, представьте табличные данные графически в виде точечного графика и покажите линию тренда развития спроса в Северной Америке и Европе на ближайшие 10 лет.

Таблица 1. Международный спрос на рынке круизов, 2016 – 2021 гг. (млн пассажиров)

Регион	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
Северная Америка	10,29	10,4	11	11,44	11,64	11,82
Европа	4,47	5,04	5,67	6,15	6,23	6,4
Всего	14,76	15,44	16,67	17,59	17,87	18,22
Остальной мир	1,54	2,15	2,4	2,91	3,03	3,09
Итого	16,3	17,59	19,07	20,5	20,9	21,31

Задача 4. В целом Россия обладает значительным потенциалом для развития туристской индустрии. Значимость развития туризма для регионов РФ определяется уникальным историко-культурным наследием, благоприятными природными условиями и ресурсами, географическим положением и др. Наличие в нашей стране разнообразных туристских ресурсов создает условия для многих видов туризма: культурно-познавательного, круизного, лечебно-рекреационного, делового и событийного, экологического и приключенческого, сельского, охоты и рыбалки. Основные показатели состояния туристской отрасли одного из регионов России представлены в таблице 1. Проанализируйте показатели состояния туристской отрасли одного из регионов РФ и выявите основные тенденции; определите общее количество туристов в регионе в целом за период 2018-2022гг. и используя Microsoft Excel постройте график, который покажет тенденцию изменения общего количества туристов по годам анализируемого периода.

Таблица 1- Основные показатели состояния туристской отрасли одного из регионов РФ

№	Показатели	2018	2019	2020	2021	2022
1.	Количество иностранных туристов, въехавших на территорию субъекта, тыс. чел.	1,1	1,5	2,8	4,7	4,0
2.	Внутренний туристский поток, тыс. чел.	135,038	155,217	398,2	470,0	514,0
3.	Количество туристов на 1000 человек населения, чел	256	295	752	880	970
4.	Количество иностранных туристов на 1000 человек населения, чел	2,1	2,8	5,3	8,8	7,5
5.	Выезд жителей субъекта РФ с туристскими целями за рубеж, тыс. чел.	6,7	8,2	9,6	8,2	8,4
6.	Количество туристских предприятий, действующих на территории субъекта, ед.	27	25	46	54	56
7.	Объем оказанных туристских услуг, млн.	120,5	107,4	108,6	110,9	118,9

	руб.					
8.	Количество коллективных средств размещения, ед.	43	41	43	51	53
9	Объем платных гостиничных услуг, млн. руб.	211,9	228,8	222,8	255,5	238,4
10.	Объем налоговых отчислений предприятий туристской отрасли в бюджет, млн. руб.	113119	110628	113767	128637	130248

Задача 6. В процессе исследования конъюнктуры рынка туристских услуг были изучены состояние спроса, предложения и уровень цен на туры в Европу. Получены данные, приведенные в таблице. Используя Microsoft Excel в качестве программного средства, представьте табличные данные в виде точечного графики спроса и предложения, определите равновесную цену на путевку (поездка в Европу на 5 дней).

Цена P, ден. ед.	Спрос Q, ед.	Предложение Q, ед.
37	10	10
34,5	15	9
33	16	8
31,2	18	7,5
30	20	6
28	21	-

Шкала оценивания.

Критерии для выставления оценки на промежуточной аттестации:

- «отлично» - ответ обучающегося полностью соответствует заданной теме; тема раскрыта системно, исчерпывающе и глубоко осмыслена; обучающийся умеет анализировать и обобщать информацию; содержание ответа ясное по структуре, последовательное по изложению; позиция отвечающего представлена в полной мере и убедительно аргументирована, приведены примеры; отвечающий понимает суть проблемы, демонстрирует самостоятельность и критичность суждений. Языковое оформление ответа полностью адекватно научному стилю литературного языка и нормам речи; мысли сформулированы ясно и точно; содержание изложено свободно, с использованием богатых лексических и грамматических возможностей языка; обучающийся демонстрирует безупречное владение метаязыком дисциплины. Ситуационная задача решена правильно;

