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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.14 Маркетинг
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

43.03.02 Туризм
(код, наименование направления подготовки)

Технология и организация туристских услуг
(наименование образовательной программы)

Очная, заочная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2026
Год изменения – Орел-2026

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Макарова Т.Н. - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Пищевые технологии, сервис, торговое и таможенное дело»

Заведующий кафедрой:
Меркулова Е.Г. кандидат биологических наук, доцент

Рабочая программа дисциплины Б1.О.14 Маркетинг одобрена на заседании кафедры пищевых технологий, сервиса, торгового и таможенного дела Среднерусского института управления – филиал РАНХиГС.

протокол № 11 от «30» июня 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы....4

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы....5

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)....6

4. Типы оценочных материалов, показатели и критериоценивания....10

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания....15

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине....19

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)....23

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет....26

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы....27

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

Дисциплина Б1.О.14 Маркетинг обеспечивает формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций:

ОТФ/ ТФ и реквизиты ПС *(при наличии)*	**Код компетенции**	**Наименование компетенции**	**Код индикатора достижения компетенций**	**Наименование индикатора достижения компетенций**	**Образовательный результат**
	ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1	Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в том числе с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	*ОПК-4.1. З-1.* ***Знает*** направления и этапы проведения исследования туристского рынка; *ОПК-4.1. З-2.* ***Знает*** методы изучения и прогнозирования поведения потребителей; *ОПК-4.1. З-4.* ***Знает*** направления изучения конкурентов; *ОПК-4.1. У-3.* ***Умеет*** разрабатывать и осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка; *ОПК-4.1. У-4.* ***Умеет*** осуществлять прогноз спроса и поведения потребителей; *ОПК-4.1. У-6.* ***Умеет*** использовать результаты исследования деятельности конкурирующих предприятий в профессиональной сфере.

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

4 з.е., 144 ак.час.

Очная форма обучения. Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий:44 ак. часа на контактную работу с преподавателем, из них 16 ак.час на лекции и 24 ак.час на практические занятия, 4 часа на контактную работу на аттестации. 100 ак. часов на самостоятельную работу обучающихся.

Заочная форма обучения. Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 14 ак. часа на контактную работу с преподавателем, из них 4 ак.часа на лекции и 10 ак.часов на практические занятия. 126 ак. часов на самостоятельную работу обучающихся. 4 часа на контроль.

Б1.О.14 Маркетинг реализуется в 6-м семестре 3-го курса (очная форма обучения) и на 4 курсе (заочная форма обучения) после изучения дисциплин:

- Анализ потребителей и рынка объектов индустрии гостеприимства;
- Менеджмент.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1. Структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа		
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)					
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ								
Тема 1.	Сбор информации для анализа туристского рынка с целью обоснования и разработки новых экскурсионных маршрутов	35	4	0	0	6	0	0	0	0		0	0	25	Тестирование
Тема 2.	Организация и проведение маркетинговых исследований туристского рынка	35	4	0	0	6	0	0	0	0		0	0	25	Тестирование, Контрольное задание
Тема 3.	Анализ факторов конкурентной среды туристского рынка.	35	4	0	0	6	0	0	0	0		0	0	25	Тестирование, Контрольное задание

Тема 4.	Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг	35	4	0	0	6	0	0	0	0	0	0	25	Контрольное задание
Промежуточная аттестация		4	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	Зачет
Итого		144	16	0	0	24	0	0	0	4	0	0	100	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объемдисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежу-точной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа		
			Период теоретического обучения						Период промежу-точной аттестации (сессия)					
			Занятиялекционноготипа		Занятиясеминарскоготипа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ								
3 курс														
Тема 1.	Сбор информации для анализа туристского рынка с целью обоснования и разработки новых экскурсионных маршрутов	36	1	0	0	3	0	0	0	0		0	0	32	Тестирование
Тема 2.	Организация и проведение маркетинговых исследований туристского рынка	36	1	0	0	3	0	0	0	0		0	0	32	Тестирование, Контрольное задание
4 курс														
Тема 3.	Анализ факторов конкурентной	34	1	0	0	2	0	0	0	0		0	0	31	Тестирование, Контрольное

	среды туристского рынка.													задание
Тема 4.	Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг	34	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	31	Контрольное задание
Промежуточная аттестация		9	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	Зачет
Итого		144	4	0	0	10	0	0	0	4	0	0	126	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Сбор информации для анализа туристского рынка с целью обоснования и разработки новых экскурсионных маршрутов

Принципы сбора маркетинговой информации. Классификация и виды маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация. Система маркетинговой информации. Обоснование и разработка новых экскурсионных маршрутов.

Тема 2. Организация и проведение маркетинговых исследований туристского рынка

Виды маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований.

Этапы проведения маркетингового исследования. Международные маркетинговые исследования.

