

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: **Федеральное государственное бюджетное образовательное**
ФИО: Цыбиков Бэлкито Батович **учреждение высшего образования**
Должность: Ректор **«Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени В.Р. Филиппова»**
Дата подписания: 23.06.2025 10:11:52
Уникальный программный ключ:
056af948c3e48c6f3c571e429957a8ae7b757ae8 **Экономический факультет**

«СОГЛАСОВАНО»

Заведующий выпускающей кафедрой
Социально-гуманитарные науки,
реклама и туризм

К.СОЦ.Н., ДОЦЕНТ

Уч. ст., Уч. зв.

Барлукова О.Д.

подпись

3 декабря 2024 г.

«УТВЕРЖЛЕНО»

Декан
Экономический факультет

К.Э.Н., ДОЦЕНТ

Уч. ст., Уч. зв.

Баниева М.А.

подпись

23 января 2025 г

**Рабочая программа
Дисциплины (модуля)**

Б1.В.10.01 Маркетинговые исследования в туризме

Направление 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) Технология и организация экскурсионных услуг

Обеспечивающая преподавание
дисциплины кафедра **Экономика и организация АПК**

Квалификация бакалавр

Форма обучения заочная

Форма промежуточной
аттестации Зачет, Экзамен, Курсовая работа

Объём дисциплины в З.Е. 7

Продолжительность в
часах/неделях 252/ 0

Статус дисциплины относится к обязательной части блока 1 "Дисциплины" ОПОП
в учебном плане является дисциплиной обязательной для изучения

Распределение часов дисциплины

Курс 4, 5 Семестр	Количество часов	Количество часов	Итого
Вид занятий	УП	УП	УП
Лекционные занятия	10	14	24
Практические занятия	12	16	28
Контактная работа	22	30	52
Сам. работа	82	105	187
Итого	108	144	252

Улан-Удэ, 20__ г.

Программу составил(и):
к.э.н., Брянская Ольга Леонидовна

Программа дисциплины

Маркетинговые исследования в туризме

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516);

- 04.005. Профессиональный стандарт "ЭКСКУРСОВОД (ГИД)", утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24 декабря 2021 г. N 913н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 1 февраля 2022 г., регистрационный N 67083);

составлена на основании учебного плана:

b430302_z_4.plx

утвержденного Ученым советом вуза от 06.05.2025 г. протокол №9

Программа одобрена на заседании кафедры

Социально-гуманитарные науки, реклама и туризм

Протокол № 10 от 03.12.2024

Зав. кафедрой Барлукова О.Д.

подпись

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии Экономический факультет от «_14_» _____ 01 _____ 20__25г., протокол №_4_

Председатель методической комиссии Экономический факультет

Внешний эксперт
(представитель работодателя)

Заведующий научно-экспозиционным отделом ГАУК «Этнографический музей народов
Забайкалья»

Э. С. Найданова

подпись,

И.О. Фамилия

№ п/п	Учебный год	Одобрено на заседании кафедры		Утверждаю Заведующий кафедрой Шобдоева Н.В.	
		протокол	Дата	Подпись	Дата
1	20__/20__ г.г.	№____	«__»__20__ г.		«__»__20__ г.
2	20__/20__ г.г.	№____	«__»__20__ г.		«__»__20__ г.
3	20__/20__ г.г.	№____	«__»__20__ г.		«__»__20__ г.
4	20__/20__ г.г.	№____	«__»__20__ г.		«__»__20__ г.
5	20__/20__ г.г.	№____	«__»__20__ г.		«__»__20__ г.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1	Цели: получение знаний по теоретическим основам и приобретение практических навыков и умений, необходимых для профессиональной подготовки в области маркетинговых исследований в туризме Задачи: изучение основных понятий и терминов, применяемых в области маркетинговых исследований в туризме; научить обучающихся методам и процедурам проведения маркетинговых исследований в туризме; обучить обучающихся методам и технике разработки и обоснования стратегических и тактических (оперативных) управленческих решений в сфере маркетинга в туризме с использованием новой информации, получаемых в ходе маркетинговых исследований
---	--

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок.Часть	Б1.В
ПКС-2: Способен работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения	

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

1	3 семестр	Технология разработки туристско-экскурсионных маршрутов
2	2 семестр	Экологический туризм
3	2 семестр	Бальнеологический туризм
4	3 семестр	Учебная практика.
5	3 семестр	Исследовательская практика

ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ И ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В РАМКАХ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

