



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП

\_\_\_\_\_  
(подпись) Овчаренко Н.П.  
(Ф.И.О. рук. ОП)  
«11» «июля» 2018 г.

УТВЕРЖДАЮ

Врио заведующий(ая) кафедрой  
сервиса и туризма  
(название кафедры)

\_\_\_\_\_  
(подпись) Овчаренко Н.П.  
(Ф.И.О. зав. каф.)  
«11» «июля» 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства

**Направление подготовки 43.04.02 Туризм**

магистерская программа «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма»

**Форма подготовки очная**

курс 2 семестр 3

лекции - 0 час.

практические занятия \_ 36 час.

лабораторные работы - 0 час.

в том числе с использованием МАО лек. \_ 0 / пр. \_ 18 / лаб.- 0 час.

всего часов аудиторной нагрузки 36 час.

в том числе с использованием МАО -18 час.

самостоятельная работа 180 час.

в том числе на подготовку к экзамену 36 час.

контрольные работы (количество) – не предусмотрены

курсовая работа / курсовой проект \_ не предусмотрены

зачет \_ не предусмотрен

экзамен – 3 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 07.07.2015 от №12-13-1282, с изменениями, утвержденными приказом ректора ДВФУ от 04.07.2017 №12-13-69

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры сервиса и туризма, протокол № 8 от «11» «июля» 2018 г.

Врио заведующий (ая) кафедрой канд. техн. наук, доцент Овчаренко Н.П.  
Составитель(ли): доцент Гатауллина С.Ю.

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## ABSTRACT

**Bachelor's degree in 43.03.02 Tourism.**

**Course title: “Marketing management in the tourism and hospitality industry”.**

**Disciplines by choice of Block.**

**Instructor:** Gataullina Svetlana Yuryevna, Associate Professor.

**At the beginning of the course a student should be able to:**

- the ability to self-improvement and self-development in the professional sphere, to increase the General cultural level;
- the ability to take initiative and make responsible decisions, being aware of the responsibility for the results of their professional activities;
- the ability to use modern methods and technologies (including information) in professional activities;
- the ability to self-organization and self-education;
- the ability to solve standard tasks of professional activity on the basis of information and bibliographic culture with the use of information and communication technologies and taking into account the basic requirements;
- the ability to process and interpret, using basic knowledge of mathematics and Informatics, the data necessary for the implementation of project activities in tourism;
- the ability to design tour programs, tour packages, excursion programs and other tourism products.

**Learning outcomes:**

- the ability to monitor and evaluate the effectiveness of processes in the tourism industry (SPC-4);
- the ability to implement a modern standardization system in the tourism industry (SPC-6);
- the readiness to present the results of scientific research in the field of tourism in the form of reports, applied research, reports, abstracts, publications, public speeches and discussions (SPC-13).

**Course description:**

1. The study of theoretical and practical material characterizing the current state of tourism, analysis of the results of statistical and marketing research in the field of tourism.

2. Mastering the technique of students to develop strategic plans for the development of the tourist complex of the region.

3. Mastering the basics of students' business planning in the field of tourism.

**Main course literature:**

1. Analysis of socio-economic efficiency of tourism: textbook / V. Borodin. – M.: RIOR CI: SIC INFRA-M, 2013. - 230 p. - Access: <http://znanium.com/bookread.php?book=391779>.

2. Baumgarten L. V., Krasnozhenova G. F. corporate culture and personnel management in tourism: theory and practice. benefit. - M.: University textbook, INFRA-M, 2013. - 320 p. - Access:

<http://znanium.com/bookread.php?book=357177>.

3. Security in tourism: textbook / A. p. Bgatov. - Moscow: Forum, 2007. -176 p. - Access: <http://znanium.com/bookread.php?book=130770>.

4. Security of business in tourism and hospitality: study guide / A. D. Chudnovsky, Y. M. Belozerov. – M.: ID FORUM: nits Infra-M, 2013. – 336 p. - Access: <http://znanium.com/bookread.php?book=259833>.

5. Tourist product and directions of its innovation [Electronic resource] : Monograph. - M.: Publishing and trading Corporation "Dashkov and K°", 2013. - Access: <http://znanium.com/bookread.php?book=451090>.

6. Marketing in the tourism business: textbook / T. L. Dashkova. - M.: Dashkov and K, 2013. - 72 p. - Access: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=313129>.

7. Management in tourism: textbook / S. S. Skobkin. – M.: Master: SIC INFRA-M, 2013. – 448 p. - Access: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=389982>.

