

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Бойко Валерий Леонидович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 24.06.2025 21:27:39  
Уникальный программный ключ:  
1ae60504b2c916e81b686192129d301653db777

**Приложение 1**

**к рабочей программе по дисциплине**

**«Методы анализа рынка туристических услуг»**



**Оценочные средства по дисциплине**

**Методы анализа рынка туристических услуг**

**Направление подготовки:**

**43.03.02 «Туризм»**

**Направленность (профиль) программы:**

**Технология и организация туристских и турагентских услуг**

**Уровень высшего образования: бакалавриат**

---

## **1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания**

1.1. Текущий контроль успеваемости по учебной дисциплине и промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования: программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и Положением о балльно-рейтинговой системе учета и оценки достижений обучающихся.

1.2. В соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе учета и оценки достижений обучающихся степень освоения компетенций оценивается по 100-балльной шкале, которая переводится в традиционную четырехбалльную систему.

1.3. В ходе текущего контроля успеваемости при ответах на семинарских и практических занятиях, промежуточной аттестации в форме экзамена (зачет с оценкой) обучающиеся оцениваются по четырехбалльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

- оценка «отлично» выставляется обучающимся, показавшим всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивших основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

- оценка «хорошо» выставляется обучающимся, показавшим полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, продемонстрировавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающимся, показавшим знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справившимся с выполнением заданий, предусмотренных программой, ориентирующимся в основной литературе, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающимся, имеющим пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившим

принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как

правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

1.4. В ходе промежуточной аттестации в форме зачёта обучающиеся оцениваются «зачтено» или «не зачтено»:

- оценка «зачтено» выставляется обучающимся, показавшим знания основного учебно-программного материала, справившимся с выполнением заданий, предусмотренных программой, ориентирующимся в основной и дополнительной литературе, рекомендованной программой.

- оценка «не зачтено» выставляется обучающимся, имеющим пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

## 2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по учебной дисциплине.

### 2.1. Примерные варианты тестовых оценочных заданий (ТОЗ) для контрольного рубежа в рамках текущего контроля

| Тестовое задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Оцениваемые индикаторы |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| <p>S: Провести анализ известности турфирмы А на региональном рынке туристских услуг, если по данным опроса потребителей известность фирмы и фирм-конкурентов следующая:</p> <p>Турфирма А – 84,3%;</p> <p>конкурент Б – 45,8%;</p> <p>конкурент В – 23,7%;</p> <p>конкурент Г – 56,5%;</p> <p>Рассчитать известность турфирмы А по отношению к средней известности турфирм основных конкурентов.</p> <p>+: К = 2,1<br/>         -: К = 0,84<br/>         -: К = 0,38<br/>         -: К – 1,10</p> <p>S: Факторный анализ данных исследований для разработки бизнес-плана создания или развития организаций туристической (направлений деятельности, проектов)-это</p> <p> -: статистический метод изучения различий между выборочными средними для двух или больше совокупностей<br/>         -: статистический метод изучения степени связи между двумя переменными<br/>         -: статистический метод установления формы и изучения связей между метрической зависимой переменной и одной или несколькими независимыми переменными</p> | ОПК-4.2                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <p>+: статистический метод, используемый для сокращения числа переменных и их обобщения</p> <p>S: К статистическим методам анализа рынка относятся:</p> <p>-: факторный анализ, кластерный анализ, экспертная оценка</p> <p>-: простая экстраполяция, индивидуальные экспертные оценки, регрессионный анализ</p> <p>-: простая экстраполяция, дисперсионный анализ, факторный анализ</p> <p>+: факторный анализ, кластерный анализ, корреляционный анализ</p> <p>S: Методы анализа рынка подразделяются на:</p> <p>+: статистические, качественные, слабоформализованные</p> <p>-: качественные, формализованные, матричные</p> <p>-: качественные, слабоформализованные, дискретные</p> <p>-: стохастические, дискретные, случайные</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |
| <p>J: К специфике рынка туристских услуг в первую очередь относят — _____</p> <p>+: значительные колебания туристской активности в течение года</p> <p>S: Емкость туристского рынка - это...</p> <p>-: его способность "поглотить" то или иное количество туристского продукта</p> <p>+: возможный объем реализации отдельных туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения при существующих ценах и предложении</p> <p>-: его способность произвести то или иное количество туристского продукта</p> <p>-: способность принять в сезон иностранных туристов</p> <p>J: Сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта, в которой совершается процесс превращения туристских услуг в деньги и обратно называется _____</p> <p>+: туристским рынком</p> <p>S: При бизнес-планировании направлений деятельности организаций туристской индустрии предложение туристских услуг характеризуется</p> <p>+: эластичностью на изменение цен</p> <p>-: неэластичностью на изменение цен</p> <p>-: производительностью труда на рынке туров</p> <p>-: верны все три ответа</p> | <p>ОПК-4.1; ОПК-4.2</p> |
| <p>Q: Установите правильную последовательность прогнозирования методом Делфи:</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p>ОПК-4.1</p>          |