КОД И НАЗВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКС-2: Способен работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения;

ИД-1 ПКС-2, ИД-2 ПКС-2, ИД-3 ПКС-2

знает и понимает методы работы со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения

умеет работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения

владеет способностью работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения

Знать и понимать работу со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований; исследовательскую деятельность при разработке туристского продукта:

Уровень 1	ИД-1 ПКС-2 ИД-2 ПКС-2 ИД-3 ПКС-2 не знает и не понимает методы работы со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения
Уровень 2	ИД-1 ПКС-2 ИД-2 ПКС-2 ИД-3 ПКС-2 плохо знает и понимает методы работы со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения
Уровень 3	ИД-1 ПКС-2 ИД-2 ПКС-2 ИД-3 ПКС-2 хорошо знает и понимает методы работы со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения, однако допускает некоторые неточности
Уровень 4	ИД-1 ПКС-2 ИД-2 ПКС-2 ИД-3 ПКС-2 в полной мере знает и понимает методы работы со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения
Уровень 5	ИД-1 ПКС-2 ИД-2 ПКС-2 ИД-3 ПКС-2 не умеет работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения

Уровень 6	ИД-1 ПКС-2 ИД-2 ПКС-2 ИД-3 ПКС-2 плохо умеет работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения
Уровень 7	ИД-1 ПКС-2 ИД-2 ПКС-2 ИД-3 ПКС-2 хорошо умеет работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения, но допускает ошибки
Уровень 8	ИД-1 ПКС-2 ИД-2 ПКС-2 ИД-3 ПКС-2 в полной мере умеет работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения

Владеть навыками (иметь навыки) навыками работы со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения); навыками осуществления исследовательской деятельности при разработке туристского продукта:

Уровень 1	ИД-1 ПКС-2 ИД-2 ПКС-2 ИД-3 ПКС-2 не владеет способностью работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения
Уровень 2	ИД-1 ПКС-2 ИД-2 ПКС-2 ИД-3 ПКС-2 плохо владеет способностью работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения
Уровень 3	ИД-1 ПКС-2 ИД-2 ПКС-2 ИД-3 ПКС-2 хорошо владеет способностью работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения, однако допускает некоторые неточности
Уровень 4	ИД-1 ПКС-2 ИД-2 ПКС-2 ИД-3 ПКС-2 в полной мере владеет способностью работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения

Уровни сформированности компетенций

компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий
Оценки формирования компетенций			
Оценка «неудовлетворительно» - уровень 1	Оценка «удовлетворительно» - уровень 2	Оценка «хорошо» - уровень 3	Оценка «отлично» - уровень 4

Характеристика сформированности компетенции

Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач
--	--	--	--

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов (этапов) и тем	Вид работ	Курс	Часов	Компетенции	Интеракт.	Примечание (используемые интерактивные формы, форма текущего контроля успеваемости)
	Раздел 1. Общая характеристика и методология маркетинговых исследований в туризме						
1.1	Предмет, методы и задачи дисциплины	Лек	4	2	ПКС-2	2	Лекция-визуализация

1.2	Предмет, методы и задачи дисциплины	Пр	4	2	ПКС-2		
1.3	Предмет, методы и задачи дисциплины	Ср	4	6	ПКС-2		
1.4	Цели, задачи и направления маркетинговых исследований	Ср	4	11	ПКС-2		
1.5	Виды и источники маркетинговой информации	Лек	4	2	ПКС-2		
1.6	Виды и источники маркетинговой информации	Пр	4	2	ПКС-2		
1.7	Виды и источники маркетинговой информации	Ср	4	6	ПКС-2		
1.8	Методы сбора маркетинговой информации	Пр	4	2	ПКС-2		
1.9	Методы сбора маркетинговой информации	Ср	4	8	ПКС-2		
1.10	Система маркетинговой информации	Ср	4	11	ПКС-2		
1.11	Исследование среды маркетинга туристской компании	Ср	4	11	ПКС-2		
1.12	Разработка плана маркетинговых исследований	Лек	4	2	ПКС-2		
1.13	Разработка плана маркетинговых исследований	Пр	4	2	ПКС-2	2	Кейс-задачи
1.14	Разработка плана маркетинговых исследований	Ср	4	6	ПКС-2		
1.15	Определение методов сбора данных	Ср	4	11	ПКС-2		
1.16	Маркетинговые исследования туристического рынка	Лек	4	2	ПКС-2		
1.17	Маркетинговые исследования туристического рынка	Пр	4	2	ПКС-2		
1.18	Маркетинговые исследования туристического рынка	Ср	4	6	ПКС-2		
1.19	Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг	Лек	4	2	ПКС-2		
1.20	Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг	Пр	4	2	ПКС-2		
1.21	Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг	Ср	4	6	ПКС-2		
Раздел 2. Анализ данных и отчет о маркетинговом исследовании							
2.1	Планирование маркетингового исследования	Лек	5	4	ПКС-2		
2.2	Планирование маркетингового исследования	Пр	5	4	ПКС-2	4	