8. Rozanova, T. P. services Marketing hospitality and tourism [Electronic resource] : Workshop / T. P. Rozanova, T. V. M. murtuzaliyev. - M.: Publishing and trading Corporation " Dashkov and K°", 2013. – 132 p. - Access:

<http://znanium.com/bookread.php?book=430296>.

9. Risk management and insurance in tourism: textbook / Fedorov. – М.: Master: SIC INFRA-M, 2013. - 192 p. - Access: <http://znanium.com/bookread.php?book=397355>.

**Form of final control:** exam.

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
«Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства»**

Учебный курс «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм магистерская программа «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» включена в состав вариативных дисциплин блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (180 часов, в том числе для подготовки к экзамену 36 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе магистратуры в 3 семестре.

Дисциплина «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Критическое мышление и исследования», «Экономика и управление: адаптационный курс», «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование в туризме и гостеприимстве», «Экономика впечатлений в сервисе».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

1. Теоретические и практические аспекты маркетинговой деятельности в туризме и гостеприимстве.
2. Понятие маркетингового инструментария. Методы, виды, формы организации маркетинговых исследований.
3. Особенности проведения маркетинговых исследований в сфере туризма и гостеприимства.

**Цель** – формирование у студентов специальных компетенций в области организации маркетингового управления в индустрии туризма и гостеприимства.

**Задачи:**

- сформировать понятийный аппарат, составляющий основу проведения маркетинговых исследований;
- изучить основные маркетинговые инструменты;
- овладеть основными методами проведения маркетинговых исследований в сфере туризма и гостеприимства.

Для успешного изучения дисциплины «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- готовность использовать современные методы маркетинга для управления в сфере туризма и гостеприимства.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК- 4 способность к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии	Знает	основы проведения маркетинговых исследований
	Умеет	осуществлять на практике мониторинг и оценку эффективности процессов в туристской индустрии
	Владеет	навыками разработки эффективных управленческих решений в туристской индустрии
ПК- 6 способность к внедрению современной системы стандартизации в туристской индустрии	Знает	нормативно-правовую базу стандартизации в туристской индустрии
	Умеет	применять знания по стандартизации в сфере туризма в практической деятельности
	Владеет	навыками оценки уровня внедрения стандартизации в работу туристских организаций
ПК- 13 готовность представлять результаты научного исследования в сфере туризма в формах отчетов, прикладных	Знает	основы проведения научных методов исследований
	Умеет	формировать научные отчеты, оформлять результаты прикладных разработок, готовить научные доклады, рефератов, публикации

разработок, докладов, рефератов, публикаций, публичных выступлений и обсуждений	Владеет	навыками публичных выступлений и обсуждений результатов научного исследования в сфере туризма и гостеприимства
---	---------	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» применяется такой метод активного / интерактивного обучения, как учебная дискуссия.

## **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

Лекционные занятия учебным планом не предусмотрены.

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

### **Практические занятия**

**(36 час., в том числе 18 час. с использованием методов активного обучения – учебная дискуссия )**

**Практическое занятие № 1. Стратегическое сегментирование рынка (8 час.)**

1. Условия успешного позиционирования компании на рынке.
2. Порядок проведения сегментирования рынка гостиничных услуг.

**Практическое занятие № 2. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга (8 час., в том числе с использованием методов активного обучения – учебная дискуссия).**

1. Дискуссия «Конкурентная среда турорганизации: факторы формирования».
2. Проведение анализа конкурентной среды конкретной турорганизации.
3. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга.

**Практическое занятие № 3. Маркетинговые стратегии предприятия (4 час.)**

1. Маркетинговые стратегии: виды, принципы формирования.
2. Маркетинговые стратегии организации.



**Практическое занятие № 4. Разработка маркетинговой стратегии организации (4 час., в том числе с использованием метода активного обучения – учебная дискуссия).**

1. Определение сильных и слабых сторон турорганизаций.
2. Анализ наиболее эффективных видов маркетинговых стратегий, применяемых в туристском комплексе Приморского края.

**Практическое занятие № 5. Разработка маркетинговой стратегии региона (6 час., в том числе с использованием метода активного обучения – учебная дискуссия).**

1. Разработка маркетинговой стратегии развития туристского комплекса в одном из муниципальных образований Приморского края.
2. Решение задач по применению маркетинговых стратегий.

**Практическое занятие № 6. Разработка маркетинговой стратегии развития туристского и гостиничного комплексов на региональном уровне (6 час.)**

1. Проведение анализа существующих маркетинговых стратегий развития туристского комплекса в субъектах ДФО.
2. Построение бизнес-модели формирования маркетинговой стратегии развития туристского комплекса в Приморском крае.

### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов

самостоятельной работы;

– критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

#### IV. контроль достижения целей курса

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Тема 1. Стратегическое сегментирование рынка. Тема 2. Конкурентоспособность как основа стратегии.	ПК-4	знает	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену № 1-6
			умеет	ПР-2	Вопросы к экзамену № 1-6
			владеет	Дискуссия, ПР-5	Вопросы к экзамену № 1-6
2.	Тема 3. Маркетинговые стратегии предприятия. Тема 4. Разработка маркетинговой стратегии организации .	ПК-6	знает	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену № 7-11
			умеет	ПР-2	Вопросы к экзамену № 7-11
			владеет	Дискуссия, ПР-5	Вопросы к экзамену № 7-11
3.	Тема 5. Разработка маркетинговой стратегии региона. Тема 6. Разработка маркетинговой стратегии развития туристского и гостиничного комплексов на региональном уровне	ПК-13	знает	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену № 7-11
			умеет	ПР-2	Вопросы к экзамену № 7-11
			владеет	Дискуссия, ПР-5	Вопросы к экзамену № 7-11

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

#### V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### Основная литература

*(электронные и печатные издания)*

1. Барчуков, И. С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов : учебное пособие / И. С. Барчуков, Л. В. Баумгартен, Ю. Б. Башин [и др.]. - 3-е изд., перераб. - Москва : КноРус, 2014. -167 с. – 4 экз.
2. Большаник, П.В. Менеджмент в туристских организациях : учеб. пособие / П.В. Большаник. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 193 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/916092>
3. Гладилин, В.А. Организация и менеджмент в туризме : монография / В.А. Гладилин. — Москва : Русайнс, 2017. — 120 с. — <https://www.book.ru/book/924260>
4. Елфимова, Ю.М. Специфика организации и технологии обслуживания гостиничного фонда [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ю.М. Елфимова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, Секвойя, 2016.— 75 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76056.html>.
5. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : учеб. пособие / Н.А. Зайцева. — 3-е изд., доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 366 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/774289>
6. Зайцева, Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме : учеб. пособие / Н.А. Зайцева. — 3-е изд., доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 366 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/959402>
7. Казакевич, Т.А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Т.А. Казакевич — Электрон. текстовые данные.— СПб.: Интермедия, 2015.— 186 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30207.html>.
8. Кормишова, А. В. Стратегический менеджмент в индустрии туризма : учебное пособие / А.В. Кормишова, М.А. Жукова, А.Д. Чудновский. — Москва : КноРус, 2016. — 152 с. — Режим доступа : <https://www.book.ru/book/920363>

9. Косолапов, А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства. Учебное пособие : учебное пособие / А.Б. Косолапов. — Москва : КноРус, 2019. — 198 с. — <https://www.book.ru/book/931225>

### **Дополнительная литература** (печатные и электронные издания)

1. Косолапов, А.Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учебное пособие / А. Б. Косолапов, Т. И. Елисеева. - 5-е изд., стер. - Москва : КноРус, 2015. - 199 с. – 3 экз.

2. Костюченко, Т. Н. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Т.Н. Костюченко [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, Секвойя, 2017.— 138 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76044.html>.

3. Костюченко, Т. Н. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Т.Н. Костюченко [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, Секвойя, 2017.— 138 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76044.html>.

4. Орел, Ю. В. Предпринимательство в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ю.В. Орел [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, Секвойя, 2017.— 117 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76049.html>.

5. Орловская, В.П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В.П. Орловская ; под ред. проф., засл. раб-ка высшей школы Российской Федерации Е.И. Богданова. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 176 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/854398>

6. Пищулов, В. М. Менеджмент в сервисе и туризме : учеб. пособие / В.М. Пищулов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/765602>

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Всемирный экономический форум. Обзорные и статистические материалы – World Economic Forum [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.weforum.org/documents/TTCR09/pdfreaderframe.html>.

2. Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю. Статистика туризма [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.primstat.ru/default.aspx/>.

3. Сайт Федеральной службы государственной статистики России. Статистика туризма [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>.

4. Сайт Всемирной туристской организации. Статистика мирового туризма [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www2.unwto.org/>

5. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) / Режим доступа: <http://www.fedstat.ru/indicators/start.do>.

6. Российская гостиничная ассоциация <http://rha.ru/>.

7. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>

8. Сайт Администрации Приморского края <http://primorsky.ru/>.

9. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса <http://www.frontdesk.ru/>.

