

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Бойко Валерий Леонидович
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 17:58:12
Уникальный программный ключ:
1ae60504b2c916e8fb686192f29d3a1653db777

**Высшая Школа
Управления**

**Негосударственное образовательное частное учреждение высшего
образования «Высшая школа управления» (ЦКО)
(НОЧУ ВО «Высшая школа управления» (ЦКО))**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.28 «Методы анализа рынка туристических услуг»

Направление подготовки

43.03.02

«Туризм»

Направленность (профиль) подготовки

Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Квалификация выпускника

«Бакалавр»

Форма обучения

Очная, очно-заочная, заочная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры
Кафедра таможенного дела,
внешнеэкономической деятельности и туризма
«28» августа 2024, протокол №1
Заведующий кафедрой к.э.н., проф.
М.В.Родченков

г. Москва, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Наименование раздела		Стр.
1.	Цели и задачи дисциплины	3
2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	3
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
4.	Объем дисциплины	6
5.	Содержание дисциплины	6
6.	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся	14
7.	Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся	22
8.	Литература	23
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	23
10.	Методические указания для обучающихся	23
11.	Методические рекомендации преподавателю по организации учебного процесса по дисциплине	25
12.	Перечень информационных технологий	27
13.	Материально-техническая база	27

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель дисциплины «Методы анализа рынка туристских услуг» заключается в формировании у бакалавров теоретических знаний и практических навыков в области современных методов анализа рынка туристских услуг, изучении методологических и методических подходов к использованию количественных и качественных методов анализа, овладении современными технологиями исследовательской деятельности в туризме.

1.2. В процессе изучения дисциплины для достижения поставленной цели решаются следующие образовательные и профессиональные **задачи**:

- сформировать у студентов разностороннее представление о системе и анализа рынка;
- научить студентов применять конкретные методы анализа различных экономических явлений и процессов на рынке туристских услуг;
- овладеть технологиями организации сбора, анализа и интерпретации результатов исследования рынка туристских услуг;
- вооружить студентов необходимым научным инструментарием для применения прикладных методов аналитической и исследовательской деятельности в туризме.

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

2.1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки и с учетом обобщенных трудовых функций и трудовых функций профессиональных стандартов 04.005 «ЭКСКУРСОВОД (ГИД)» к выполнению которых в ходе обучения готовится обучающийся.

Соотношение обобщённых трудовых функций (ОТФ) и трудовых функций, имеющих отношение к будущей профессиональной деятельности обучающегося (ТФ):

Код и наименование профессионального стандарта	Код и наименование ОТФ	Код и наименование ТФ
04.005 ЭКСКУРСОВОД (ГИД)	D Оказание экскурсионных услуг	D/01.6 Разработка экскурсий D/02.6 Сопровождение туристов (экскурсантов) по маршруту экскурсии D/03.6 Ознакомление туристов (экскурсантов) с объектами показа

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций (результатов освоения образовательной программы):

Коды компетенций	Содержание компетенций
ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

2.2. Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП

Коды компетенций ОПОП	Индикаторы	Знать	Уметь	Владеть
ОПК-4	ОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов	- основные методы анализа рынка туристских услуг, потребителей, конкурентов; - технологию анализа рынка с учетом специфических особенностей развития рынка туристских услуг; - количественные и качественные методы исследования экономических процессов и явлений на рынке туристских услуг; - основные задачи, принципы и требования к информационному обеспечению анализа рынка туристских услуг	- определять основные направления анализа рынка для формирования информационной базы, необходимой для организации и управления туристской деятельностью; - применять методы анализа поведения потребителей и конкурентов на рынке туристских услуг	- навыками определения основных направлений анализа рынка туристских услуг; - современными технологиями исследовательской деятельности в туризме; - навыками анализа и интерпретации результатов исследования деятельности конкурентов и поведения потребителей.
	ОПК-4.2. Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в сети Интернет	- основные правила формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в сети Интернет	- формировать каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в сети Интернет	- навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в сети Интернет

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

3.1. Дисциплина «Методы анализа рынка туристских услуг» относится к обязательной части учебного плана ОПОП ВО по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

4. Объем дисциплины

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зач. ед. 108 часов.

Объем дисциплины	Всего часов		
	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	108
Контактная работа обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего), в том числе:	54	12	12
Занятия лекционного типа	18	4	4
Занятия семинарского типа	36	8	8
Самостоятельная работа под руководством преподавателя	0	0	0
Курсовая работа	0	0	0
Консультации	2	2	2
Контрольные часы на аттестацию, аттестация	0,3	0,3	0,3
Самостоятельная работа обучающихся СРС/подготовка к экзамену (зачету) в соответствии с БУП.	15,7/36	57,7/36	84,7/9
Формы промежуточной аттестации обучающегося (экзамен/зачет)	экзамен	экзамен	экзамен

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание дисциплины, структурированное по модулям и темам

№ темы	Наименование темы	Содержание темы
Модуль 1. Рынок туристских услуг как объект анализа		
1	Методы анализа рынка туристских услуг: предмет, задачи и структура курса. Основные понятия и определения	Тема посвящена изучению методических основ анализа рынка туристских услуг. Во-первых, показаны роль анализа в системе управления эффективностью деятельности организаций на рынке туристских услуг. Во-вторых, приведены основные понятия и термины, используемые при анализе рынка. В-третьих, раскрываются задачи, функции и принципы анализа. В-четвертых, рассматривается классификации методов анализа рынка. Ключевые слова: анализ, объект анализа, рынок, метод, методика, методология, рынок туристских услуг, принципы анализа, задачи анализа.