2.3	Планирование маркетингового исследования	Ср	5	15	ПКС-2		
2.4	Сбор информации для проведения маркетингового исследования	Лек	5	2	ПКС-2		
2.5	Сбор информации для проведения маркетингового исследования	Пр	5	4	ПКС-2		
2.6	Сбор информации для проведения маркетингового исследования	Ср	5	15	ПКС-2		
2.7	Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований	Лек	5	2	ПКС-2		
2.8	Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований	Пр	5	2	ПКС-2		
2.9	Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований	Ср	5	15	ПКС-2		
2.10	Методы анализа маркетинговых исследований	Лек	5	2	ПКС-2		
2.11	Методы анализа маркетинговых исследований	Пр	5	2	ПКС-2		
2.12	Методы анализа маркетинговых исследований	Ср	5	16	ПКС-2		
2.13	Подготовка итогового отчета о проведении маркетингового исследования	Лек	5	4	ПКС-2		
2.14	Подготовка итогового отчета о проведении маркетингового исследования	Пр	5	4	ПКС-2	4	
2.15	Подготовка итогового отчета о проведении маркетингового исследования	Ср	5	14	ПКС-2		
2.16	Выполнение курсовой работы	Ср	5	30	ПКС-2		

ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

Л1.1	Токарев Б. Е. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: Издательство "Магистр", 2022. - 512 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?id=399580
Л1.2	Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 292 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?id=431633

Дополнительная литература

Л2.1	Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования рынка [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2020. - 336 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?id=352944
Л2.2	Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования рынка [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2021. - 336 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?id=395730

Л2.3	Гришина В.Т. Маркетинговые исследования: Практикум [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Вузовский учебник, 2021. - 58 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?id=398920		
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)			
Номер аудитории	Назначение	Оборудование и ПО	Адрес
451	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (Кабинет финансов, денежного обращения и кредитов) (Кабинет экономической теории) (451)	96 посадочных мест, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, доска учебная, персональный компьютер с возможностью подключения к сети Интернет и доступом в ЭИОС, видеостена. 1 стенд. Лицензионное ПО: Kaspersky Endpoint Security, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level, Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmc.	670024, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Пушкина, д. №8 , Библиотечно-информационный корпус
457	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (Кабинет финансов, денежного обращения и кредитов) (457)	52 посадочных места, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, доска 3 доска учебная, компьютер («Снежный барс» AthlonIX2 250 +клав. +мышь +сет.фильтр) с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС - 7 шт., мультимедийный проектор, проекционный экран, 1 стенд. Список ПО на компьютерах: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level , Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmc. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Максимум» Версия 1 (на 6 пользователей) "Альт-Инвест Сумм" версия 9 (на 6 пользователей)	670024, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Пушкина, д. №8 , Библиотечно-информационный корпус
449	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (Кабинет экономики организации) (Кабинет финансов, денежного обращения и кредитов) (449)	30 посадочных мест, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, доска учебная, проектор. 1 стенд Список ПО на ноутбуке: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level, Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmc. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE	670024, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Пушкина, д. №8 , Библиотечно-информационный корпус