### **Перечень информационных технологий и программного обеспечения**

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

2. Справочно-правовая система «Гарант». Режим доступа: [www.garant.ru](http://www.garant.ru)

3. Справочная система «Кодекс». Режим доступа: <http://www.kodeks.ru/>

4. Программное обеспечение: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft

PowerPoint.

## **VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Реализация дисциплины «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» предусматривает следующие виды учебной работы: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов, текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Освоение курса дисциплины «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением заданий всех практических занятий с обязательным предоставлением отчета о работе, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» является экзамен, который проводится в виде устного ответа студентов на вопросы (весовой коэффициент контрольного мероприятия 0,4).

В течение учебного семестра обучающимся нужно освоить теоретический материал (весовой коэффициент каждого контрольного мероприятия 0,2).

Студент считается аттестованным по дисциплине «Методы исследования» при условии выполнения всех видов текущего и промежуточного контроля, предусмотренных учебной программой.

Критерии оценки по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» для аттестации на экзамене следующие: 86-100 баллов – «отлично», 76-85 баллов – «хорошо», 61-75 баллов – «удовлетворительно», 60 и менее баллов – «неудовлетворительно».

Пересчет баллов по всем видам контрольных мероприятий производится по формуле:

$$P = \sum_{i=1}^m (O_i \times k_i)$$

где:  $P$  – рейтинг студента;

$m$  – общее количество контрольных мероприятий;

$O_i$  – балл, полученный студентом на  $i$ -ом контрольном мероприятии;

$k_i$  – весовой коэффициент  $i$ -го контрольного мероприятия.

### **Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины**

Оптимальным вариантом планирования и организации студентом времени, необходимого для изучения дисциплины, является равномерное распределение учебной нагрузки, т.е. систематическое ознакомление с теоретическим материалом на лекционных занятиях и закрепление полученных знаний при подготовке и выполнении заданий, предусмотренных для самостоятельной работы студентов.

Подготовку к выполнению всех видов заданий необходимо проводить заранее, чтобы была возможность проконсультироваться с преподавателем по возникающим вопросам. В случае пропуска занятия, необходимо предоставить письменную разработку пропущенного занятия.

Самостоятельную работу следует выполнять согласно графику и требованиям, предложенным преподавателем.

### **Алгоритм изучения дисциплины**

Изучение курса должно вестись систематически и сопровождаться составлением подробного конспекта. В конспект рекомендуется включать все виды учебной работы: лекции, самостоятельную проработку рекомендуемой основной и дополнительной литературы, задания, предусмотренные для самостоятельной работы студентов.

Основным промежуточным показателем успешности студента в процессе

изучения дисциплины является его готовность к выполнению тестов.

Приступая к подготовке к практическим занятиям, прежде всего, необходимо ознакомиться с планом занятия, изучить соответствующую литературу, нормативную и техническую документацию. По каждому вопросу занятия студент должен определить и усвоить ключевые понятия и представления. В случае возникновения трудностей студент должен и может обратиться за консультацией к ведущему преподавателю.

Критерием готовности к практическим занятиям является умение студента ответить на все контрольные вопросы, рекомендованные преподавателем.

Знания, полученные студентами в процессе изучения дисциплины, должны закрепляться не повторением, а применением материала.

Особое значение для освоения теоретического материала и для приобретения и формирования умений и навыков имеет самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа студентов по данной дисциплине предусматривает изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, написание реферата, выполнение тестов, подготовку к промежуточной аттестации – экзамену.

Для самопроверки усвоения теоретического материала, подготовки к практическим занятиям и сдаче экзамена студентам предлагаются вопросы для самоконтроля.

### **Рекомендации по использованию методов активного обучения**

Для повышения эффективности образовательного процесса и формирования активной личности студента важную роль играет такой принцип обучения как познавательная активность студентов. Целью такого обучения является не только освоение знаний, умений, навыков, но и формирование основополагающих качеств личности, что обуславливает необходимость использования методов активного обучения, без которых невозможно формирование специалиста, способного решать профессиональные



задачи в современных рыночных условиях.

Для развития профессиональных навыков и личности студента в качестве методов активного обучения по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» целесообразно использовать методы проведения проблемной лекции и учебной дискуссии.

Реализация такого типа обучения осуществляется через анализ и критический разбор проблемных ситуаций, которые можно определить как методы имитации принятия студентами решений по заданным условиям.

Учебная дискуссия предназначена для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на практике, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Для формирования собственного мнения и предложений по решению возникшей проблемы студент должен владеть достаточным уровнем знания теоретического материала, уметь работать с действующей нормативной и технической документацией для оценки эффективности функционирования туристского комплекса. Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять в соответствии с действующей нормативной и технической документацией.