2	Специфика рынка туристских услуг	Тема посвящена определению основных специфических характеристик рынка туристских услуг. Дается определение понятия «специфика рынка», рассматриваются факторы, определяющие развитие рынка туристских услуг, и факторы, определяющие специфику рынка. Показываются цель, главная задача и основные методологические принципы анализа рынка. Ключевые слова: специфика рынка, развитие рынка, услуга, характеристика услуг, факторы, определяющие специфику туризма.
3	Основные элементы контрольно-аналитической системы мониторинга и анализа рынка туристских услуг	В данной теме рассматриваются основные элементы контрольно-аналитической системы. Раскрывается сущность основных элементов системы: ситуационный анализ, ревизия, маркетинг-аудит, контроль результатов, контроль неэкономических показателей, аудит организационных процессов и структур, анализ эффективности. Дается определение мониторинга, рассмотрена система мониторинга рынка, пороговые значения мониторинга. Ключевые слова: контрольно-аналитическая система, ситуационный анализ, аудит, маркетинг-аудит, мониторинг.
Рубежный контроль (РК 1)		Модульное тестирование
Модуль 2. Методы анализа рынка туристских услуг		
4	Основные принципы и подходы к анализу и оценке развития и работы организаций на рынке туристских услуг	В данной теме рассматриваются основные принципы и подходы к анализу рынка туристических услуг, по каким показателям оценивается деятельность и развитие организации на рынке туристских услуг, показатели эффективности деятельности. Виды анализа рынка: Анализ рынка в целом и положения предприятия на нём. Способы представления и систематизации изменений, выявленных при анализе: аналитические таблицы изменений, карты позиционирования, анализ с помощью расчета фактических показателей и с использованием временных рядов (тенденций, сезонности и т.д.) и пр. Ключевые слова: принцип, эффективная деятельность, направления развития, показатели развития организации в сфере туризма.
5	Технология определения основных направлений анализа рынка туристских услуг	Рассматриваются возможные направления анализа рынка туристических услуг для разработки бизнес-плана создания или развития организаций туристической индустрии (направлений деятельности, проектов). Изучается алгоритм определения основных направлений анализа рынка туристских услуг. Рассматриваются основные этапы определения приоритетных направлений анализа на основе использования статистических методов анализа данных. Ключевые слова: факторный анализ, кластерный анализ.
6	Экспертные оценки как инструмент определения направлений анализа рынка туристских услуг	В данной теме рассматривается: процедура формирования экспертной группы для определения приоритетных направлений исследований и для определения методов анализа. Изучаются основные показатели, определяющие эффективность работы экспертной группы. Ключевые

		слова: экспертная группа, экспертная оценка, методы экспертных оценок.
Рубежный контроль (РК 2)		Модульное тестирование
Модуль 3. Организация сбора данных, анализа и интерпретации результатов исследования рынка туристских услуг и формирование информационной базы		
7	Статистические методы анализа рынка	В данной теме рассматривается технология использования процедуры статистической обработки данных исследования рынка туристических услуг: факторный анализ, кластерный анализ, многомерное шкалирование, регрессионный анализ, дисперсионный анализ, дискриминантный анализ, корреляционный анализ.
8	Качественные методы анализа рынка	Изучаются методы анализа, основанные на качественном подходе, слабоформализованные методы и эвристические методы анализа. Ключевые слова: индивидуальный и коллективный экспертный анализ, метод анализа круга проблем, метод контрольных вопросов, метод систематизированной интеграции элементов решения, метод дерева решений, метод «коллективного блокнота», метод аналогий, метод синектики
9	Маркетинговый анализ рынка туристских услуг	Изучаются направления маркетингового анализа рынка туристских услуг. Методы определения емкости рынка: на основе объемов производства, по нормам потребления и расходования, на основе объемов продаж, оценка по рекламе, цене и номенклатуре. Способы, основанные на учете объема производства: по объему производства с учетом импорта и экспорта, с учетом всех главных производителей, с выборочным учетом основных производителей. Способы, основанные на нормах расходования и потребления: по нормам расходования потребителей, по нормам расхода механизмов, по нормам потребления за единицу времени. Рыночная доля как параметр маркетинговой активности предприятия. Информация, которую можно получить на основе рыночной доли предприятия. Шкалирование позиции фирмы в зависимости от принадлежащей ей доли. Статистическая информация об объемах продаж продукции. Источники информации по определению емкости рынка: человеческий опыт и интуиция, экстраполяция тенденций развития рынка, модель исследуемого процесса, отражающая ожидаемые или желательные тенденции его развития.
Рубежный контроль (РК 3)		Модульное тестирование
Итоговый контроль (ПА)		экзамен

* для обучающихся по заочной форме обучения

5.2. Модули и темы дисциплины, их трудоемкость по видам учебных занятий

Очная форма обучения

Модули и темы дисциплины	Все-го	Виды учебной работы, включая	Процедура оценивания/
--------------------------	--------	------------------------------	-----------------------

№ те-мы			самостоятельную работу студентов и трудоемкость в т.ч.						оцениваемые компетенции
			ЛЗ	СЗ	ЛР	СРС	КАТТ	Конс	
Модуль 1. Рынок туристских услуг как объект анализа		36	6	12	0	18	0	0	Текущий контроль
1.	Методы анализа рынка туристских услуг: предмет, задачи и структура курса. Основные понятия и определения	2	-	-	-	2	-	-	Текущий опрос ($R_{снз}$); РК - Тестирование (решение ТОЗ) ОПК-4
СЗ	Методы анализа рынка туристских услуг: предмет, задачи и структура курса. Основные понятия и определения	6	-	4	-	2	-	-	
2.	Специфика рынка туристских услуг	8	4	-	-	4	-	-	
СЗ	Специфика рынка туристских услуг	8	-	4	-	4	-	-	
3.	Основные элементы контрольно-аналитической системы мониторинга и анализа рынка туристских услуг	6	2	-	-	4	-	-	
СЗ	Основные элементы контрольно-аналитической системы мониторинга и анализа рынка туристских услуг	6	-	4	-	2	-	-	
Модуль 2. Методы анализа рынка туристских услуг		36	4	12	0	20	0	0	Текущий контроль
4.	Основные принципы и подходы к анализу и оценке развития и работы организаций на рынке туристских услуг	2	-	-	-	2	-	-	Текущий опрос ($R_{снз}$); РК - Тестирование (решение ТОЗ) ОПК-4
СЗ	Основные принципы и подходы к анализу и оценке развития и работы организаций на рынке туристских услуг	6	-	4	-	2	-	-	
5.	Технология определения основных направлений анализа рынка туристских услуг	6	2	-	-	4	-	-	
СЗ	Технология определения основных направлений анализа рынка туристских услуг	8	-	4	-	4	-	-	
6.	Экспертные оценки как инструмент определения направлений анализа рынка туристских услуг	6	2	-	-	4	-	-	

