

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 26.05.2026 11:11:07
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02 «Стратегии развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets»

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

43.04.02 «Туризм»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

«Индустрия делового и событийного туризма»

(наименование образовательной программы)

Очная и заочная формы обучения

(форма обучения)

Год набора – 2026

Санкт-Петербург

Автор–составитель РПД:

Погорелов Николай Владимирович, канд. экон. наук, доцент кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса

Заведующий кафедрой:

Морозова Марина Александровна, д-р экон. наук, заведующий кафедрой управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса

Рабочая программа дисциплины Б1.О.02 «Стратегии развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets» одобрена на заседании кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса факультета международных отношений и политических исследований СЗИУ РАНХиГС.

Протокол № 13 от 06.04.2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объём и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.О.02 «Стратегии развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets» обеспечивает формирование у обучающихся следующих компетенций (с учётом этапа их формирования):

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Образовательный результат (знает, умеет, владеет)
ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм» от 15 июня 2017 г. № 556	ОПК-2	Способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления	ОПК-2.1	Использует основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности и осуществляет стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления	Знает: основные методы и приёмы анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности; принципы стратегического управления на различных уровнях управления туристской отраслью. Умеет: применять методы анализа и стратегического планирования в туристской деятельности; осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на уровне предприятия, региона и отрасли. Владеет: методами стратегического анализа и планирования в туристской деятельности; инструментами стратегического управления туристскими организациями на различных уровнях управления.
ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм» от 15 июня 2017 г. № 556	ОПК-5	Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	ОПК-5.1	Обеспечивает обоснование, разработку и внедрение экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма	Знает: методы разработки экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности туристских предприятий; принципы обоснования стратегических экономических решений в туристской отрасли. Умеет: обосновывать, разрабатывать и внедрять экономические стратегии и приоритетные направления деятельности туристских предприятий; осуществлять экономический анализ деятельности организаций туристской индустрии. Владеет: методами разработки и обоснования экономических стратегий туристских организаций; инструментами стратегического экономического анализа в туристской деятельности.
04.005 Экскурсовод (гид); Е/01.7	ПКс-1	Способен осуществлять стратегическое планирование,	ПКс-1.1	Проводит стратегический анализ, выявляет факторы успеха,	Знает: Знает законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации и

<p>Определение концепции и стратегии развития экскурсионной организации</p>		<p>организацию и контроль деятельности в сфере туризма на различных уровнях управления</p>		<p>экономически обосновывает корпоративные и функциональные стратегии развития предприятий сферы туризма</p>	<p>субъекта Российской Федерации в сфере туризма и защиты прав потребителей; отраслевые правила и стандарты; трудовое и гражданское законодательство Российской Федерации; приоритетные направления развития туризма в Российской Федерации; Знает основы экономики, организации труда и управления; организация финансово-хозяйственной деятельности экскурсионной организации (подразделения); культура межличностного и делового общения. Умеет: определять перспективные направления деятельности экскурсионной организации (подразделения).</p>
---	--	--	--	--	--

Соответствие планируемых результатов обучения по дисциплине планируемым результатам освоения образовательной программы установлено в соответствии с Приложением 1 к образовательной программе.

2. Объём и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объём дисциплины

Общий объём дисциплины составляет 6 зачётные единицы, 216 академических часов.

Очная форма обучения: контактная работа обучающихся с преподавателем — 53 ак. часов (лекции — 16 ак. ч., практические занятия — 26 ак. ч., консультации — 2 ак. ч., контактная работа на аттестацию — 9 ак. ч.); самостоятельная работа — 163 ак. часов. Промежуточная аттестация — экзамен.

Заочная форма обучения: контактная работа обучающихся с преподавателем — 26 ак. часов (лекции — 8 ак. ч., практические занятия — 16 ак. ч., консультации — 2 ак. ч.); контроль — 9 ак. ч.; самостоятельная работа — 181 ак. часов. Промежуточная аттестация — экзамен.

Дисциплина Б1.О.02 «Стратегии развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets» относится к обязательной части учебного плана по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм», программа магистратуры «Индустрия делового и событийного туризма».

Целью освоения дисциплины Б1.О.02 «Стратегия развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets» является ознакомление студентов с основными теоретическими концепциями и терминологическим аппаратом дисциплины; структурой и особенностями современного рынка туристских услуг; направлениями, перспективами и проблемами развития туристского рынка в мире; организацией деятельности и управлением туристских предприятий в условиях динамики рыночной среды, изменяющейся рыночной конъюнктуры; новыми видами структур туристских предприятий;

свойствами и особенностями развития туристского бизнеса с учетом современных реалий мирового рынка, политической, правовой, социальной, экологической среды; применением современных технологий в управлении динамичными изменениями, новыми подходами к разработке и реализации туристского продукта предприятий туристской индустрии.

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ). Доступ к системе ДОТ осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету предоставляется обучающемуся в деканате.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Структурные таблицы по очной и заочной формам обучения приведены ниже.