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ И ЛОКАЛЬНЫХ СЕТЕЙ АКАДЕМИИ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)		
1. Удаленные электронные сетевые учебные ресурсы временного доступа, сформированные на основании прямых договоров с правообладателями (электронно-библиотечные системы - ЭБС)		
Наименование	Доступ	
1	2	
Электронно-библиотечная система Издательства «Znani»	http://znani.ru/	
Электронно-библиотечная система Издательства «Лань»	http://e.lanbook.com/	
Электронно-библиотечная система Издательства «Юрайт»	http://urait.ru/	
2. Электронные сетевые ресурсы открытого доступа (профессиональные базы данных, массовые открытые онлайн-курсы и пр.):		
1	2	
Платформа «Открытое образование» (онлайн-курсы по базовым дисциплинам, изучаемым в российских университетах)	https://openedu.ru/course/	
Профессиональные базы данных	http://e.lanbook.com/	
3. Электронные учебные и учебно-методические ресурсы, подготовленные в академии:		
Маркетинговые исследования в туризме: методические рекомендации по изучению курса для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 "Туризм" / М-во сел. хоз-ва РФ, Бурятская ГСХА им. В.Р. Филиппова ; сост. О. Л. Брянская. - Улан-Удэ: ФГБОУ ВО БГСХА, 2020. - 64 с.		
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ		
1. Программные продукты, необходимые для освоения учебной дисциплины		
Наименование программного продукты (ПП)	Виды учебных занятий и работ, в которых используется данный продукт	
Microsoft OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc. Договор № ПП-61/2015 г. О поставке программных продуктов от 9 декабря 2015 года Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmc. Договор № ПП-61/2015 г. О поставке программных продуктов от 9 декабря 2015 года Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level Государственный контракт № 25 от 1 апреля 2008 года	Занятия семинарского типа, самостоятельная работа	
2. Информационные справочные системы, необходимые для реализации учебного процесса		
Информационно-правовой портал «Гарант»	в локальной сети академии http://www.garant.ru/	
Справочно-поисковая система «Консультант Плюс»	http://www.consultant.ru/	
3. Информационно-образовательные системы (ЭИОС)		
Наименование ЭИОС и доступ	Доступ	Виды учебных занятий и работ, в которых используется данная система
1	2	3
Официальный сайт академии	http://bgsha.ru/	Занятия лекционного типа, семинарского типа, самостоятельная работа
Личный кабинет	http://lk.bgsha.ru/	Занятия лекционного типа, семинарского типа, самостоятельная работа
АС Деканат	в локальной сети академии	-
Корпоративный портал академии	http://portal.bgsha.ru/	Занятия лекционного типа, семинарского типа, самостоятельная работа
ИС «Планы»	в локальной сети академии	-
Портфолио обучающегося	http://lk.bgsha.ru/	Самостоятельная работа
Сайт научной библиотеки	http://elib.bgsha.ru/	Занятия лекционного типа, семинарского типа, самостоятельная работа
Электронная библиотека БГСХА	http://elib.bgsha.ru/	Занятия лекционного типа, семинарского типа, самостоятельная работа
КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЯ)		
ФИО преподавателя	Уровень образования. Специальность и квалификация в соответствии с дипломом. Профессиональная переподготовка	Ученая степень, ученое звание
1	2	3
Брянская Ольга Леонидовна	Высшее, специалитет, экономист по бухгалтерскому учету, экономист, Профессиональная переподготовка по программе дополнительного	к.э.н.доцент

	профессионального образования «Преподаватель высшей школы»	
ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ		
Организационно-педагогическое, психолого-педагогическое сопровождение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основании соответствующей рекомендации в заключении психолого-медико-педагогической комиссии или индивидуальной программе реабилитации инвалида. Академия, по заявлению обучающегося, создает специальные условия для получения высшего образования инвалидами и лицам с ограниченными возможностями здоровья: - использование специализированных (адаптированных) рабочих программ дисциплин (модулей) и методов обучения и воспитания, включая наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети «Интернет» для слабовидящих; - использование специальных учебников, учебных пособий и других учебно-методических материалов, включая альтернативные форматы печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы); - использование специальных технических средств обучения (мультимедийное оборудование, оргтехника и иные средства) коллективного и индивидуального пользования, включая установку мониторов с возможностью трансляции субтитров, обеспечение надлежащими звуковыми воспроизведениями информации; - предоставление услуг ассистента (при необходимости), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь или услуги сурдопереводчиков / тифлосурдопереводчиков; - проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий для разъяснения отдельных вопросов изучаемой дисциплины (модуля); - проведение процедуры оценивания результатов обучения возможно с учетом особенностей нозологий (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.) при использовании доступной формы предоставления заданий оценочных средств и ответов на задания (в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме аудиозаписи, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода) с использованием дополнительного времени для подготовки ответа; - обеспечение беспрепятственного доступа обучающимся в учебные помещения, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений); - обеспечение сочетания онлайн и офлайн технологий, а также индивидуальных и коллективных форм работы в учебном процессе, осуществляемом с использованием дистанционных образовательных технологий; - и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение ОПОП ВО. В целях реализации ОПОП ВО в академии оборудована безбарьерная среда, учитывающая потребности лиц с нарушением зрения, с нарушениями слуха, с нарушениями опорно-двигательного аппарата. Территория соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Вход в учебный корпус оборудован пандусами, стекла входных дверей обозначены специальными знаками для слабовидящих, используется система Брайля. Сотрудники охраны знают порядок действий при прибытии в академию лица с ограниченными возможностями. В академии создана толерантная социокультурная среда, осуществляется необходимое сопровождение образовательного процесса, при необходимости предоставляется волонтерская помощь обучающимся инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья.		