СЗ	Экспертные оценки как инструмент определения направлений анализа рынка туристских услуг	8	-	4	-	4	-	-	
Модуль 3. Организация сбора данных, анализа и интерпретации результатов исследования рынка туристских услуг и формирование информационной базы		36	8	12	0	13,7	0,3	2	Текущий контроль
7.	Статистические методы анализа рынка	2	-	-	-	2	-	-	Текущий опрос ($R_{снз}$); РК - Тестирование (решение ТОЗ) ОПК-4
СЗ	Статистические методы анализа рынка	6	-	4	-	2	-	-	
8.	Качественные методы анализа рынка	6	4	-	-	2	-	-	
СЗ	Качественные методы анализа рынка	6	-	4	-	2	-	-	
9.	Маркетинговый анализ рынка туристских услуг	8	4	-	-	4	-	-	
СЗ	Маркетинговый анализ рынка туристских услуг	5,7	-	4	-	1,7	-	-	
Контрольные часы на аттестацию, аттестация		2,3	-	-	-	-	0,3	2	
Общий объем трудоемкости (учебной нагрузки) в часах		108	18	36	0	51,7 (36 ч. на экз)	0,3	2	

ЛЗ – занятия лекционного типа

ЛР – лабораторные работы

СЗ – занятия семинарского типа

СР – самостоятельная работа

КАТТ – контрольные часы на аттестацию, аттестация

Конс – консультации

Очно - заочная форма обучения

№ те-мы	Модули и темы дисциплины	Все-го	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в т.ч.						Процедура оценивания/оцениваемые компетенции
			ЛЗ	СЗ	ЛР	СРС	КАТТ	Конс	
Модуль 1. Рынок туристских услуг как объект анализа		36	1	4	0	31	0	0	Текущий контроль
1.	Методы анализа рынка туристских услуг: предмет, задачи и структура	7	1	-	-	6	-	-	Текущий опрос ($R_{снз}$); РК -

	курса. Основные понятия и определения								Тестирование (решение ТОЗ) ОПК-4
СЗ	Методы анализа рынка туристских услуг: предмет, задачи и структура курса. Основные понятия и определения	7	-	2	-	5	-	-	
2.	Специфика рынка туристских услуг	6	-	-	-	6	-	-	
СЗ	Специфика рынка туристских услуг	5	-	-	-	5	-	-	
3.	Основные элементы контрольно-аналитической системы мониторинга и анализа рынка туристских услуг	6	-	2	-	4	-	-	
СЗ	Основные элементы контрольно-аналитической системы мониторинга и анализа рынка туристских услуг	5	-	-	-	5	-	-	
Модуль 2. Методы анализа рынка туристских услуг		36	1	2	0	33	0	0	Текущий контроль
4.	Основные принципы и подходы к анализу и оценке развития и работы организаций на рынке туристских услуг	6	-	-	-	6	-	-	Текущий опрос ($R_{спз}$); РК - Тестирование (решение ТОЗ) ОПК-4
СЗ	Основные принципы и подходы к анализу и оценке развития и работы организаций на рынке туристских услуг	5	-	-	-	5	-	-	
5.	Технология определения основных направлений анализа рынка туристских услуг	7	1	-	-	6	-	-	
СЗ	Технология определения основных направлений анализа рынка туристских услуг	7	-	2	-	5	-	-	
6.	Экспертные оценки как инструмент определения направлений анализа рынка туристских услуг	6	-	-	-	6	-	-	
СЗ	Экспертные оценки как инструмент определения направлений анализа рынка туристских услуг	5	-	-	-	5	-	-	
Модуль 3. Организация сбора данных, анализа и интерпретации результатов исследования рынка туристских услуг и формирование информационной базы		36	2	2	0	29,7	0,3	2	Текущий контроль

7.	Статистические методы анализа рынка	6	-	-	-	6	-	-	Текущий опрос (R _{снз}); РК - Тестирование (решение ТОЗ) ОПК-4
СЗ	Статистические методы анализа рынка	9	1	2	-	6	-	-	
8.	Качественные методы анализа рынка	4	-	-	-	4	-	-	
СЗ	Качественные методы анализа рынка	6	-	-	-	6	-	-	
9.	Маркетинговый анализ рынка туристских услуг	5	1	-	-	4	-	-	
СЗ	Маркетинговый анализ рынка туристских услуг	3,7	-	-	-	3,7	-	-	
Контрольные часы на аттестацию, аттестация		2,3	-	-	-	-	0,3	2	
В т.ч. выполнение рейтинговой работы (Расчетно-аналитическое задание (БРС))									Выполнение Расчетно-аналитическое задание (БРС) / ОПК-4
Общий объем трудоемкости (учебной нагрузки) в часах		108	4	8	0	93,7 (36 ч. на экз)	0,3	2	

Заочная форма обучения

№ те-мы	Модули и темы дисциплины	Все-го	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в т.ч.						Процедура оценивания/оцениваемые компетенции
			ЛЗ	СЗ	ЛР	СРС	КАТТ	Конс	
Модуль 1. Рынок туристских услуг как объект анализа		36	0	0	0	36	0	0	Текущий контроль
1.	Методы анализа рынка туристских услуг: предмет, задачи и структура курса. Основные понятия и определения	6	-	-	-	6	-	-	Текущий опрос (R _{снз}); РК - Тестирование (решение ТОЗ) ОПК-4
СЗ	Методы анализа рынка туристских услуг: предмет, задачи и структура курса. Основные понятия и определения	6	-	-	-	6	-	-	
2.	Специфика рынка туристских услуг	6	-	-	-	6	-	-	

