



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП

(подпись) Топчий А.В.
(Ф.И.О. рук. ОП)
« 18 » декабря 2019г.

УТВЕРЖДАЮ

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

(подпись) Овчаренко Н.П.
(Ф.И.О. зав. каф.)
« 18 » декабря 2019г..

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве

Направление подготовки 43.04.02 Туризм

«Индустрия туризма и гостеприимства / International Tourism & Hospitality»

Форма подготовки очная

курс 2 семестр 3
лекции - 18 час.
практические занятия _- 18 час.
лабораторные работы - 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 36 час.
самостоятельная работа 108 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 Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 15.06.2017 г. № 556.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры Сервиса и туризма протокол № 4 от « 18 » декабря 2019г.

Врио заведующий кафедрой: канд. техн. наук, доцент Овчаренко Н.П.
Составитель: старший преподаватель кафедры сервиса и туризма Гатауллина С.Ю.

Владивосток

2020

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)

Цель и задачи освоения дисциплины:

Цель – сформировать у студентов общепрофессиональные и профессиональные компетенции 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.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплине «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» обеспечивает формирование у выпускника следующей общепрофессиональной компетенции и индикаторов их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональной компетенции	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Организационно-управленческий	ОПК-4 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма	ОПК-4.1 Анализирует состояние рынка туристских услуг
		ОПК-4.2 Выявляет приоритеты и разрабатывает стратегические направления туристской деятельности в регионе
		ОПК-4.3 Организует разработку стратегий развития туризма

Профессиональная компетенция выпускников и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объекты или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)
Организационно-управленческий	Предприятия туристского комплекса	ПК-3 Способен разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные	ПК-3.1 Знает нормативно-правовую базу организации туризма.	Знание основ проведения проектной деятельности в туризме.
			ПК-3.2 Владеет методами выявления приоритетных направлений проектирования в туризме.	

	направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-правовую документацию	ПК-3.3 Разрабатывает проекты в сфере туризма.
--	---	---

Тип задач профессиональной деятельности: аналитическая и управленческая деятельность в сфере туризма и гостеприимства.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Тема 1. Общие понятия маркетинга (2 час.).

1. Определения маркетинга и его концепции.
2. Цели, задачи и принципы, функциональное назначение маркетинга.
3. Виды и особенности маркетинговых исследований в туризме и гостеприимстве.

Тема 2. Стратегия охвата и позиционирования турпродуктов на рынке туристских услуг (4 час.).

1. Стратегия охвата рынка туристских и гостиничных услуг.
2. Особенности позиционирования турпродукта и гостиничных услуг.

Тема 3. Понятие сегментирования рынков туристских и гостиничных услуг (2 час.).

1. Понятие сегментации. Основные критерии и принципы сегментирования.
2. Выбор целевых сегментов.

Тема 4. Рынок и рыночные показатели (4 час.).

1. Понятие рынка туристских и гостиничных услуг, их виды и принципы деятельности.
2. Содержание и основное назначение рыночных показателей: емкость и конъюнктура рынка.

Тема 5. Покупательское поведение потребителей (2 час.).

1. Модели поведения потребителей на рынках туристских и гостиничных услуг.
2. Особенности процесс принятия решения о покупке туристских и гостиничных услуг.

Тема 6. Стратегическое маркетинговое планирование (4 час.).

1. Стратегический план маркетинга.
2. Виды маркетинговых стратегий: понятие, характерные черты.
3. Основные направления анализа стратегий развития рынков туристских и гостиничных услуг.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия

Практическое занятие № 1. Стратегическое сегментирование рынка (2 час.)

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

Практическое занятие № 2. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга (4 час.).

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

Практическое занятие № 3. Маркетинговые стратегии предприятия (2 час.)

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

Практическое занятие № 4. Разработка маркетинговой стратегии организации (2 час.).

1. Определение сильных и слабых сторон предприятий туристской индустрии.
2. Анализ наиболее эффективных видов маркетинговых стратегий, применяемых в туристском и гостиничном комплексах Приморского края.

Практическое занятие № 5. Разработка маркетинговой стратегии региона (4 час.).