ВВЕДЕНИЕ
1. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) являются обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины (модуля) и представлены в виде оценочных средств. 2. Оценочные материалы являются составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины (модуля). 3. При помощи оценочных материалов осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины (модуля). 4. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) включают в себя: - оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины (модуля). - оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО; - оценочные средства, применяемые для текущего контроля; 5. Разработчиками оценочных материалов по дисциплине (модулю) являются преподаватели кафедры, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины (модуля), в Академии. Содержательной основой для разработки оценочных материалов является Рабочая программа дисциплины (модуля).
Перечень видов оценочных средств
Перечень экзаменационных вопросов, Перечень вопросов к зачету, Перечень примерных тем курсовых работ, Комплект заданий для самостоятельной работы обучающихся, Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов, Кейс-задачи, Комплект тестовых заданий
Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины
Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины: Маркетинговые исследования в туризме

1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГБОУ ВО Бурятская ГСХА»	
Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины (модуля)	
1	2
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей обучения по данной дисциплине
Форма промежуточной аттестации -	Экзамен
Место экзамена в графике учебного процесса:	1) подготовка к экзамену и сдача экзамена осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на экзаменационную сессию для обучающихся, сроки которой устанавливаются приказом по академии
	2) дата, время и место проведения экзамена определяется графиком сдачи экзаменов, утверждаемым деканом факультета (директором института)
Форма экзамена -	(Письменный, устный)
Процедура проведения экзамена -	представлена в оценочных материалах по дисциплине
Экзаменационная программа по учебной дисциплине:	1) представлена в оценочных материалах по дисциплине 2) охватывает все разделы дисциплины
Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины	
1	2
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей обучения по данной дисциплине
Форма промежуточной аттестации -	зачёт / дифференцированный зачет
Место процедуры получения зачёта в графике учебного процесса	1) участие обучающегося в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины
	2) процедура проводится в рамках ВАРО, на последней неделе семестра
Основные условия получения обучающимся зачёта:	1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам

Перечень вопросов к зачету

1. Понятие и сущность маркетинговых исследований
2. Цели и задачи маркетинговых исследований
3. Принципы проведения маркетинговых исследований
4. Роль маркетинговых исследований в маркетинговой информационной системе и системе принятия решений
5. Основные направления маркетинговых исследований
6. Роль маркетинговых исследований в связях с общественностью
7. Система маркетинговой информации
8. Оперативная и стратегическая маркетинговая информация
9. Внутренняя и внешняя маркетинговая информация
10. Виды и источники маркетинговой информации
11. Методы сбора маркетинговой информации
12. Опрос: сущность, назначение, преимущества и недостатки, проблемы использования
13. Наблюдение как метод сбора маркетинговой информации
14. Эксперимент как метод каузального исследования: определение, преимущества и проблемы использования
15. Этапы процесса планирования маркетинговых исследований
16. Выбор конкретных методов сбора и анализа данных
17. Разработка выборочного плана и определение размеров выборки
18. Ожидаемые результаты маркетингового исследования
19. Разработка графика маркетинговых исследований
20. Определение бюджета и времени на реализацию

Перечень вопросов к экзамену

1. Традиционный метод анализа вторичной информации: сущность, преимущества и ограничения использования
2. Метод контент-анализа вторичной информации: сущность, преимущества и ограничения использования
3. Характеристика методов сбора данных
4. Качественные методы: понятие, отличие от количественных, назначение
5. Экспертный опрос: преимущества и недостатки, цели применения, методы выбора экспертов
6. Индивидуальное глубинное интервью
7. Групповое обсуждение: «мозговой штурм», метод номинальной группы и др.
8. Метод фокус-группы: цели применения, разновидности, преимущества и недостатки
9. Проекционные методы: ассоциативные, экспрессивные, методы завершения ситуации и др., основанные на достижениях психологии