- «хорошо» - ответ обучающегося полностью соответствует заданной теме; тема раскрыта системно, глубоко осмыслена (имеются пробелы знаний только в некоторых, особенно сложных разделах); обучающийся умеет анализировать и обобщать информацию; содержание ответа ясное по структуре, последовательное по изложению; позиция отвечающего представлена в полной мере и убедительно аргументирована, приведены примеры; отвечающий понимает суть проблемы, демонстрирует самостоятельность и критичность суждений. Языковое оформление ответа полностью адекватно научному стилю литературного языка и нормам речи; мысли сформулированы ясно и точно; содержание изложено свободно, с использованием богатых лексических и грамматических возможностей языка; студент демонстрирует безупречное владение метаязыком дисциплины. В решении ситуационной задачи имеются незначительные неточности;

- «удовлетворительно» - ответ обучающегося в целом соответствует заданной теме, однако присутствует неполнота изложения; тема раскрыта частично либо поверхностно; позиция отвечающего представлена недостаточно определенно либо представлена формально, бездоказательно; обучающийся затрудняется в приведении аргументов и/или примеров; не владеет проблемой, ограничиваясь воспроизведением материала. Структура ответа не вполне ясная, изложение с заметными нарушениями логической последовательности; в языковом оформлении ответа фиксируется нарушение требований научного стиля речи; слабое владение метаязыком дисциплины. Способен решать лишь наиболее легкие ситуационные задачи.

- «неудовлетворительно» - ответ обучающегося не соответствует заданной теме, присутствует неполнота изложения; тема раскрыта частично либо поверхностно; позиция отвечающего представлена недостаточно определенно либо представлена формально, бездоказательно; обучающийся затрудняется в приведении аргументов и/или примеров; не владеет проблемой, ограничиваясь воспроизведением материала. Структура ответа не ясная, изложение с заметными нарушениями логической последовательности; в язы-

ковом оформлении ответа фиксируется нарушение требований научного стиля речи, либо имеются другие типы речевых ошибок; слабое владение метаязыком дисциплины. Ситуационная задача не решена.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «Рынок туристских услуг» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические занятия) и самостоятельной работы студентов.

Практические занятия дисциплины «Рынок туристских услуг» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

Этапы подготовки к лекции: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора); ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Этапы подготовки к практическим занятиям: внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному практическому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям; выпишите основные термины; ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов; уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до практического занятия) во время текущих консультаций преподавателя.

Перечень вопросов для самостоятельной подготовки к занятиям

1. Место рынка туристских услуг в экономике страны. Функции рынка.
2. Современное состояние международного рынка туристских услуг.
3. Обзор текущей ситуации на российском рынке туризма. Основные тенденции развития рынка туристских услуг в России.
1. Функции инфраструктуры рынка туристских услуг.
2. Факторы, влияющие на конъюнктуру рынка туристских услуг.
1.Модели потребления туристских услуг.

Формирование конкурентоспособности на стадиях жизненного цикла товаров (услуг).

Написание реферата.

Структура реферата содержит следующие обязательные элементы: титульный лист; содержание; введение; основная часть; заключение; библиографический список; приложение(я) (при необходимости).

Титульный лист является первой страницей реферата.

Текст печатается шрифтом TimesNewRoman, размер шрифта 14.

В содержании перечисляют введение, заголовки глав (разделов) и подразделов основной части, заключение, библиографический список, каждое приложение с указанием номеров листов (страниц), на которых они начинаются.

Во введении, как правило, обосновываются актуальность выбранной темы, ее теоретическая и практическая значимость, формулируются цель и задачи работы, дается краткий обзор информационной базы исследования.

Основная часть реферата представляет собой логически последовательное изложение изученной проблемы. Основная часть реферата состоит из глав. В конце каждой главы (раздела) подраздела следует обобщить материал в соответствии с целями и задачами, сформулировать выводы и достигнутые результаты.

В заключении подводится итог работы, представляющий собой обобщенные выводы.

Библиографический список должен включать изученную и использованную в реферате литературу. Не менее 25 % источников должны быть изданы в последние пять лет.

В приложения (если таковые имеются) включаются связанные с выполненным рефератом материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть внесены в основную часть: справочная информация, таблицы, схемы, извлечение из нормативных документов, образцы документов, инструкции, методики (иные материалы), разработанные в процессе выполнения работы, иллюстрации вспомогательного характера и т.д.