1. Разработка маркетинговой стратегии развития туристского и гостиничного комплексов 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 (4 час.)

1. Проведение анализа существующих маркетинговых стратегий развития туристского комплекса в субъектах ДФО.

2. Построение бизнес-модели формирования маркетинговой стратегии развития туристского и гостиничного комплексов в Приморском крае.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» 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.

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

Дата / сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
В течение семестра	Подготовка к практическим занятиям по указанной литературе с опорой на контрольные вопросы и задания	72	Устный и письменный опрос. Проверка заданий
В течение семестра	Подготовка к экзамену	36	Устный опрос
ИТОГО		108	

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 туризме и гостеприимстве» предусматривает:

1. Изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы.
2. Подготовка презентации с использованием мультимедийного оборудования.
3. Подготовка (составления) глоссария.
4. Подготовка к практическим занятиям по указанной литературе с опорой на контрольные вопросы и задания.
5. Подготовка к выполнению теста.
6. Подготовка к экзамену.

Рекомендации по работе с литературой

Предпочтительна последовательность в работе с литературой и нормативно-правовыми актами. Ее можно представить в виде следующего примерного алгоритма:

- ознакомление с рабочей учебной программой;
- изучение основной учебной литературы;
- проработка дополнительной (учебной и научной) литературы и иных информационных источников.

В ходе чтения полезно, делать краткие заметки, выделять неясные, сложные для восприятия вопросы. В целях прояснения последних нужно обращаться к преподавателю. По завершении изучения рекомендуемой литературы полезно проверить уровень своих знаний с помощью контрольных вопросов для самопроверки.

Необходимо вести систематическую каждодневную работу над литературными источниками. Следует воспитывать в себе установку на прочность, долговременность усвоения знаний по курсу. Надо помнить, что они потребуются не только и не столько в ходе экзамена, но – что особенно важно – в последующей профессиональной деятельности.

Литература имеется в библиотеке ДВФУ, методическом кабинете кафедры сервиса и туризма.

При работе с учебной и научной литературой принципиально важно принимать во внимание то, что курс «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» постоянно развивается и совершенствуется. Необходимо учитывать и тот факт, что эта деятельность регламентируется нормативно-правовыми актами.

Студент обязан знать не только рекомендуемую литературу, но и новые, существенно важные издания по курсу, вышедшие в свет после его публикации.

Методические рекомендации по подготовке презентации

Разработка презентации предусматривает следующий порядок самостоятельной работы. Студенты знакомятся с мировым и национальным опытом развития индустрия гостеприимства и туризма. С этой целью используются монографические исследования, материалы зарубежной периодической печати, данные всемирной сети интернет (преимущественно англоязычных ресурсов). Собранные источники и их аннотации анализируются с точки зрения возможной адаптации методов и технологий к развитию этой деятельности России.

В заключительной части самостоятельной работы студенты оформляют презентацию в формате Prezi (пошаговая инструкция представлена в методических рекомендациях и на сайте: <http://prezi-narusskom.ru/>).

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора;
- следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) презентации; желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание;
- дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста;

– последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

Подготовленная презентация записывается на электронный носитель и хранится в методическом кабинете кафедры сервиса и туризма на жестком диске персонального компьютера.

Представление презентации осуществляется на практическом занятии, в ходе которого бакалавры на основе полученной информации обсуждают проблемы связанные с внедрением проекта.

Критерии оценки:

– 100-86 баллов выставляется, если студент отразил в презентации свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив содержание и составляющие затронутых вопросов. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация географического характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа отечественной практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;

– 85-76 баллов – презентация студента характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более одной ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;

– 75-61 балл – проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более двух ошибок в смысле или содержании проблемы;

– менее 61 балла – презентация представляет собой заимствованный исходный текст и заимствование иллюстраций, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая

составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Студенты готовят доклады по темам, указанным в заданиях для самостоятельной работы по темам дисциплины. Подготовка доклада обязательна и может осуществлять каждым студентом либо группой студентов (2-3 чел.). Доклад содержит краткую информацию по изучаемой теме. Доклад состоит из титульного листа, основного текста, материала для презентации. Доклад некоторых бакалавров заслушивается на практическом или семинарском занятии по данной теме, доклады остальных студентов сдаются в письменном виде на проверку преподавателю.