СЗ	Специфика рынка туристских услуг	6	-	-	-	6	-	-	
3.	Основные элементы контрольно-аналитической системы мониторинга и анализа рынка туристских услуг	6	-	-	-	6	-	-	
СЗ	Основные элементы контрольно-аналитической системы мониторинга и анализа рынка туристских услуг	6	-	-	-	6	-	-	
Модуль 2. Методы анализа рынка туристских услуг		36	0	6	0	30	0	0	Текущий контроль
4.	Основные принципы и подходы к анализу и оценке развития и работы организаций на рынке туристских услуг	6	-	-	-	6	-	-	Текущий опрос (R _{спз}); РК - Тестирование (решение ТОЗ) ОПК-4
СЗ	Основные принципы и подходы к анализу и оценке развития и работы организаций на рынке туристских услуг	6	-	2	-	4	-	-	
5.	Технология определения основных направлений анализа рынка туристских услуг	6	-	-	-	6	-	-	
СЗ	Технология определения основных направлений анализа рынка туристских услуг	6	-	2	-	4	-	-	
6.	Экспертные оценки как инструмент определения направлений анализа рынка туристских услуг	6	-	-	-	6	-	-	
СЗ	Экспертные оценки как инструмент определения направлений анализа рынка туристских услуг	6	-	2	-	4	-	-	
Модуль 3. Организация сбора данных, анализа и интерпретации результатов исследования рынка туристских услуг и формирование информационной базы		36	4	2	0	27,7	0,3	2	Текущий контроль
7.	Статистические методы анализа рынка	4	-	-	-	4	-	-	Текущий опрос (R _{спз}); РК - Тестирование (решение ТОЗ) ОПК-4
СЗ	Статистические методы анализа рынка	6	-	2	-	4	-	-	
8.	Качественные методы анализа рынка	6	2	-	-	4	-	-	
СЗ	Качественные методы анализа рынка	6	-	-	-	6	-	-	

9.	Маркетинговый анализ рынка туристских услуг	6	2	-	-	4	-	-	
СЗ	Маркетинговый анализ рынка туристских услуг	5,7	-	-	-	5,7	-	-	
	Контрольные часы на аттестацию, аттестация	2,3	-	-	-	-	0,3	2	
	В т.ч. выполнение рейтинговой работы (Расчетно-аналитическое задание (БРС))								Выполнение Расчетно-аналитическое задание (БРС) / ОПК-4
	Общий объем трудоемкости (учебной нагрузки) в часах	108	4	8	0	93,7 (9 ч. на экз)	0,3	2	

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

6.1. Задания для самостоятельной подготовки к занятиям семинарского типа

Семинарское занятие по теме 1

Тема: Методы анализа рынка туристских услуг: предмет, задачи и структура курса. Основные понятия и определения

Цель: Закрепление теоретических знаний по теме, и освоение студентами умений и навыков, необходимых для осуществления своей про-фессиональной деятельности.

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Анализ в системе управления деятельностью организаций на рынке туристских услуг.
2. Основные понятия и термины, используемые при анализе рынка туристских услуг.
3. Задачи, функции и принципы анализа.
4. Роль анализа при бизнес-планировании деятельности организаций туриндустрии

Семинарское занятие по теме 2

Тема: Специфика рынка туристских услуг

Цель: Закрепление теоретических знаний по теме, и освоение студентами умений и навыков, необходимых для осуществления своей про-фессиональной деятельности.

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Факторы, определяющие специфику рынка туристических услуг.
2. Цель, главная задача и основные методологические принципы анализа рынка.

Семинарское занятие по теме 3

Тема: Основные элементы контрольно-аналитической системы мониторинга и анализа рынка туристских услуг

Цель: Закрепление теоретических знаний по теме, и освоение студентами умений и навыков, необходимых для осуществления своей профессиональной деятельности.

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Элементы контрольно-аналитической системы.
2. Принципы выбора инструментов для анализа рынка в сфере услуг.

Семинарское занятие по теме 4

Тема: Основные принципы и подходы к анализу и оценке развития и работы организаций на рынке туристских услуг

Цель: Закрепление теоретических знаний по теме, и освоение студентами умений и навыков, необходимых для осуществления своей профессиональной деятельности.

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Основные принципы аналитической деятельности.
2. Оценка развития организации на рынке туристских услуг.
3. Характеристика показателей эффективности деятельности организаций на рынке туристских услуг

Семинарское занятие по теме 5

Тема: Технология определения основных направлений анализа рынка туристских услуг

Цель: Закрепление теоретических знаний по теме, и освоение студентами умений и навыков, необходимых для осуществления своей профессиональной деятельности.

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Основные этапы анализа рынка.
2. Технология определения основных направлений анализа.
3. Направления анализа рынка туристических услуг для разработки бизнес-плана создания или развития организаций туристической индустрии (направлений деятельности, проектов)

Семинарское занятие по теме 6

Тема: Экспертные оценки как инструмент определения направлений анализа рынка туристских услуг

Цель: Закрепление теоретических знаний по теме, и освоение студентами умений и навыков, необходимых для осуществления своей профессиональной деятельности

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Правила формирования экспертной группы.
2. Порядок расчета показателей для определения направлений анализа рынка.

Семинарское занятие по теме 7

Тема: Статистические методы анализа рынка

Цель: Закрепление теоретических знаний по теме, и освоение студентами умений и навыков, необходимых для осуществления своей профессиональной деятельности

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Классификация методов анализа.
2. Статистические методы анализа.
3. Формализованные методы анализа.

Семинарское занятие по теме 8

Тема: Качественные методы анализа рынка

Цель: Закрепление теоретических знаний по теме, и освоение студентами умений и навыков, необходимых для осуществления своей профессиональной деятельности

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Классификация качественных методов анализа.
2. Матрицы как инструмент анализа рынка.

Семинарское занятие по теме 9

Тема: Маркетинговый анализ рынка туристских услуг

Цель: Закрепление теоретических знаний по теме, и освоение студентами умений и навыков, необходимых для осуществления своей профессиональной деятельности

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Цели, задачи и функции маркетингового анализа.
2. Содержание и методика маркетингового анализа.