Примерная тематика рефератов

Тема 1. Методологические основы исследований рынка туристских услуг с использованием современного программного обеспечения

1. Применение глобальной информационной сети Интернет для проведения рыночных исследований в индустрии туризма.
2. Виды туристских порталов и особенности их работы.
3. Программное обеспечение статистического анализа данных на предприятиях индустрии туризма. Сравнительный анализ. Основные возможности.
4. Анализ состояния рыночной среды и тенденции развития рынка международного туризма.
5. Россия международном рынке туристических услуг.
6. Международный туризм в условиях экономических и политических проблем
7. Анализ влияния финансово-экономических и политических факторов на динамику международного рынка туристских услуг.
8. Анализ динамики и тенденции развития туристского рынка в России.
9. Современное состояние и тенденции развития регионов России, пользующиеся популярностью у иностранных граждан.
10. Анализ рынка туристских услуг в городе Орел, Орловской области.
11. Анализ влияния рынка туристских услуг на развитие экономики России.

Тема 2. Исследование инфраструктуры и конъюнктуры рынка туристских услуг с использованием статистической информации и современного программного обеспечения

1. Инфраструктура рынка туристских услуг и ее основные элементы.
2. Элементы инфраструктуры рынка туристских услуг, содержание их деятельности и роль в рыночной экономике.
3. Особенности формирования инфраструктуры рынка туристских услуг в России, сравнение с другими странами.
4. Проблемы и перспективы развития инфраструктуры рынка туристских услуг в России.
5. Рыночная инфраструктура и проблемы ее формирования.
6. Туристская инфраструктура как основа функционирования рынка туристских услуг
7. Транспортная инфраструктура в туризме.
8. Инфраструктура туроперейтинга как элемент туристической инфраструктуры.
9. Гостиничная индустрия как составляющая туристической инфраструктуры.
10. Индустрия питания как составляющая туристической инфраструктуры.

Тема 3. Изучение потребителей как важный этап при проведении исследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта

1. Социально-демографические факторы, влияющие на формирование и развитие рынка туристских услуг.
2. Личностно-поведенческие (психологические) факторы, влияющие на формирование и развитие рынка туристских услуг.
3. Влияние качества предоставляемых туристских услуг на состояние туристического рынка.
4. Роль рекламы в формировании потребительских предпочтений и продвижении туристского продукта.
5. Роль исследований потребительского поведения туристов в разработке стратегии туристского региона.
6. Исследование факторов, влияющих на потребительское поведение туристов.
7. Значение исследования потребительского поведения для эффективного проектирования туристских услуг.
8. Сегментирование потребителей туристских услуг.
9. Модели потребления туристского продукта.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине включает следующие материалы:

Пашкевич Л.А. Рынок туристских услуг. Практикум [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие. - Орел, 2019.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Аймалетдинов, Т. А. Рынок туристических услуг: потребительское поведение и планы россиян // Социология. Статистика. Публикации. Отраслевые обзоры. Вып. 2 (15) / Т. А. Аймалетдинов, В.И. Гриценко, О.А. Долгова ; Аналитический центр НАФИ. - Москва : НАФИ, 2019. - 50 с.. - ISBN 2587-9073. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1031310.

2. Дмитриев, М.Н. Экономика туристского рынка: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма / М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева, Е.Н. Малыгина. — 2-е изд., перераб. и доп. - М : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 311 с. - ISBN 978-5-238-01855-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1028897

7.2. Дополнительная литература

1. Быстров, С. А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: учебное пособие / С. А. Быстров. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. — 399 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-91134-609-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1014730

2. Овчаров, А. О. Управление рисками в сфере туристских услуг / А. О. Овчаров. - Текст: электронный // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. - 2008. - №2. - С. 140-162. - URL: https://znanium.com/catalog/product/342641.

3. Слонимская, М. А. Доступный маркетинг: рынок услуг / М. А. Слонимская, Г. А. Яшева, Ю. Г. Вайлунова. - Минск: Вышэйшая школа, 2021. - 224 с. - ISBN 978-985-06-3314-9. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: https://e.lanbook.com/book/193843.