Критерии оценки

– 100-86 баллов – если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа;

– 85-76 баллов – знание узловых проблем программы и основного содержания курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа;

– 75-61 балл – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины;

неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определено и последовательно изложить ответ;

– 60 баллов и ниже – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Методические указания к составлению глоссария

Глоссарий охватывает все узкоспециализированные термины, встречающиеся в тексте. Глоссарий должен содержать не менее 50 терминов, они должны быть перечислены в алфавитном порядке, соблюдена нумерация. Глоссарий должен быть оформлен по принципу реферативной работы, в обязательном порядке присутствует титульный лист и нумерация страниц. Объем работы должен составлять 10-15 страниц. Тщательно проработанный глоссарий помогает избежать разночтений и улучшить в целом качество всей документации. В глоссарии включаются самые частотные термины и фразы, а также все ключевые термины с толкованием их смысла. Глоссарии могут содержать отдельные слова, фразы, аббревиатуры, слоганы и даже целые предложения.

Вопросы для самоконтроля

Вопросы для самоконтроля предназначены для самопроверки студентом теоретического материала, подготовки к практическим занятиям и сдаче 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.

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.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Тема 1. Общие понятия маркетинга. Тема 2. Стратегия охвата и позиционирования турпродуктов на рынке туристских услуг. Тема 3. Понятие сегментирования рынков туристских и гостиничных услуг.	ОПК-4.1.	Знает: основы разработки стратегий развития туризма	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену
		ОПК-4.2. ОПК-4.3.			
2.	Тема 4. Рынок и рыночные показатели. Тема 5. Покупательское поведение потребителей. Тема 6. Стратегическое маркетинговое планирование.	ПК-3.1.	Знает: нормативно-правовую базу организации туризма.	Собеседование (УО-1)	Вопросы к экзамену
		ПК-3.2. ПК-3.3.			

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

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 туризме и гостеприимстве» предусматривает следующие виды учебной работы: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов, текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Освоение курса дисциплины «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» 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 туризме и гостеприимстве» 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 «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» при условии выполнения всех видов текущего и промежуточного контроля, предусмотренных учебной программой.

Критерии оценки по дисциплине «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» 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 туризме и гостеприимстве» 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 туризме и гостеприимстве» необходима учебная аудитория с мультимедийным проектором, экраном и доступом в сеть «Интернет». Школа экономики и менеджмента (корпус G) располагает кабинетами (учебная аудитория, компьютерный класс), для самостоятельной работы используется читальный зал (корпус А). 34 посадочных мест, автоматизированное рабочее место преподавателя, переносная магнитно-маркерная доска, Wi-Fi. Ноутбук Acer ExtensaE2511-30BO. Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокоммутации; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron.

26 посадочных мест, автоматизированное рабочее место преподавателя, переносная магнитно-маркерная доска Компьютерный класс, моноблок Lenovo C360 19,5 (1600x900), Pentium G3220T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 500GB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7 Корпоративная (64-bit) (26 шт.) Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокоммутации; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP

Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron.

Читальный зал каб. А 1002, помещение для самостоятельной работы естественных и технических наук с открытым доступом Научной библиотеки, Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 58 шт. ЭУ0198072_ЭА-667-17_08.02.2018_Арт-Лайн Технолоджи_ПО ADOBE, ЭУ0201024_ЭА-091-18_24.04.2018_Софтлайн Проекты_ПО ESET NOD32, ЭУ0205486_ЭА-261-18_02.08.2018_СофтЛайн Трейд_ПО Microsoft.

В читальном зале Научной библиотеки ДВФУ предусмотрены рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья, оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованные портативными устройствами для чтения плоскопечатных 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.

VIII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонды оценочных средств по дисциплине «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» включают в себя перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенции в ходе освоения дисциплины.

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.

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

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» проводится в форме контрольных мероприятий (собеседование, выполнение тестов, написание проектов) 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 проектов).

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. По дисциплине «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» 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 туризме и
гостеприимстве»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
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.