Тема 3. Анализ факторов конкурентной среды туристского рынка

Конкурентная среда фирмы. Анализ факторов макросреды фирмы. Оценка влияния факторов микросреды фирмы. Анализ туристского рынка. Оценка стратегий конкурентов.

Тема 4. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг

Модель поведения потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Принципы сегментирования рынка туристских услуг. Выбор целевых сегментов. Стратегии охвата рынка и позиционирование туристских услуг.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.14 Маркетинг (входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также

«ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

		ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3.Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
		Для традиционной системы	Для бинарной системы
Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
		B	P/ Passed
Хорошо		C	P/ Passed
		D	P/ Passed
Удовлетворительно		E	P/ Passed
Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.14 Маркетинг используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся:

тестирование, контрольное задание.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема 1. Сбор информации для анализа туристского рынка с целью обоснования и разработки новых экскурсионных маршрутов ОПК-4.1.

Тестовые задания:

1. Какую информацию позволяет получить система внутренней отчетности:

а) объем продаж фирм-конкурентов;

б) цены на конкурирующие товары;

в) объем материальных запасов фирмы;

г) запасы материалов поставщика.

2. Совокупность условий, при которых в данный момент протекает деятельность на рынке, определенное соотношение спроса и предложения – это:

а) управление маркетингом;

б) маркетинговые исследования рынка;

в) конъюнктура рынка.

3. Возможный объем реализации товара при данном уровне и соотношении различных цен – это:

а) конъюнктура рынка;

б) емкость рынка;

в) сегментирование рынка.

4. Какой фактор влияет на изменение цены товара на рынке?

а) состояние экономики

б) размер компании-производителя

в) уровень конкуренции на рынке

г) потребности потребителей

5. Какую информацию позволяет получить система внутренней отчетности:

а) цены на конкурирующие товары;

б) прибыль фирм-поставщиков;

в) сумма издержек фирмы;

г) товародвижение на складах оптовика.

Тема 2. Организация и проведение маркетинговых исследований туристского рынка ОПК-4.1.

Тестовые задания:

1. Какая основная цель маркетинговых исследований?

а) создать информационно-аналитическую базу для принятия маркетинговых решений;

б) совершенствовать общее представление о маркетинге как явлении и процессе;

в) получить информацию о конкурентах.

2. Какой тип исследования направлен на сбор предварительной информации для более точного определения проблемы?

а) поисковое;

б) описательное;

в) каузальное.

3. Какой этап проведения исследований требует, как правило, наибольших затрат:

а) выявление проблем исследований;

б) сбор информации;

в) анализ информации.

4. Какую стратегию охвата рынка необходимо выбрать, если у фирмы ограниченные ресурсы на проведение исследования рынка:

а) недифференцированный маркетинг;

б) дифференцированный маркетинг;

в) концентрированный маркетинг.

5. Какие этапы включает процесс маркетинговых исследований? (Приведите правильную последовательность)

а) определение проблемы;

б) отбор источников информации;

в) сбор информации;

г) обработка и анализ информации;

д) представление выводов и рекомендаций.

Контрольные задания:

Задание 1. Изобразите схематично туристский рынок и подробно опишите функции его участников.

Вопросы к заданию:

1 Что такое туристский рынок, и в чем заключается его специфика?

2 Опишите механизм функционирования туристского рынка. Приведите примеры.

Задание 2. Составьте сравнительную таблицу сегментов туристского рынка и охарактеризуйте каждый сегмент.

Задание 3 Составьте сравнительную таблицу функций тур.агента и туроператора. Опишите их роль на туристском рынке.

Тема 3. Анализ факторов конкурентной среды туристского рынка ОПК-4.1.

Тестовые задания:

1. Макросреда предприятия характеризуется тем, что:

а) поддается контролю со стороны предприятия;

б) не поддается контролю со стороны предприятия;

в) отражает государственные и экономические процессы в стране.

2. Если на рынке действует небольшое число достаточно больших фирм, на долю приходится основная часть продаж какой-либо отрасли, фирмы чувствительны к маркетинговым стратегиям друг друга и политики ценообразования, это характерно для:

а) олигополии;

б) монополистической конкуренции;

в) чистой конкуренции;

г) монополии.

3. Агентства по оказанию маркетинговых услуг помогают:

а) выбрать целевой рынок;

б) разрабатывать кампании продвижения товара на рынок;

в) складировать и перемещать товары от производителя к потребителю;

г) финансировать сделки и страховать от рисков.

4. Обеспечение туристскому продукту конкурентного положения на рынке – это…

а) сегментирование рынка;

б) выбор целевых сегментов рынка;

в) позиционирование товара.