L1: разработка анкет-вопросников  
L2: первичный опрос экспертов  
L3: статистическая обработка ответов на ЭВМ и корректировка анкет  
L4: повторный опрос экспертов  
L5: выработка согласованного суждения перспектив развития  
R1: 1  
R2: 2  
R3: 3  
R4: 4  
R5: 5

Q: Установите правильную последовательность этапов анализа:

L1: определение объекта анализа  
L2: определение перечня релевантных характеристик  
L3: сбор данных  
L4: анализ и интерпретация результатов  
R1: 1  
R2: 2  
R3: 3  
R4: 4

Q: Укажите соответствия:

L1: маркетинговый анализ  
L2: SPACE- анализ  
L3: SWOT- анализ  
L4: кластерный анализ  
R1: комплекс маркетинга  
R2: разработка стратегии  
R3: выявление сильных и слабых сторон среды компании  
R4: определение целевых сегментов

S: К основным этапам определения направлений анализа конкретного рынка в целях разработки бизнес-плана относят:

+ : отбор основных направлений на основе экспертного опроса  
- : формирование перечня рынков для анализа  
+ : формирование перечня направлений анализа  
- : выбор метода исследования  
+ : выбор стратегии анализа данных

S: К коллективным экспертным методам анализа относят

- : эмпирические и экономико-математические методы  
- : интервью, метод сценариев и метод аналитических записок  
+ : метод комиссий, мозгового штурма, метод Дельфи  
- : факторный анализ, кластерный анализ данных

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <p>S: К основным принципам анализа рынка относятся:</p> <p>+: принцип «невидимой руки»<br/> +: принцип рационального поведения<br/> -: принцип достаточности<br/> -: принцип актуальности</p> <p>S: Идентификация проблемы исследования - это</p> <p>-: деление существующей проблемы на управленческую проблему и проблему маркетингового исследования<br/> -: классификация имеющейся информации по проблеме исследования<br/> +: выявление факторов, вызывающих отклонение текущего состояния от желаемого<br/> -: определение основных показателей для экономического анализа</p> |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## 2.2. Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (к зачету/экзамену)

1. Рынок туристских услуг как объект анализа
2. Методы анализа рынка туристских услуг: предмет, задачи и структура курса
3. Классификация основных методов анализа рынка
4. Специфика рынка туристских услуг
5. Основные элементы контрольно-аналитической системы мониторинга и анализа рынка туристских услуг
6. Основные принципы и подходы к анализу и оценке развития и работы организаций на рынке туристских услуг
7. Технология определения основных направлений анализа рынка туристских услуг
8. Экспертные оценки как инструмент определения направлений анализа рынка туристских услуг
9. Статистические методы анализа рынка
10. Качественные методы анализа рынка
11. Маркетинговый анализ рынка туристских услуг
12. Формирование информационной базы для анализа рынка туристских услуг
13. Информационное обеспечение проектной деятельности на рынке туристских услуг
14. Комплексный анализ рынка туристских услуг
15. Организация сбора данных, анализа и интерпретации результатов исследования рынка туристских услуг
16. Технология исследования рынка туристских услуг
17. Методы исследования рынка туристских услуг
18. Анализ данных и интерпретации результатов исследования рынка туристских услуг
19. Принципы организации и проведения анализа рынка туристских услуг.
20. Место мониторинга туристской индустрии в социально-экономическом мониторинге региона.
21. Статистические источники информации
22. Показатели мониторинга туристского рынка
23. Оценка экономической роли туризма

24. Международный опыт оценки экономической роли туризма
25. Порядок определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации
26. Анализ пропорциональности развития рынка. Коэффициент соотношения, компаративный индекс
27. Анализ основной тенденции развития методы. Методы выявления тренда. Укрупнение интервала динамического ряда. Метод скользящей средней
28. Анализ цикличности и сезонности развития рынка. Методы анализа
29. Классификация и область применения методов анализа
30. Формализованные методы
31. Экспертные (интуитивные) методы. Метод экспертных оценок
32. Виды экспертных оценок. Метод Дельфи
33. Основные методы кабинетных исследований: контент-анализ
34. Основные методы кабинетных исследований: информативно-целевой анализ
35. Основные этапы подготовки данных к анализу
36. Базовый анализ данных исследования.
37. Диапазон применения статистических методов анализа данных исследования
38. Подготовка заключительного отчета о проведенном исследовании
39. Факторы, определяющие важность составления отчета и презентации о проведенном исследовании.
40. Основные разделы отчета о проведенном исследовании
41. Презентация отчета о проведении исследования
42. Подбор экспертов и формирование экспертной группы
43. Основные направления экономико-математических методов исследования
44. Технология формулирования управленческой проблемы и проблемы исследования
45. Основные направления повышения эффективности исследований в процессе принятия управленческих решений
46. Система информационного обеспечения управленческих решений
47. Организация исследований в системе менеджмента
48. Содержание программы исследования. Классификация планов исследования.
49. Анализ потребителей и потребительских предпочтений на рынке туристских услуг.
50. Анализ товарной политики на рынке туристских услуг.
51. Роль бизнес-планирования в деятельности организаций туристской индустрии

### **3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по учебной дисциплине.**

Процедура оценивания результатов обучения по учебной дисциплине осуществляется на основе балльно-рейтинговой системы, в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки достижений обучающихся, а также Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся, утвержденными приказом ректора.