Таким образом, участие в учебной дискуссии призвано вырабатывать следующие умения и навыки у студентов:

- работать с увеличивающимся и постоянно обновляющимся потоком информации в области оценки и прогнозирования развития туристско-гостиничного комплекса, связанного с изменяющейся рыночной ситуацией и применением законодательной базы;

- высказывать и отстаивать свою точку зрения четкой, уверенной и грамотной речью;

- вырабатывать собственное мнение на основе осмысления теоретических знаний и проведения экспериментальных исследований;

- самостоятельно принимать решения.

Технология участие в проблемной лекции и учебной дискуссии предусматривает организацию самостоятельной работы обучающихся с консультационной поддержкой преподавателя. На этапе ознакомления с задачей студент самостоятельно оценивает ситуацию, изложенную в тексте, исследует теоретический материал, устанавливает ключевые факторы и проводит анализ выявленных проблем. Затем составляет план действий и оценивает возможности его реализации. По окончании самостоятельного анализа студент должен ответить на вопросы, разработать конкретные рекомендации и составить письменный отчет по данному заданию.

### **Рекомендации по работе с литературой**

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студентам необходимо придерживаться определенной последовательности:

- при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий изучаемой темы курса, чтобы точно знать, что конкретно искать в том или ином издании;
- для более глубокого усвоения и понимания материала следует читать не только имеющиеся в тексте определения и понятия, но и конкретные примеры;
- чтобы получить более объемные и системные представления по рассматриваемой теме необходимо просмотреть несколько литературных источников (возможно альтернативных);
- не следует конспектировать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не дает возможности осознать материал; необходимо выделить и законспектировать только основные положения, определения и понятия, позволяющие выстроить логику ответа на изучаемые вопросы.

### **Рекомендации по подготовке к экзамену**

Подготовка к экзамену и его результативность также требует у студентов умения оптимально организовывать свое время. Идеально, если студент

ознакомился с основными положениями, определениями и понятиями курса в процессе аудиторного изучения дисциплины, тогда подготовка к экзамену позволит систематизировать изученный материал и глубже его усвоить.

Подготовку к экзамену лучше начинать с распределения предложенных контрольных вопросов по разделам и темам курса. Затем необходимо выяснить наличие теоретических источников (конспекта лекций, учебников, учебных пособий).

При изучении материала следует выделять основные положения, определения и понятия, можно их конспектировать. Выделение опорных положений даст возможность систематизировать представления по дисциплине и, соответственно, результативнее подготовиться к экзамену.

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» необходима учебная аудитория с мультимедийным проектором, экраном и доступом в сеть «Интернет».

В читальных залах Научной библиотеки ДВФУ предусмотрены рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья, оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованные портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной системы.





МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**  
по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства»

**Направление подготовки 43.04.02 Туризм**  
магистерская программа «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма»  
**Форма подготовки очная**

## План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата / сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	В течение семестра	Подготовка к практическим занятиям	144	Устный опрос, тестирование
2.	18 неделя	Подготовка к экзамену	36	Устный опрос
ИТОГО			180	

### Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Особое значение для освоения теоретического материала и для приобретения и формирования умений и навыков имеет самостоятельная работа студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» предусматривает изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение заданий на практических занятиях, тестов и промежуточной аттестации – экзамена.

Для самопроверки усвоения теоретического и практического материала, подготовки к сдаче экзамена студентам предлагаются вопросы для самоконтроля.

### Рекомендации по работе с литературой

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студентам необходимо придерживаться определенной последовательности:

– при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий изучаемой темы курса, чтобы точно знать, что конкретно искать в том или ином издании;

– для более глубокого усвоения и понимания материала следует читать не только имеющиеся в тексте определения и понятия, но и конкретные примеры;

– чтобы получить более объемные и системные представления по рассматриваемой теме необходимо просмотреть несколько литературных

источников (возможно альтернативных);

– не следует конспектировать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не дает возможности осознать материал; необходимо выделить и законспектировать только основные положения, определения и понятия, позволяющие выстроить логику ответа на изучаемые вопросы.

### **Вопросы для самоконтроля**

Вопросы для самоконтроля предназначены для самопроверки студентом усвоения теоретического материала, подготовки к практическим занятиям и сдаче экзамена. На каждом практическом занятии проводится устный опрос студентов по изученным темам. Для удобства пользования вопросы для самоконтроля разбиты по темам теоретической части курса дисциплины.