4. Тимохина, Г. С. Российский рынок услуг private banking: исследование, анализ, стратегии: монография / Г. С. Тимохина. - Москва: Креативная экономика, 2018. - 176 с. - ISBN 978-5-91292-250-3. - Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: https://e.lanbook.com/book/116004.

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. ФЗ «Об основах туристской деятельности» от 24.11.1996 N 132-ФЗ [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/

2. ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» от 15.08.1996 №114 [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11376/ 114-ФЗ

3. Закон РФ «О государственной границе Российской Федерации» от 01.04.1993№ 4730-1 [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_3140/

4. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р (ред. от 07.02.2022) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/

5. Распоряжение правительства РФ от 5 мая 2018 года № 872-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)» [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/557414759

6. Гражданский кодекс РФ [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/

7. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 № 195-ФЗ [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/

7.4. Интернет-ресурсы

1. Все о туризме и путешествиях [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.travel.ru
2. Все о путешествиях и туризме [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.besttours.ru
3. Деловой туристский портал [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.btp.ru

4. Ежедневная электронная газета для профессионалов туризма [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.ratanews.ru

5. Официальный сайт Федерального агентства по туризму [Электронный ресурс] - Режим доступа: http:// www.russiatourism.ru

6. Официальный сайт Российского Союза Туриндустрии (РСТ) [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.rata.ru

7. Портал «Туристская информационная система» [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.tos.ru

8. Профессиональный туристический портал ТурДом [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.tourdom.ru

9. Туристическая система для профессионалов туризма [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.profi.tury.ru

10. Турбизнес для профессионалов [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.travelinform.ru

11. Официальный сайт информационно-аналитического журнала «Турбизнес» [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.tourbus.ru/

12. Новости туристического рынка [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.trn-news.ru/market

13. Аналитика российского туристического рынка [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://rusbase.com/news/travel-market-russia/

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

№	Номер аудитории	Наименование специальных помещений	Оснащенность оборудованием и техническими средствами обучения	Перечень программного обеспечения
1	2	3	4	5
1	302-1	учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой	Учебная мебель, доска, персональный компьютер в сборе с доступом в интернет – 1 шт. (AMD FX™-4100 Quad-CoreProcessor 3.60 GHz/ОЗУ 4.00 ГБ/ HDD 250 ГБ/AcerSyncMaster SA300); колонки Genius – 1 шт.; проектор EPSON – 1 шт.; экран на треноге – 1 шт.	1.Windows 7 Pro 2. 7-Zip 16.04 3. Adobe Acrobat Reader DC 4. Epson USB Display 5. Google Chrome
2	315-1	учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой	Учебная мебель, доска, учебно-наглядные пособия – 1 шт., персональный компьютер в сборе с доступом в интернет – 1 шт. (Intel(R) Pentium(R) D CPU 2.80 GHz/ОЗУ 2.00 ГБ/ HDD 300 ГБ/Acer V206HQL); колонки J-S – 1 шт.; проектор BENQ – 1 шт.; экран на треноге – 1 шт.	1.Windows 7 Pro 2. Adobe Acrobat Reader DC 3. Google Chrome 4. Mozilla Firefox
3	211	Помещение (ауди-	Учебная мебель, персональные	1. Windows 7 Pro

		тория) для самостоятельной работы обучающихся	компьютеры в сборе с доступом в интернет – 15 шт. (DVD-RV, VGA NV 8600GT, HDD 160, INTEL C2D4400/ BenQ FP92 ES/кл/м) коммутатор Dlink– 1шт.	2. Консультант+ 3. Kaspersky Endpoint Security для Windows 4. Mozilla Firefox 5. Google Chrome 6. Adobe Reader DC
4	115	Помещение (аудитория) для самостоятельной работы обучающихся	Учебная мебель, персональный компьютер в сборе с доступом в интернет– 1шт. (DVD-RV, VGA NV 8600GT, HDD 160, INTEL C2D4400/ BenQ FP92 ES/кл/м), коммутатор Dlink– 1шт.	1. Windows 7 Pro 2. Консультант+ 4. Gentoo Linux