#### ***4.1 Первый этап: Проведение текущего контроля успеваемости по дисциплине***

Проведение текущего контроля успеваемости по дисциплине осуществляется в ходе контактной работы с преподавателем в рамках аудиторных занятий и в ходе самостоятельной работы студента.

Текущий контроль в ходе контактной работы осуществляется по следующим видам:

**1) Вид контроля:** проверка сформированности компетенций в ходе самостоятельной работы обучающихся; текущий опрос, проводимый во время аудиторных (семинарских/практических/лабораторных) занятий; оценивание подготовленных докладов, сообщений, презентаций, домашних заданий.

**Порядок проведения:** в ходе подготовки к занятиям оценивается выполнение задания, рекомендованного к самостоятельной работе обучающихся, путем выборочной проверки.

Фиксируются результаты работы студентов в ходе проведения семинарских и практических занятий (активность, полнота ответов, способность поддерживать дискуссию, профессиональный язык и др.).

В ходе отдельных занятий обеспечивается проведение письменных опросов по тематике прошедших занятий. В ходе выполнения заданий обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутые ответы на поставленные в задании открытые вопросы и ответить на вопросы закрытого типа в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из сложности индивидуальных заданий, количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала.

Задания по подготовке докладов, сообщений, презентаций, домашних заданий выдаются заранее при подготовке к семинарским и практическим занятиям; подготовленные работы оцениваются с фиксацией в журнале учета посещаемости и успеваемости обучающихся.

**2) Вид контроля:** Контроль с использованием тестовых оценочных заданий по итоговому освоению модулей дисциплины (Рубежный контроль (РК)).

**Порядок проведения:** До начала проведения процедуры преподавателем подготавливаются необходимые оценочные материалы для оценки знаний, умений, навыков.

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующих сформированность компетенций, осуществляется с помощью тестовых оценочных заданий (ТОЗ).

ТОЗ включают в себя три группы заданий.

Задания А (тесты закрытой формы) – задания с выбором правильного ответа. Эти задания представляются в трех вариантах:

- задания, которые имеют один правильный и остальные неправильные (задания с выбором одного правильного ответа);
- задания с выбором нескольких правильных ответов.

Задания В (тесты открытой формы) – задания без готового ответа. Эти задания также представляются в трех вариантах:

- задания в открытой форме, когда испытуемому во время тестирования ответ необходимо вписать самому, в отведенном для этого месте;
- задания, где элементам одного множества требуется поставить в соответствие элементы другого множества (задания на установление соответствия);
- задания на установление правильной последовательности вычислений, действий, операций, терминов в определениях понятий (задания на установление правильной последовательности).

Задания С – кейс-задания или практические задачи. Эти задания представлены в двух вариантах (также возможно их сочетание):

- расчетные задания содержат краткое и точное изложение ситуации с конкретными цифрами и данными. Для такого типа заданий существует

определенное количество (или один) правильных ответов. Задания предназначены для оценки умения студента использовать в конкретной ситуации формулы, закономерности, технологии в определенной области знаний;

- логико-аналитические задания, которые представляют собой материал с большим количеством данных и предназначены для оценки логики мышления, умения анализировать представленные ситуации и направлены на формирование навыков профессиональной деятельности (в профессиональной области). Такие задания предполагают формулирование подвопросов, которые предусматривают выбор из нескольких вариантов ответов (по типу заданий А и В). Общее количество подвопросов к каждому такому заданию равно пяти.

Внеаудиторная контактная работа преподавателя с обучающимся осуществляется в ходе выполнения рейтинговой работы и контроля со стороны преподавателя за самостоятельной работой студента. Текущий контроль в ходе самостоятельной работы осуществляется в следующем виде:

3) Вид контроля: Подготовка курсовой (рейтинговой) работы (при наличии в учебном плане).

Контролируемые компетенции: ОПК-4

**Технология проведения:** За каждым обучающимся, принимающим участие в процедуре преподавателем закрепляется тема курсовой (рейтинговой) работы. После получения задания и в процессе его подготовки обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутое раскрытие темы, выполнить расчетное или иное задание.

*4.2 Второй этап: Проведение промежуточной аттестации по учебной дисциплине.*

В соответствии с базовым учебным планом по учебной дисциплине предусмотрена подготовка и сдача экзамена или (и) зачета.

Порядок проведения промежуточной аттестации регламентируется Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации, утвержденным приказом ректора Университета.