#### **Практическое занятие № 1. Стратегическое сегментирование рынка.**

1. Опишите условия успешного позиционирования компании на рынке.
2. Изложите порядок проведения сегментирования рынка туристских и гостиничных услуг.

#### **Практическое занятие № 2. Конкурентоспособность как основа стратегии.**

1. Изложите порядок оценки конкурентной среды турорганизации.
2. Проведите анализ конкурентной среды конкретной турорганизации.

#### **Практическое занятие № 3. Маркетинговые стратегии предприятия.**

1. Изложите алгоритм формирования маркетинговой стратегии, виды, принципы формирования.
2. Приведите примеры маркетинговых стратегий организаций.

#### **Практическое занятие № 4. Разработка маркетинговой стратегии организации.**

1. Определите сильные и слабые стороны конкретной турорганизации.
2. Приведите примеры наиболее эффективных видов маркетинговых стратегий, применяемых в туристском комплексе Приморского края.

#### **Практическое занятие № 5. Разработка маркетинговой стратегии региона.**

1. Осуществите разработку маркетинговой стратегии развития туристского комплекса в одном из муниципальных образований Приморского края.

2. Решите предложенные задачи по применению маркетинговых стратегий.

**Практическое занятие № 6. Разработка маркетинговой стратегии развития туристского и гостиничного комплексов на региональном уровне.**

1. Проведите анализ существующих маркетинговых стратегий развития туристского комплекса в субъектах ДФО.

2. Постройте бизнес-модель формирования маркетинговой стратегии развития туристского комплекса в Приморском крае.

**Критерии оценки устных ответов студентов**

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированному вопросу, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие, раскрыл дефиниции необходимых понятий, статистические сведения и информацию нормативно-правового характера;

– 85-76 баллов – ответ студента характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при раскрытии дефиниций необходимых понятий, статистических сведений и информации нормативно-правового характера;

– 75-61 балл – ответ студента характеризуется пониманием базовых основ выбранной темы, однако при изложении допускалось от 2 до 4 ошибок в смысловом или содержательном изложении проблемы;

– 60-50 баллов – в ответе студента не раскрыта структура и теоретическая составляющая рассматриваемого вопроса. Допущено более 4 ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы.



Приложение 2



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства»**

**Направление подготовки 43.04.02 Туризм**

**магистерская программа «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма»**

**Форма подготовки очная**

г. Владивосток  
2018

### Паспорт фонда оценочных средств

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 способность к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии	Знает	мониторинг и оценку эффективности процессов в туристской индустрии
	Умеет	осуществлять мониторинг и производить оценку эффективности процессов в туристской индустрии
	Владеет	методами мониторинга и оценки эффективности процессов в туристской индустрии
ПК-6 способность к внедрению современной системы стандартизации в туристской индустрии	Знает	основы стандартизации в туристской индустрии
	Умеет	применять на практике принципы и методы стандартизации в туристской деятельности
	Владеет	навыками организации стандартизации в сфере туризма
ПК-13 готовность представлять результаты научного исследования в сфере туризма в формах отчетов, прикладных разработок, докладов, рефератов, публикаций, публичных выступлений и обсуждений	Знает	основы проведения научного анализа в сфере туризма
	Умеет	обобщать результаты проведенных научных исследований
	Владеет	навыками подготовки докладов на научно-практические мероприятия

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
3.	<b>Тема 1.</b> Стратегическое сегментирование рынка. <b>Тема 2.</b> Конкурентоспособность как основа стратегии.	ПК-4	знает	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену № 1-6
			умеет	ПР-2	Вопросы к экзамену № 1-6
			владеет	Дискуссия, ПР-5	Вопросы к экзамену № 1-6
4.	<b>Тема 3.</b> Маркетинговые стратегии предприятия. <b>Тема 4.</b> Разработка маркетинговой стратегии организации .	ПК-6	знает	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену № 7-11
			умеет	ПР-2	Вопросы к экзамену № 7-11
			владеет	Дискуссия, ПР-5	Вопросы к экзамену № 7-11
3.	<b>Тема 5.</b> Разработка маркетинговой стратегии региона. <b>Тема 6.</b> Разработка	ПК-13	знает	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену № 7-11
			умеет	ПР-2	Вопросы к экзамену № 7-11

маркетинговой стратегии развития туристского и гостиничного комплекса на региональном уровне		владеет	Дискуссия, ПР-5	Вопросы к экзамену № 7-11
--	--	---------	-----------------	---------------------------

### Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК-4 способность к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии	знает (пороговый уровень)	мониторинг и оценку эффективности процессов в туристской индустрии	знание современных технологий, позволяющих коммуницировать на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности в сфере гостеприимства	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность перечислить и охарактеризовать основные программные документы, позволяющие проводить экономические расчёты в сфере туристского и гостиничного бизнеса;</li> <li>– способность перечислить и охарактеризовать документы, в которых содержатся требования, методические указания и данные об экономике туризма;</li> <li>– способность перечислить основные показатели, характеризующие экономическое состояние турорганизации</li> </ul>
	умеет (продвинутый)	осуществлять мониторинг и производить оценку эффективности процессов в туристской индустрии	применение современных коммуникационных технологий для решения производственно-технологических задач	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность осуществлять поиск информации о функционировании турорганизаций;</li> <li>– способность ориентироваться в нормативных и технических документах при проведении экономических расчётов эффективности функционирования туристского и гостиничного комплекса;</li> <li>– способность осуществлять работу по исследованию рынка туристских и гостиничных услуг</li> </ul>

	владеет (высокий)	методами мониторинга и оценки эффективности процессов в туристской индустрии	организация мониторинга и оценки эффективности процессов в гостиничной индустрии	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность на основании данных статистических сборников и материалов бухгалтерского учета самостоятельно осуществлять мониторинг и оценку эффективности процессов в туристской и гостиничной;</li> <li>– способность самостоятельно формировать и реализовывать программы проведения экономических исследований в туризме/гостеприимстве</li> </ul>
ПК-6 способность к внедрению современной системы стандартизации в туристской индустрии	знает (пороговый уровень)	основы стандартизации в туристской индустрии	методы управления персоналом в сфере гостеприимства	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность перечислить и охарактеризовать нормативно-правовые акты, регламентирующие туристский и гостиничный менеджмент;</li> <li>– способность перечислить и охарактеризовать документы, в которых содержатся требования, методические указания по управлению персоналом турорганизаций;</li> <li>– способность перечислить основные показатели, характеризующие состояние управления персоналом в туристском и гостиничном комплексе/гостинице</li> </ul>

	умеет (продвинутый)	применять на практике принципы и методы стандартизации в туристской деятельности	применять на практике методы разработки корпоративной стратегии предприятий гостеприимства	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность осуществлять поиск информации о функционировании турорганизаций;</li> <li>– способность ориентироваться в нормативных и технических документах при формировании мероприятий туристского и гостиничного менеджмента;</li> <li>– способность осуществлять разработку мероприятий по повышению эффективности управления персоналом в туризме и гостеприимстве</li> </ul>
	владеет (высокий)	навыками организации стандартизации в сфере туризма	навыками разработки стратегии развития гостиничного комплекса	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность на основании данных статистических сборников и материалов бухгалтерского учета самостоятельно выявлять экономические проблемы функционирования сферы туризма;</li> <li>– способность самостоятельно формировать и реализовывать программы проведения экономических исследований в туризме и гостеприимстве</li> </ul>
ПК-13 готовность представлять результаты научного исследования в сфере туризма в формах отчетов, прикладных разработок, докладов, рефератов, публикаций, публичных выступлений и обсуждений	знает (пороговый уровень)	основы проведения научного анализа в сфере туризма	проведение исследований и научного анализа в сфере туризма и гостеприимства	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность перечислить и охарактеризовать основные программные документы, позволяющие проводить исследования и научный анализ в сфере туризма и гостеприимства;</li> <li>– способность перечислить и охарактеризовать документы, в которых содержатся требования, методические указания и данные об исследованиях и научном анализе в сфере туризма и гостеприимства</li> </ul>

	умеет (продви- нутый)	обобщать результаты проведенных научных исследований		– способность осуществлять поиск информации о функционировании турорганизаций и гостиниц; – способность ориентироваться в нормативных и технических документах при проведении научных исследований функционирования туристского и гостиничного комплекса; – способность осуществлять работу по исследованию рынка туристских и гостиничных услуг
	владеет (высокий)	навыками подготовки докладов на научно- практические мероприятия		– способность на основании данных научных исследований делать выводы о состоянии индустрии туризма и гостеприимства; – способность самостоятельно формировать выводы по результатам проведенных научных исследований в туризме и гостеприимстве

## **Зачетно-контрольные материалы**

### **Оценочные средства для промежуточной аттестации**

#### **Контрольные вопросы для экзамена**

1. Охарактеризуйте индустрию туризма и гостеприимства как сферу социально-экономических отношений. Назовите основные категории в сфере гостеприимства.
2. Охарактеризуйте отраслевые и региональные особенности индустрии туризма и гостеприимства, влияющие на формирование стратегии маркетинга.
3. Изложите виды и формы проведения стратегического маркетинга.
4. В чем заключаются функции государственного регулирования сферой туризма и гостеприимства в РФ?
5. Опишите принципы формирования стратегического маркетинга.