10. Качественные методы: «маркетинг на прогулке», метод анализа отобранных (избранных) случаев, анализ вербального протокола
11. Способы проведения опроса, их сравнительные преимущества и недостатки
12. Цели и задачи анализа. Виды анализа
13. Анализ содержания бесед: ассоциативных, проецируемых тестов, ретроспективных бесед, бесед с опорой на творческое воображение, вызывающих нерешительность или волнение, бесед в группах, экстенсивных тестов
14. Анализ мотиваций потребителя: мотивы потребителей по Аллену, теория мотивации Маслоу, мотивация по Фрейду, типы покупателей, решение о покупке
15. Типы покупателей, решение о покупке. Выявление потребностей
16. Принятие решений о покупке
17. Метод экспертных оценок. Метод Дельфи
18. Прогнозирование рыночной деятельности
19. Методы прогнозирования рынка: опрос, обобщение оценок отдельных торговых агентов и руководителей сбытовых подразделений
20. Корреляционный и регрессионный анализ в маркетинговых исследованиях
21. Анализ маркетинговых рисков. Методы анализа и оценки рисков
22. Подготовка данных к обработке. Этапы и процедуры первичной обработки данных
23. Распределение вероятностей и проверка гипотез
24. Значение отчета и порядок его представления
25. Требования к отчету. Структура отчета и его оформление
26. Формы отчета: письменный и устный
27. Рекомендации по подготовке и проведению презентаций отчета
28. Принцип системности в ситуационном анализе
29. Компоненты ситуационного анализа
30. Анализ внутренней ситуации, коммуникационный аудит
31. Анализ групп общественности и стейкхолдеров
32. SWOT-анализ. Проблема и возможность
33. Анализ ситуации, анализ организации, анализ групп общественности
34. Общий алгоритм технологии ситуационного анализа: этапы и стадии
35. Результаты ситуационного анализа

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Перечень примерных тем курсовых работ

1. Исследование емкости конкурентной среды туристского рынка.
2. Конъюнктурный анализ рынка.
3. Стратегический анализ рынка.
4. Сегментация туристского рынка.
5. Экспертные методы получения маркетинговой информации.
6. Конкурентный анализ рынка.
7. Оценка собственного потенциала предприятия и его конкурентоспособности.
8. Анализ поведения покупателей на туристском рынке.
9. Исследование процесса принятия решения о покупке.
10. Исследование отношения индивидуальных потребителей к туристскому предприятию
11. Изучение и прогнозирование туристского спроса.
12. Анализ влияния макросреды на маркетинг предприятия и рыночную ситуацию в целом.
13. Оценка и анализ цикличности и сезонности рынка.
14. Специальные методы в маркетинговых исследованиях: фокус-групп, методы исследования мотивации, проекционные тесты.
15. Анализ ассортиментной структуры предложения и ее влияния на конкурентоспособность туристского предприятия.
16. Изучение жизненного цикла туристских услуг.
17. Маркетинговые исследования корпоративного рынка.
18. Исследование макросреды и микросреды туристского бизнеса.
19. Оптимизация поведения потребителей на рынке туристских услуг.
20. Моделирование покупательского поведения в туризме.
21. Маркетинговые исследования спроса и предложения в туризме.
22. Анализ жизненного цикла туристских услуг при принятии управленческих решений.
23. Роль торговой марки в продвижении туристских услуг.
24. Внутрифирменный маркетинг на предприятии туристской индустрии.
25. Формирование программы качественного обслуживания на предприятии туристской индустрии
26. Анализ рыночных возможностей туристского предприятия.
27. Оценка конкурентоспособности туристских услуг.
28. Разработка программы маркетинга туристского предприятия.
29. Анализ проблем маркетинга и разработка управленческих решений.
30. Формирование маркетинговой информационной системы (МИС) на туристском предприятии
31. Оценка внешних и внутренних факторов, влияющих на конкурентоспособность туристского предприятия.