5. Моделирование как метод сбора первичной информации имеет следующие недостатки:

а) разработка модели требует значительных затрат;

б) качество модели зависит от принятых допущений и квалификации разработчиков;

в) моделирование влияет на поведение потребителей

г) модель позволяет учитывать множество факторов.

Контрольные задания:

Задание 1 Изобразите схематично действие 5 конкурентных сил по М. Портеру и опишите особенности их проявления в сфере туризма. Приведите примеры.

Задание 2 Разработайте план усиления конкурентных преимуществ известного Вам туристского предприятия.

Задание 3. Разработайте план мероприятий по сглаживанию влияния негативных экономических факторов на развитие туристской отрасли в Вашем регионе.

Тема 4. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг ОПК-4.1.

Контрольные задания:

Задание 1. Определить тип туристов, исходя из ориентации туристов как покупателей туристского продукта:

- Заказной тур господина К. включает следующие услуги: номер люкс в отеле 5 звезд, питание полный пансион, аренда автомобиля высокого класса, индивидуальные экскурсии, досугово-развлекательные услуги высокого класса.

- Господин С. проживал в трех местном номере, питался в столовой самообслуживания, несколько раз посетил групповые экскурсии, все свободное время проводил у моря.

Задание 2. Определить тип туристов в зависимости от стиля жизни:

- Члены семьи С. проводят свой отпуск в Альпах. Они размещаются в гостинице в комфортабельных апартаментах с самым лучшим видом. Днем они занимаются серфингом и парусным спортом, для разнообразия играют в гольф и теннис. Для них важно, чтобы за ужином их хорошо обслужили и предложили разнообразное меню. После ужина они иногда ходят на дискотеку или встречаются со знакомыми в баре.

- Семья К. сняла на время отпуска домик для отдыха на берегу моря. Семья состоит из четырех человек. Чаще всего их можно найти на улице Они играют в мяч, читают, загорают, купаются. Все домашние обязанности распределены: дети ходят за хлебом, каждый убирает за собой кровать, за покупками ходят всей семьей. Вечером они идут ужинать в ресторан или готовят сами. Если остаются дома, то все помогают готовить ужин.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет) проводится в устной форме.

Обучающийся получает экзаменационный билет с вариантами вопросов. Обучающийся приступает к подготовке к ответу. Время на подготовку – 30 минут. Обучающийся отвечает на каждый вопрос в билете, демонстрируя свои знания и умения. При необходимости обучающийся отвечает на дополнительные вопросы преподавателя.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1. Сбор информации для анализа туристского рынка с целью обоснования и разработки новых экскурсионных маршрутов ОПК-4.1.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Понятие и задачи сбора маркетинговой информации
2.	Принципы сбора маркетинговой информации
3.	Классификация маркетинговой информации
4.	Характеристика видов маркетинговой информации
5.	Первичная информация
6.	Вторичная информация

7.	Элементы системы маркетинговой информации
8.	Методы анализа полученных данных
9.	Выводы и рекомендации по результатам исследования
10.	Обоснование и разработка новых экскурсионных маршрутов

Тема 2. Организация и проведение маркетинговых исследований туристского рынка ОПК-4.1.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Цели и задачи маркетинговых исследований
2.	Виды маркетинговых исследований
3.	Поисковое маркетинговое исследование
4.	Каузальное исследование
5.	Описательное исследование
6.	Основные направления маркетинговых исследований
7.	Специфика маркетинговых исследований в туризме
8.	Этапы проведения маркетингового исследования
9.	Представление результатов маркетингового исследования
10.	Международные маркетинговые исследования

1.2. Контрольные задания.

Задание 1. Определите емкость рынка туристских услуг, если известно, что количество потенциальных клиентов составляет 20 тыс. чел., среднее число поездок в год на каждого клиента –1, средняя стоимость одного тура 15,6 тыс. руб.

Задание 2. Общая емкость туристского рынка региона составляет 560 млн. руб. Три крупные компании реализуют туров в год на суммы 88 млн. руб., 92 млн. руб. и 115 млн. руб., мелкие предприятия продают услуг на сумму 240 млн. руб.

Определите сумму продаж анализируемой фирмы и ее долю на рынке туристских услуг региона.

Тема 3. Анализ факторов конкурентной среды туристского рынка ОПК-4.1.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Состав конкурентной среды фирмы
2.	Факторы микросреды фирмы
3.	Факторы макросреды фирмы
4.	Виды маркетинговых посредников
5.	Состав контактных аудиторий турфирм
6.	Оценка влияния факторов микросреды на деятельность предприятия
7.	Оценка влияния факторов макросреды на деятельность предприятия
8.	Анализ туристского рынка
9.	Оценка и прогнозирование емкости туристского рынка
10.	Оценка стратегий конкурентов

1.2. Контрольные задания.