6. Изложите содержание, основные цели, задачи, пути разработки стратегического маркетинга предприятия.

7. Сформулируйте роль средств размещения в повышении уровня туризма и гостеприимства в регионе.

8. Проанализируйте факторы позитивно и негативно влияющие на разработку стратегии маркетинга сферы туризма и гостеприимства на региональном уровне.

9. Назовите программные документы, определяющие концепцию разработки стратегии маркетинга туризма и гостеприимства.

10. Охарактеризуйте специфику формирования стратегии маркетинга туристских и гостиничных услуг в странах АТР.

11. Опишите стадии формирования стратегии маркетинга туристских и гостиничных услуг.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене  
по дисциплине «Методы исследования»**

<b>Баллы (рейтинговой оценки)</b>	<b>Оценка экзамена (стандартная)</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
86-100	«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
85-76	«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.



60-0	«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.
------	-----------------------	---

## **Оценочные средства для текущей аттестации**

### **Вопросы для собеседования**

#### **по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства»**

##### **Практическое занятие № 1. Стратегическое сегментирование рынка.**

3. Опишите условия успешного позиционирования компании на рынке.
4. Изложите порядок проведения сегментирования рынка туристских и гостиничных услуг.

##### **Практическое занятие № 2. Конкурентоспособность как основа стратегии.**

3. Изложите порядок оценки конкурентной среды турорганизации.
4. Проведите анализ конкурентной среды конкретной турорганизации.

##### **Практическое занятие № 3. Маркетинговые стратегии предприятия.**

3. Изложите алгоритм формирования маркетинговой стратегии, виды, принципы формирования.
4. Приведите примеры маркетинговых стратегий организаций.

##### **Практическое занятие № 4. Разработка маркетинговой стратегии организации.**

3. Определите сильные и слабые стороны конкретной турорганизации.
4. Приведите примеры наиболее эффективных видов маркетинговых стратегий, применяемых в туристском комплексе Приморского края.

##### **Практическое занятие № 5. Разработка маркетинговой стратегии региона.**

3. Осуществите разработку маркетинговой стратегии развития туристского комплекса в одном из муниципальных образований Приморского края.

4. Решите предложенные задачи по применению маркетинговых стратегий.

**Практическое занятие № 6. Разработка маркетинговой стратегии развития туристского и гостиничного комплексов на региональном уровне.**

3. Проведите анализ существующих маркетинговых стратегий развития туристского комплекса в субъектах ДФО.

4. Постройте бизнес-модель формирования маркетинговой стратегии развития туристского комплекса в Приморском крае.

**Критерии оценки:**

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированному вопросу, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие, раскрыл дефиниции необходимых понятий, статистические сведения и информацию нормативно-правового характера;

– 85-76 баллов – ответ студента характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при раскрытии дефиниций необходимых понятий, статистических сведений и информации нормативно-правового характера;

– 75-61 балл – ответ студента характеризуется пониманием базовых основ выбранной темы, однако при изложении допускалось от 2 до 4 ошибок в смысловом или содержательном изложении проблемы;

– 60-50 баллов – в ответе студента не раскрыта структура и теоретическая составляющая рассматриваемого вопроса. Допущено более 4 ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы.

**Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и

гостеприимства» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» проводится в форме контрольных мероприятий (собеседование, выполнение тестов, написание реферата) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний (собеседование);
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (выполнение практических заданий, тестов);
- результаты самостоятельной работы (написание реферата).

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

По дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» предусмотрен экзамен в виде собеседования.

**Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства.** В результате посещения лекций, практических занятий студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к экзамену, представленные в структурном элементе ФОС IV.1. В ходе промежуточной аттестации студент готовит индивидуальное творческое зачетное задание (индивидуальное творческое зачетное задание размещено в структурном элементе ФОС IV.2). Критерии оценки студента на экзамене представлены в структурном элементе ФОС IV.3. Критерии оценки текущей аттестации – контрольная проверка знаний (устный опрос, тест) представлены

в структурном элементе ФОС V.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене  
по дисциплине «Маркетинговое управление в индустрии туризма и  
гостеприимства»**

<b>Баллы (рейтинговой оценки)</b>	<b>Оценка экзамена (стандартная)</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
86-100	«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
85-76	«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
60-0	«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