32. Исследование маркетинговой среды туристского предприятия.
33. Маркетинговый аудит в туризме.
34. Формирование ценовой политики туристского предприятия.
35. Вертикальные маркетинговые системы сбыта в туризме.
36. Разработка программы стимулирования сбыта туристских услуг.
37. Реализация концепции маркетинга на туристском предприятии.
38. Развитие делового туризма на рынке гостиничных услуг.
39. Исследования конгрессного туризма как сегмента рынка делового туризма.
40. Информационные технологии маркетинга в туризме.
41. Развитие технологий интернет-маркетинга как способ продвижения и сбыта туруслуг
42. Интеграционные процессы в туристской индустрии.
43. Формирование внутреннего маркетинга на предприятии индустрии гостеприимства.
44. Консолидированный бюджет рекламно-информационного продвижения туристского региона.
45. Реализация ценовой политики через систему тарифных планов гостиничного предприятия.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	
Критерии оценки к экзамену	
Оценка «отлично» (86-100 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему систематические и глубокие знания учебно-программного материала, умения свободно выполнять задания, предусмотренные программой в типовой ситуации (с ограничением времени) и в нетиповой ситуации, знакомство с основной и дополнительной литературой, усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины в их значении приобретаемой специальности и проявившему творческие способности и самостоятельность в приобретении знаний. Студент исчерпывающим образом ответил на вопросы экзаменационного билета. Задача решена правильно, студент способен обосновать выбранный способ и пояснить ход решения задачи. Оценка «хорошо» (71-85 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешное выполнение заданий, предусмотренных программой в типовой ситуации (с ограничением времени), усвоение материалов основной литературы, рекомендованной в программе, способность к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей работы над литературой и в профессиональной деятельности. При ответе на вопросы экзаменационного билета студентом допущены несущественные ошибки. Задача решена правильно или ее решение содержало несущественную ошибку, исправленную при наводящем вопросе экзаменатора. Оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, достаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, знакомство с основной литературой, рекомендованной программой, умение выполнять задания, предусмотренные программой. При ответе на экзаменационные вопросы и при выполнении экзаменационных заданий обучающийся допускает погрешности, но обладает необходимыми знаниями для устранения ошибок под руководством преподавателя. Решение задачи содержит ошибку, исправленную при наводящем вопросе экзаменатора. Оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, слабые побуждения к самостоятельной работе над рекомендованной основной литературой. Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании академии без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	
Критерии оценки к зачету и зачету с оценкой	
зачет /оценка «отлично» (86-100 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему систематические и глубокие знания учебно-программного материала, умения свободно выполнять задания, предусмотренные программой в типовой ситуации (с ограничением времени) и в нетиповой ситуации, знакомство с основной и дополнительной литературой, усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины в их значении приобретаемой специальности и проявившему творческие способности и самостоятельность в приобретении знаний. зачет /оценка «хорошо» (71-85 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешное выполнение заданий, предусмотренных программой в типовой ситуации (с ограничением времени), усвоение материалов основной литературы, рекомендованной в программе, способность к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей работы над литературой и в профессиональной деятельности. зачет /оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, достаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, знакомство с основной литературой, рекомендованной программой, умение выполнять задания, предусмотренные программой. незачет /оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, слабые побуждения к самостоятельной работе над рекомендованной основной литературой. Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании академии без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	
Критерии оценки к курсовой работе/ проекту	
оценка «отлично» (86-100 баллов) - выставляется обучающемуся, если работа выполнена самостоятельно в	

соответствии с заданием и в полном объеме, полученные результаты интерпретированы применительно к исследуемому объекту, основные положения работы освещены в докладе, ответы на вопросы удовлетворяют членов комиссии, качество оформления пояснительной записки и иллюстративных материалов отвечает предъявляемым требованиям; оценка «хорошо» (71-85 баллов) - основанием для снижения оценки может служить нечеткое представление сущности и результатов исследований на защите, или затруднения при ответах на вопросы, или недостаточный уровень качества оформления текстовой части и иллюстративных материалов, или отсутствие последних; оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов) - дополнительное снижение оценки может быть вызвано выполнением работы не в полном объеме, или неспособностью студента правильно интерпретировать полученные результаты, или неверными ответами на вопросы по существу проделанной работы; оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов) - выставление этой оценки осуществляется при самостоятельном выполнении работы, или при неспособности студента пояснить ее основные положения, или в случае фальсификации результатов, или установленного плагиата.