Задание 1. Общая емкость туристского рынка региона составляет 560 млн. руб. Три крупные компании реализуют туров в год на суммы 88 млн. руб., 92 млн. руб. и 115 млн. руб., мелкие предприятия продают услуг на сумму 240 млн. руб.

Определите сумму продаж анализируемой фирмы и ее долю на рынке туристских услуг региона.

Задание 2. Задание 3. За неделю турфирму посещают в среднем 35 чел., «пик» посещений приходится на пятницу (28 % от общего числа посетителей).

Определите продажи услуг фирмы в этот день, если известно, что средняя цена тура составляет 72 тыс. руб.

Тема 4. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг ОПК-4.1.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос

1.	Модели поведения потребителей
2.	Факторы, влияющие на потребителей
3.	Внешние факторы
4.	Внутренние факторы
5.	Сегментирование рынка туристских услуг
6.	Принципы сегментирования потребителей
7.	Описание профилей потребителей
8.	Выбор целевых сегментов
9.	Стратегии охвата рынка
10.	Позиционирование туристских услуг

1.2. Контрольные задания.

Задание 1. Потребитель заинтересован в приобретении тура, ощутимой выгодой для него является скидка в размере 4-7 % при цене тура 38 тыс. руб.

1. Определите минимальную сумму скидки.
2. Определите максимальную сумму скидки.
3. Какую скидку следует предложить клиенту?

Задание 2. Фирма работает на рынке туристских услуг длительное время, целевые потребители – люди со средним доходом, заинтересованные в определенном уровне комфорта при соблюдении рационального соотношения «качество услуг/цена услуг». Определите численность целевого сегмента фирмы, если известно, что в общей численности потенциальных клиентов 690 тыс. чел., доля людей со средним доходом составляет 46 %. Из числа потребителей со средним доходом 79 % заинтересованы в комфорте и обращают внимание на ценовой фактор.

Задание 3.Определить тип туриста в зависимости от стиля жизни:

Г-жа Н. собралась отдохнуть во время отпуска. Она отправляется в небольшой пансионат. Днем она много катается на велосипеде и ходит в походы. Некоторое время она посвящает тому, чтобы насладиться одиночеством, ландшафтом. Если не позволяет погода, то по вечерам она остается в пансионате, - читает, общается с другими отдыхающими. Вечером она посещает концерты.

6.3. Критерии и шкала оценивания.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы,	отлично

достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	хорошо
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	удовлетворительно
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	неудовлетворительно

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Методические рекомендации и указания, обеспечивающие возможность освоения дисциплины содержаться в учебно-методических пособиях по дисциплине.

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

1. Макарова Т.Н. Маркетинг. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм [Электронный ресурс]: учебно-методическое

пособие.

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то

преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме: учебник / под ред. проф. Е.И. Богданова. - Москва: ИНФРА-М, 2024. - 214 с. - ISBN 978-5-16-019701-2. – Т Режим доступа: https://znanium.ru/catalog/product/2134041.

2. Ангелина, И. А. Маркетинг в туризме : учебное пособие / И. А. Ангелина. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. — 203 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/167636.

8.2. Дополнительная литература

1. Бельская, Ю. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ю. В. Бельская. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2023. - 68 с. - ISBN 978-5-7782-4878-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2246532

2. Сяглова, Ю. В. Маркетинговые исследования и рыночная аналитика : учебник для вузов / Ю. В. Сяглова, Т. П. Маслевич, Н. Б. Сафронова. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2025. - 320 с. – ISBN 978-5-394-06177-6. - Текст : электронный. - URL:

https://znanium.ru/catalog/product/222736

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».

3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р).

8.4. Интернет-ресурсы

1. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru, свободный.

2. Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pravo.gov.ru/ips, свободный.

3. Официальный сайт компании «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/ свободный.

4. Официальный сайт Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) // Режим доступа: https://www.rst.gov.ru/portal/gost.

5. Сайт Министерства экономического развития РФ // Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/.

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

Материально-техническое обеспечение соответствует действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся.

Все помещения, кабинеты, аудитории, лаборатории оснащены противопожарной сигнализацией, обслуживаемой специализированной организацией и находящейся в исправном состоянии.

Аудитории (лекционные, семинарские, для самостоятельной работы) оснащены оборудованием и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер, доска и другие).

Требования к программному обеспечению:

Наименование программного обеспечения	Назначение
7-Zip	Архиватор с высокой степенью сжатия Свободная лицензия
Adobe Acrobat	Чтение, печать и рецензирование файлов PDF. Свободная лицензия

Adobe reader	Просмотр, печать и внесение аннотаций в документы PDF. Свободная лицензия
Draw.io	бесплатный онлайн-сервис для создания диаграмм, блок-схем и визуальных схем
Kaspersky Endpoint Security	Антивирусное ПО
ГАРАНТ	Справочно-правовая система
Консультант Плюс	Справочно-правовая система