6.2. Задания и упражнения для самостоятельной работы

Цель самостоятельной работы студентов заключается в глубоком, полном усвоении учебного материала и в развитии навыков самообразования. Самостоятельная работа студента включает: работу с текстами, основной литературой, учебно-методическим пособием, нормативными материалами, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета, а также проработка конспектов лекций, написание докладов, рефератов, участие в работе семинаров, студенческих научных конференциях.

Задания для самостоятельной работы:

№ п/п	Наименование модуля (темы) дисциплины	Вопросы для самостоятельной работы
1	Рынок туристских услуг как объект анализа	1. Можно ли назвать анализ важной функцией менеджмента в системе управления организацией на рынке туристских услуг? 2. Дайте определения следующим понятиям: рынок, анализ, мониторинг, сфера услуг. 3. Перечислите основные характеристики рынка услуг. 4. Назовите основные задачи анализа рынка туристских услуг.

		5. В чем заключается важность международного опыта оценки экономической роли туризма? 6. Место мониторинга туристической индустрии в социально-экономическом мониторинге региона. 7. Перечислите основные показатели мониторинга туристического рынка. 8. В чем заключается главная задача анализа рынка? 9. Какие факторы определяют эффективность деятельности организаций в туризме? 10. Перечислите основные предпринимательские риски в сфере туризма. 11. Какую роль играет анализ при бизнес-планировании деятельности организаций туристической индустрии 12. Дайте характеристику основных принципов и подходов к анализу рынка туристических услуг. 13. По каким показателям можно оценивать деятельность организаций на рынке туристических услуг? 14. Сформулируйте цели оценки внешней среды организаций на рынке туристических услуг. 15. Назовите наиболее распространенные способы наблюдения за внешней средой фирмы в сфере туризма. 16. Укажите факторы непосредственного окружения туристической фирмы и раскройте их содержание. 17. Назовите основные этапы определения направления анализа. 18. Какие инструменты можно использовать для определения основных направлений анализа рынка туристических услуг? 19. Перечислите основные направления анализа рынка туристических услуг. 20. Как можно определить приоритетность направлений анализа рынка? 21. Могут ли отличаться приоритеты анализа направлений анализа на различных туристических рынках? 22. Какие факторы определяют направления стратегического контроля на рынке туристических услуг? 23. Назовите основные требования, предъявляемые к анализу и контролю.
2	Методы анализа рынка туристических услуг	1. Назовите количественные методы анализа рынка. 2. В чем принципиальное отличие эвристических, слабоформализованных и формализованных методов анализа? 3. Приведите примеры эвристических методов анализа рынка. 4. Какие методы применяются для определения основных тенденций развития рынка? 5. Можно ли эти методы использовать для прогнозирования спроса? 6. Назовите основные статистические методы анализа.

		7. В чем преимущество статистических методов обработки данных? 8. Что может быть объектом анализа на рынке туристских услуг? 9. Приведите примеры слабоформализованных методов анализа рынка. 10. Дайте характеристику индивидуальных и коллективных подходов к экспертному анализу. 11. Охарактеризуйте методы: метод анализа круга проблем, метод контрольных вопросов, метод систематизированной интеграции элементов решения. 12. Назовите возможные направления анализа рынка туристических услуг для разработки бизнес-плана создания или развития организаций туристической индустрии (направлений деятельности, проектов). 13. Перечислите основные направления комплексного анализа рынка туристских услуг. 14. Какие методы используются в комплексной оценке рынка? 15. Какие выводы можно сделать на основе комплексного анализа рынка туристских услуг? 16. Какие факторы определяют специфику рынка в сфере туризма? 17. В чем заключается главная задача определения специфики рынка? 18. Какая главная специфическая характеристика рынка туристских услуг?
3	Организация сбора данных, анализа и интерпретации результатов исследования рынка туристских услуг и формирование информационной базы	1. Какие этапы включает технология организации исследования рынка? 2. Дайте определение понятия «планирование выборки». 3. Какие подходы можно использовать для определения проблемы исследования? 4. Что входит в понятие «разработка форм для сбора данных»? 5. Определите понятие «маркетинговые исследования», в чем заключается основное отличие маркетинговых исследований от социологических исследований. 6. Охарактеризуйте правовые основы мониторинга состояния туристской индустрии и туристских ресурсов. 7. Назовите основные требования к формированию информационной базы для анализа конкурентов на рынке туристских услуг. 8. Определите значение информации для принятия управленческих решений в сфере туризма. 9. Дайте определение понятия «информационное обеспечение управленческих решений». 10. Перечислите основные задачи информационного обеспечения управленческих решений в конкурентном рынке туристских услуг.

		11. Какие требования к информационному обеспечению управленческих решений можете назвать? 12. Назовите принципы управления информационными ресурсами и информационным обеспечением в системе управления проектами на конкурентном рынке. 13. Какие элементы входят в систему информационного обеспечения управленческих решений? 14. Назовите основные требования к формированию информационной базы для анализа поведения потребителей на рынке туристских услуг. 15. Определите основные показатели для оценки поведения потребителей на рынке туристских услуг. 16. Перечислите основные задачи информационного обеспечения управленческих решений по формированию привлекательности услуг для потребителей. 17. Какие требования к информационному обеспечению управленческих решений можете назвать? 18. Какие основные элементы исследования поведения потребителей можете назвать. 19. В чем заключается контроль информационной базы для принятия управленческих решений? 20. Назовите кабинетные методы сбора данных. 21. Какие полевые методы сбора данных можно использовать для анализа рынка туристских услуг? 22. В чем заключается основное достоинство метода опроса и метода наблюдения? 23. Назовите основные методы исследования рынка. 24. Перечислите основные методы сбора данных, которые можно использовать для анализа рынка туристских услуг. 25. Для каких процессов применяются интуитивные методы прогнозирования? 26. Какие методы используются для отбора экспертов? 27. Перечислите достоинства и недостатки метода интервью. 28. К каким методам относится метод коллективной генерации идей? 29. Кто входит в состав рабочей группы в методе «мозговой атаки»? 30. Выделите основные критерии отбора эксперта. 31. Для чего рассчитывают коэффициент конкордации при работе экспертов? 32. Какой показатель определяет минимальное количество экспертной группы? 33. Назовите основные этапы анализа данных маркетинговых исследований. 34. Перечислите основные этапы проверки маркетинговой гипотезы решения проблемы исследования.
--	--	--