Критерии оценивания контрольной работы текущего контроля успеваемости обучающихся (рекомендуемое)

Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов
Критерии оценивания (устанавливаются разработчиком самостоятельно с учетом использования рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся)

Примерные критерии оценивания:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

Шкала оценивания (устанавливается разработчиком самостоятельно с учетом использования рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся)

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Обучающийся полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
71-85 баллов «хорошо»	Обучающийся достаточно полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно. Допускает 1-2 ошибки, исправленные с помощью наводящих вопросов.
56-70 баллов «удовлетво-рительно»	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание (вопрос), допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Критерии оценивания контрольной работы тестовых заданий

Материалы тестовых заданий Материалы тестовых заданий следует сгруппировать по темам/разделам изучаемой дисциплины (модуля) в следующем виде: Тема (темы) / Раздел дисциплины (модуля) Тестовые задания по данной теме (темам)/Разделу с указанием правильных ответов. Критерии оценивания (устанавливаются разработчиком самостоятельно с учетом использования рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся) Примерные критерии оценивания: - отношение правильно выполненных заданий к общему их количеству Шкала оценивания (устанавливается разработчиком самостоятельно с учетом использования рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся) Примерная шкала оценивания:	
Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнено 86-100% заданий
71-85 баллов «хорошо»	Выполнено 71-85% заданий
56-70 баллов «удовлетво-рительно»	Выполнено 56-70% заданий
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Выполнено 0-56% заданий
Критерии оценивания контрольной работы участия обучающегося в активных формах обучения (доклады, выступления на семинарах, практических занятиях и пр.):	
Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Полное раскрытие вопроса; указание точных названий и определений; правильная формулировка понятий и категорий; самостоятельность ответа, умение вводить и использовать собственные классификации и квалификации, анализировать и делать собственные выводы по рассматриваемой теме; использование дополнительной литературы и иных материалов и др.
71-85 баллов «хорошо»	Недостаточно полное, по мнению преподавателя, раскрытие темы; несущественные ошибки в определении понятий, категорий и т.п., кардинально не меняющих суть изложения; использование устаревшей учебной литературы и других источников
56-70 баллов «удовлетво-рительно»	Отражение лишь общего направления изложения лекционного материала и материала современных учебников; наличие достаточного количества несущественных или одной - двух существенных ошибок в определении понятий и категорий и т. п.; использование устаревшей учебной литературы и других источников; неспособность осветить проблематику учебной дисциплины и др.
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Темы не раскрыты; большое количество существенных ошибок; отсутствие умений и навыков, обозначенных выше в качестве критериев выставления положительных оценок и др.
Критерии оценивания контрольной работы кейс-задач	
Задание (я): Критерии оценивания (устанавливаются разработчиком самостоятельно с учетом использования рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся) Примерные критерии оценивания: - соответствие решения сформулированным в кейсе вопросам (адекватность проблеме и рынку); - оригинальность подхода (новаторство, креативность); - применимость решения на практике; - глубина проработки проблемы (обоснованность решения, наличие альтернативных вариантов, прогнозирование возможных проблем, комплексность решения). Шкала оценивания (устанавливается разработчиком самостоятельно с учетом использования рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся) Примерная шкала оценивания:	
Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям

86-100 баллов «отлично»	Предложенное решение соответствует поставленной в кейс-задаче проблеме. Обучающийся применяет оригинальный подход к решению поставленной проблемы, демонстрирует высокий уровень теоретических знаний, анализ соответствующих источников. Формулировки кратки, ясны и точны. Ожидаемые результаты применения предложенного решения конкретны, измеримы и обоснованы.
71-85 баллов «хорошо»	Предложенное решение соответствует поставленной в кейс-задаче проблеме. Обучающийся применяет в основном традиционный подход с элементами новаторства, частично подкрепленный анализом соответствующих источников, демонстрирует хороший уровень теоретических знаний. Формулировки недостаточно кратки, ясны и точны. Ожидаемые результаты применения предложенного решения требуют исправления незначительных ошибок.
56-70 баллов «удовлетворительно»	Демонстрирует средний уровень знаний, умений, навыков в соответствии с критериями оценивания. Предложенное решение требует дополнительной конкретизации и обоснования, в целом соответствует поставленной в задаче проблеме. При решении поставленной проблемы обучающийся применяет традиционный подход, демонстрирует твердые знания по поставленной проблеме. Предложенное решение содержит ошибки, уверенно исправленные после наводящих вопросов.
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Наличие грубых ошибок в решении ситуации, непонимание сущности рассматриваемой проблемы, неуверенность и неточность ответов после наводящих вопросов. Предложенное решение не обосновано и не применимо на практике

ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ

Ведомость изменений

№ п/п	Вид обновлений	Содержание изменений, вносимых в ОПОП	Обоснование изменений
1			
2			
3			
4			
5			
6			