		35. Какие показатели статистической значимости определяют надежность и достоверность полученных результатов проведенного исследования? 36. Что входит в понятие «базовый анализ данных исследования»? 37. Перечислите основные этапы подготовки данных исследования для компьютерной обработки. 38. Что входит в понятие «кодирование данных»? 39. Перечислите основные направления маркетингового анализа рынка. 40. В чем заключаются основные преимущества и недостатки маркетингового анализа рынка туристских услуг? 41. В чем заключается маркетинговый анализ ценовой политики организаций на рынке туристских услуг? 42. Назовите основные элементы контрольно-аналитической системы. 43. В чем заключается специфика мониторинга состояния туристских ресурсов. 44. Какие критерии эффективности работы контрольно-аналитической системы вы можете назвать? 45. Подходы к маркетинговому анализу деятельности организаций туристской индустрии для создания и развития новых направлений их деятельности (проектов) 46. Назовите основные направления маркетингового анализа конкурентной среды рынка. 47. Что из себя представляет диагностика конкурентной среды. 48. Перечислите основные этапы построения карты восприятия на рынке туристских услуг. 49. Какие характеристики рынка определяют привлекательность конкретного рынка туристских услуг? 50. Какие подходы можете назвать для оценки конкуренции на рынке туристских услуг? 51. Что входит в понятие маркетинг-аудит? 52. Перечислите основные направления анализа комплекса маркетинга. 53. В чем заключается специфика маркетингового анализа на рынке туристских услуг? 54. Определите место маркетингового анализа в общей контрольно-аналитической системе предприятия. 55. Назовите основные требования, предъявляемые к маркетинговому контролю.
--	--	--

Контроль самостоятельной работы осуществляется на занятиях в ходе семинаров.

6.3. Перечень тем докладов, сообщений, презентаций и домашних заданий студентов

Учебным планом не предусмотрено.

6.4. Перечень тем (задания) для курсовой работы / Перечень тем (задания) для рейтинговой работы

Задания для выполнения рейтинговой работы 1

Все темы (задания), требования к содержанию и оформлению рейтинговой / курсовой работы, критерии их оценки размещены в Методических рекомендациях по написанию рейтинговой / курсовой работы.

6.5. Иные материалы (по усмотрению преподавателя)

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации

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

7. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся

7.1 Примерные оценочные средства, включая тестовые оценочные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) приведены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

7.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) включают следующие разделы:

- перечень компетенций, формируемых в процессе освоения учебной дисциплины;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по учебной дисциплине, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по учебной дисциплине, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

8. Литература

8.1. Основная литература:

1. Шевченко Д.А. Основы современного маркетинга. Учебник для вузов
Издательство: Дашков и К Год издания: 2024 – [Электронный ресурс] -
www.iprbookshop.ru

2. Кузовкова Т.А., Салютин Т.Ю., Шаравова О.И. Статистика цифрового
развития и инфокоммуникаций. Учебник Издательство: Ай Пи Ар Медиа Год издания:
2023 – [Электронный ресурс] - www.iprbookshop.ru

8.2. Дополнительная литература:

1. Юмашева И.А. Маркетинг туризма: учебно-методическое пособие - М.,
Берлин: Директ-Медиа, 2020. - 210 с. – [Электронный ресурс] -
www.iprbookshop.ru

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

9.1. программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL https://ru.libreoffice.org/about-us/license/
2	Операционная система Linux	GNU-лицензия (GNU General Public License)
3	https://www.iprbookshop.ru/	Электронно - библиотечная система издательства IPR Smart

9.2. профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	eLIBRARY.RU	Российский информационно- аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования
2	Google Scholar	Поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин
3	Math-Net.Ru	Общероссийский математический портал. Современная ин- формационная система, предоставляющая российским и зарубежным математикам различные возможности в поиске информации о математической жизни в России

9.3. <http://www.atorus.ru/> Информационно-аналитический портал Финансово-
экономической статистики Ассоциация туроператоров России

9.4. <http://www.tourpom.ru/> Объединение туроператоров в сфере выездного
туризма «ТУРПОМОЩЬ»

9.5. <https://www.culture.ru/> Портал популяризации культурного наследия и
традиций народов России "Культура.РФ"

10. Методические указания для обучающихся

10.1. Преподавание дисциплины осуществляется в соответствии с Федеральным
государственным образовательным стандартом высшего образования, утвержденным
Минобрнауки России, по направлению подготовки «Туризм».

Основными формами получения и закрепления знаний по данной дисциплине являются занятия лекционного и семинарского типа, самостоятельная работа обучающегося, в том числе под руководством преподавателя, прохождение рубежного контроля (модульного тестирования).

Учебный материал по дисциплине «Методы анализа рынка туристских услуг» разделен на три модуля:

- Модуль 1. Рынок туристских услуг как объект анализа;
- Модуль 2. Методы анализа рынка туристских услуг;
- Модуль 3. Организация сбора данных, анализа и интерпретации результатов исследования рынка туристских услуг и формирование информационной базы.

Эти модули изучаются на всех формах обучения, реализуемых для данного направления подготовки.

Основной объем часов по изучению дисциплины согласно учебным планам приходится на самостоятельную работу обучающихся. Самостоятельная работа включает в себя изучение учебной, учебно-методической и специальной литературы, её конспектирование, подготовку к занятиям семинарского типа, текущему контролю и промежуточной аттестации (зачету или (и) экзамену).

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.

Наличие в Университете электронной информационно-образовательной среды, а также электронных образовательных ресурсов позволяет осваивать курс инвалидам и лицам с ОВЗ.

10.2. Особенности освоения учебной дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.

Особенности освоения учебной дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ определены в Положении об организации обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, утвержденном приказом ректора от «04» сентября 2017 года № 81-5.

Обучение инвалидов и лиц с ОВЗ может осуществляться индивидуально, а также с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий и учебно-методического обеспечения реализации образовательной программы осуществляется Университетом самостоятельно, исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения образовательной программы, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ.

Форма проведения промежуточной аттестации для студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При

необходимости инвалидам и лицам с ОВЗ предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

В группах, в состав которых входят студенты с ОВЗ, с целью реализации индивидуального подхода, а также принципа индивидуализации и дифференциации, рекомендуется использовать технологию нелинейной конструкции учебных занятий, предусматривающую одновременное сочетание фронтальных, групповых и индивидуальных форм работы с различными категориями студентов, в т.ч. имеющих ОВЗ.

В случае наличия обучающихся с нарушением функций опорно-двигательного аппарата, зрения и слуха, они обеспечиваются необходимым оборудованием, имеющимся в Университете, а также предоставляемым в рамках Соглашения с РУМЦ РГСУ от 12 января 2022г. №42-03/22.

11. Методические рекомендации преподавателю по организации учебного процесса по дисциплине

11.1. Преподавание учебной дисциплины осуществляется в соответствии с Федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования, с учетом компетентностного подхода к обучению студентов.

При изучении дисциплины рекомендуется использовать следующий набор средств и способов обучения:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- задания для подготовки к занятиям семинарского типа (вопросы для обсуждения, кейс задания, расчетные задачи и др.);
- задания для текущего контроля успеваемости (задания для самостоятельной работы обучающихся, тестовые задания в рамках электронной системы тестирования);
- вопросы и задания для подготовки к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций.

При проведении занятий лекционного и семинарского типа, в том числе в форме вебинаров и on-line курсов необходимо строго придерживаться тематического плана дисциплины, приведенного в РПД. Необходимо уделить внимание рассмотрению вопросов и заданий, включенных в тестовые оценочные задания, при необходимости, решить аналогичные задачи с объяснением алгоритма решения.

Следует обратить внимание обучающихся на то, что для успешной подготовки к текущему контролю (выполнению ТОЗ) и промежуточной аттестации (зачету или экзамену) недостаточно прочесть рабочий учебник, размещенный в личном кабинете. Нужно изучить материалы основной и дополнительной литературы, список которой приведен в РПД, законодательные и нормативные акты, а также материалы, рекомендованные в разделе «Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины».

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. С основными принципами организации балльно-рейтинговой оценки достижений обучающихся, принятой в Университете, необходимо ознакомить на первом занятии.

11.2. Инновационные формы учебных занятий

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, развитие лидерских качеств на основе инновационных (интерактивных) занятий: групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализа ситуаций и имитационных моделей, преподавания дисциплин в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей) и т.п.

11.3. Инновационные образовательные технологии, используемые на занятиях лекционного и семинарского типа

Вид занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии
Занятие лекционного типа	Лекция с разбором конкретных ситуаций на тему №6: «Экспертные оценки как инструмент определения направлений анализа рынка туристских услуг». Сценарий проведения. На обсуждение преподаватель ставит не вопросы, а конкретную ситуацию об внедрении того либо иного проекта. Ситуация представляется устно, изложение ее должно быть очень кратким, но содержать достаточную информацию для оценки характерного явления и обсуждения. Слушатели анализируют и обсуждают эти микроситуации сообща, всей аудиторией. Преподаватель старается активизировать участие в обсуждении отдельными вопросами, обращенными к отдельным обучаемым, представляет различные мнения, чтобы развить дискуссию, стремясь направить ее в нужное направление. Затем, опираясь на правильные высказывания и анализируя неправильные, ненавязчиво, но убедительно подводит слушателей к коллективному выводу или обобщению.
	Лекция-дискуссия на тему №7 «Статистические методы анализа рынка». Сценарий проведения. По ходу проведения лекции, преподаватель задает дискуссионный вопрос, вызывая сразу несколько разных ответов из аудитории, не приводя к выбору окончательного, наиболее правильного из них, создает атмосферу коллективного размышления и готовности слушать преподавателя, отвечающего на этот дискуссионный вопрос.
Семинарские и практические занятия	Проведение семинара в форме решения кейс-заданий на тему №5: «Технология определения основных направлений анализа рынка туристских услуг» Сценарий проведения. Техника обучения, использующая описание реальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы базируются на реальном фактическом материале, или же приближены к реальной ситуации.

	Проведение семинара в форме решения кейс-заданий на тему №6: «Экспертные оценки как инструмент определения направлений анализа рынка туристских услуг» Техника обучения, использующая описание реальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы базируются на реальном фактическом материале, или же приближены к реальной ситуации.
	Проведение семинара в форме решения кейс-заданий на тему №9: «Маркетинговый анализ рынка туристских услуг» Сценарий проведения. Техника обучения, использующая описание реальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы базируются на реальном фактическом материале, или же приближены к реальной ситуации.

12. Перечень информационных технологий

Образовательный процесс по дисциплине поддерживается средствами электронной информационно-образовательной среды Университета, которая обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочей программе, через личный кабинет студента и преподавателя;
- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основной образовательной программы;
- проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением дистанционных образовательных технологий;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети Интернет.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС университета), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями.

Перечень программного обеспечения определяется в п.13 РПД.

Профессиональные базы данных:

1. <http://www.consultant.ru>, Справочная правовая система «Консультант Плюс»

13. Материально-техническая база

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень программного обеспечения
-------	---	-----------------------------------

1.	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	1. Notepadqq (GNU GPL 3) 2. OnlyOffice (AGPLv3) 3. Remmina remote desktop client (free, Open Source) 4. Консультант+ (Коммерческая лицензия) 5. Mozilla Firefox (MPL 2)
2.	Компьютерные классы	1. 1С Предприятие 2. OnlyOffice (AGPLv3) 3. GIMP (GNU GPL 3) 4. Krita (GNU GPL 3) 5. Inkscape (GNU GPL 3) 6. SciLab (CeCILL) 7. Kaspersky Endpoint Security 8. Агент администрирования Kaspersky Security Center 9. Mozilla Firefox (MPL 2) 10. Apache NetBeans IDE (Apache License 2) 11. Notepadqq (GNU GPL 3) 12. VSCodium (MIT) 13. Mono Development IDE (MIT) 14. PyCharm Community Edition (Apache License 2) 15. Android Studio (Apache License 2) 16. Python (Python Software Foundation License) 17. Java (GNU GPL) 18. Node.js (MIT) 19. Git (GNU GPL 2) 20. GitHub Desktop (No Copyright) 21. UnityHub (Unity Companion License) 22. FreeCAD (LGPL-2.0-or-later) 23. Sweet Home 3D (GNU GPL 2+) 24. draw.io (Apache License 2) 25. DBBeaver (Apache License 2) 26. PostgreSQL (License (free and open-source)) 27. MariaDB (GNU GPL) 28. PSPP (GNU GPL 3) 29. Wireshark (GNU GPL 2+) 30. Imunes (Creative Commons Attribution 4.0 International Public License) 31. VirtualBox (GNU GPL 2) 32. Apache (Apache License 2) 33. Консультант+ (Коммерческая лицензия) 34. OBS (GNU GPL)
3.	Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также	1. 1С Предприятие 2. OnlyOffice (AGPLv3) 3. GIMP (GNU GPL 3) 4. Krita (GNU GPL 3) 5. Inkscape (GNU GPL 3) 6. SciLab (CeCILL) 7. Kaspersky Endpoint Security 8. Агент администрирования Kaspersky Security Center 9. Mozilla Firefox (MPL 2)

	самостоятельной работы обучающихся	10. Apache NetBeans IDE (Apache License 2) 11. Notepadqq (GNU GPL 3) 12. VSCodium (MIT) 13. Mono Development IDE (MIT) 14. PyCharm Community Edition (Apache License 2) 15. Android Studio (Apache License 2) 16. Python (Python Software Foundation License) 17. Java (GNU GPL) 18. Node.js (MIT) 19. Git (GNU GPL 2) 20. GitHub Destkop (No Copyright) 21. UnityHub (Unity Companion License) 22. FreeCAD (LGPL-2.0-or-later) 23. Sweet Home 3D (GNU GPL 2+) 24. draw.io (Apache License 2) 25. DBeaver (Apache License 2) 26. PostgreSQL (License (free and open-source)) 27. MariaDB (GNU GPL) 28. PSPP (GNU GPL 3) 29. Wireshark (GNU GPL 2+) 30. Imunes (Creative Commons Attribution 4.0 International Public License) 31. VirtualBox (GNU GPL 2) 32. Apache (Apache License 2) 33. Консультант+ (Коммерческая лицензия) 34. OBS (GNU GPL)
4.	Помещение для самостоятельной работы / библиотека, читальный зал	1. 1С Предприятие 2. OnlyOffice (AGPLv3) 3. GIMP (GNU GPL 3) 4. Krita (GNU GPL 3) 5. Inkscape (GNU GPL 3) 6. SciLab (CeCILL) 7. Kaspersky Endpoint Security 8. Агент администрирования Kaspersky Security Center 9. Mozilla Firefox (MPL 2) 10. Apache NetBeans IDE (Apache License 2) 11. Notepadqq (GNU GPL 3) 12. VSCodium (MIT) 13. Mono Development IDE (MIT) 14. PyCharm Community Edition (Apache License 2) 15. Android Studio (Apache License 2) 16. Python (Python Software Foundation License) 17. Java (GNU GPL) 18. Node.js (MIT) 19. Git (GNU GPL 2) 20. GitHub Destkop (No Copyright) 21. UnityHub (Unity Companion License) 22. FreeCAD (LGPL-2.0-or-later) 23. Sweet Home 3D (GNU GPL 2+) 24. draw.io (Apache License 2)

		25. DBeaver (Apache License 2) 26. PostgreSQL (License (free and open-source)) 27. MariaDB (GNU GPL) 28. PSPP (GNU GPL 3) 29. Wireshark (GNU GPL 2+) 30. Imapview (Creative Commons Attribution 4.0 International Public License) 31. VirtualBox (GNU GPL 2) 32. Apache (Apache License 2) 33. Консультант+ (Коммерческая лицензия) 34. OBS (GNU GPL)
--	--	--



**Оценочные средства по дисциплине
Методы анализа рынка туристских услуг**

Направление подготовки:
43.03.02 «Туризм»

Направленность (профиль) программы:
Технология и организация туристских услуг

Уровень высшего образования:
бакалавриат

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения учебной дисциплины.
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.
3. Типовые контрольные задания или иные материалы.
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по учебной дисциплине.

1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения учебной дисциплины.

1.1. Планируемые результаты освоения образовательной программы:

Коды компетенций	Содержание компетенций
ОПК-4	- Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

1.2. Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Коды компетенций ОПОП	Индикаторы	Знать	Уметь	Владеть
ОПК-4	ОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов	- основные методы анализа рынка туристских услуг, потребителей, конкурентов; - технологию анализа рынка с учетом специфических особенностей развития рынка туристских услуг; - количественные и качественные методы исследования экономических процессов и явлений на рынке туристских услуг; - основные задачи, принципы и требования к информационному обеспечению анализа рынка туристских услуг	- определять основные направления анализа рынка для формирования информационной базы, необходимой для организации и управления туристской деятельностью; - применять методы анализа поведения потребителей и конкурентов на рынке туристских услуг	- навыками определения основных направлений анализа рынка туристских услуг; - современными технологиями исследовательской деятельности в туризме; - навыками анализа и интерпретации результатов исследования деятельности конкурентов и поведения потребителей.
	ОПК-4.2. Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в	- основные правила формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их	- формировать каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в	- навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в

	том числе в сети Интернет	продвижения, в том числе в сети Интернет	том числе в сети Интернет	том числе в сети Интернет
--	---------------------------	--	---------------------------	---------------------------

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

2.1. 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.

2.2. 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.

2.3. 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.

2.4. 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.

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

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

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

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

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

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

3.2. 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 туристической индустрии

4. 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.