Очная форма обучения

№	Наименование тем (разделов)	ВСЕГ О	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)			Самостоятельная работа			
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ	ИК	КСР	КЭ	Каттэ к	Конт роль	СРкр	СРэк		СР
1	Тема 1. Проблемы и стратегии развития туризма в России	64	6			9								49	ГЗ (КТ-1)
2	Тема 2. Проблемы развития международного туристического рынка: Европейский туристический регион, американский туристический регион	62	5			9								48	ГЗ (КТ-1)
3	Тема 3. Проблемы развития туристического рынка в Восточноазиатском туристическом регионе	61	5			8								48	Д (КТ-2)
	Промежуточная аттестация — экзамен	29							2	9			18		экзамен
	ИТОГО:	216	16			26			2	9			18	145	экзамен

Заочная форма обучения

№	Наименование тем (разделов)	ВСЕГ О	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)			Самостоятельная работа			
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ	ИК	КСР	КЭ	Каттэ к	Конт роль	СРкр	СРэк		СР
1	Тема 1. Проблемы и стратегии развития туризма в России	70	3			6								61	ГЗ (КТ-1)
2	Тема 2. Проблемы развития международного туристического рынка: Европейский туристический регион, американский туристический регион	68	3			5								60	ГЗ (КТ-1)
3	Тема 3. Проблемы развития туристического рынка в Восточноазиатском туристическом регионе	67	2			5								60	Д (КТ-2)
	Промежуточная аттестация —	11						2			9				экзамен

	экзамен														
	ИТОГО:	216	8			16	2				9			181	экзамен

Используемые сокращения:

Л – лекции; ВЛ – видеолекции; ЛР – лабораторные работы; ПЗ – практические занятия; ИК – индивидуальные консультации; КСР – контроль самостоятельной работы; КЭ – консультации перед экзаменом; Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий; Контроль – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения; СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы / курсового проекта; СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену; СР – самостоятельная работа в семестре; УО – устный опрос; ГЗ – групповое задание; Д – доклад; КТ – контрольная точка.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Проблемы и стратегии развития туризма в России

Государственное регулирование туризма в России. Место России в международном туризме. Ключевые показатели развития туризма в России. Проблемы статистики. Факторы развития туризма в России. Туристический потенциал регионов России. Современное состояние и перспективы развития внутреннего и въездного туризма. Индустрия туризма в России: туристические компании, гостиничные компании, предприятия общественного питания. Туристический транспорт. Рассмотрена проблема перехода предприятий туристической отрасли на международные стандарты.

Тема 2. Проблемы развития международного туристического рынка: Европейский туристический регион, американский туристический регион

Влияние туризма на занятость. Вклад индустрии туризма в национальный доход. Показатели активного и пассивного туризма. Отрицательное и положительное сальдо туристического баланса. Влияние туризма на экономическое развитие депрессивных регионов. Выравнивающая функция туризма. Экологическое воздействие туризма. Социокультурные последствия развития индустрии туризма. Приведены основные показатели влияния туризма на экономику стран.

Тема 3. Проблемы развития туристического рынка в Восточноазиатском туристическом регионе

Место стран Восточной Азии в международном туризме. Влияние туризма на занятость. Вклад индустрии туризма в национальный доход. Показатели активного и пассивного туризма. Приведены основные показатели влияния туризма на экономику стран. Индустрия туризма в странах Восточной Азии: туристические компании, гостиничные компании, предприятия общественного питания. Туристический

транспорт. Рассмотрена проблема перехода предприятий туристической отрасли на международные стандарты. Рассмотрена проблема соответствия качества услуг предприятий туристической отрасли международным стандартам.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.02 «Стратегии развития рынков делового и событийного туризма / Strategy for the development of business and event tourism markets» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочей программе дисциплины размещены типовые проверочные задания закрытого, комбинированного и открытого типов. Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная

последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями

<p>вариантов предложенных</p>		<p>вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.2. Продумать логику и полноту ответа.3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Отсутствие фактических ошибок.2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).4. Логическая последовательность излагаемого материала.
---	---	---	--

4.4. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением балльно-рейтинговой системы (БРС)

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	Шкала ECTS
95–100	отлично	зачтено	A
85–94	отлично	зачтено	B
75–84	хорошо	зачтено	C
65–74	хорошо	зачтено	D
55–64	удовлетворительно	зачтено	E
0–54	неудовлетворительно	не зачтено	F

Соотношение баллов: текущий контроль успеваемости — 60 баллов; промежуточная аттестация — 40 баллов; итого — 100 баллов.

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся: групповое задание (ГЗ), доклад (Д).

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся

Тема 1. Проблемы и стратегии развития туризма в России

Групповое задание. Учебная группа делится на подгруппы. Каждая подгруппа на основе раздаточных материалов анализирует практическую ситуацию по теме «Проблемы и стратегии развития туризма в России», разрабатывает и обосновывает решение, готовит презентацию и защищает результат перед группой. Оценивается полнота анализа, обоснованность решения и качество защиты.

Тема 2. Проблемы развития международного туристического рынка: Европейский туристический регион, американский туристический регион

Групповое задание. Учебная группа делится на подгруппы. Каждая подгруппа на основе раздаточных материалов анализирует практическую ситуацию по теме «Проблемы развития международного туристического рынка: Европейский туристический регион, американский туристический регион», разрабатывает и обосновывает решение, готовит презентацию и защищает результат перед группой. Оценивается полнота анализа, обоснованность решения и качество защиты.

Тема 3. Проблемы развития туристического рынка в Восточноазиатском туристическом регионе

Темы для подготовки докладов по теме «Проблемы развития туристического рынка в Восточноазиатском туристическом регионе»: 1) актуальные проблемы и тенденции; 2) отечественный и зарубежный опыт; 3) практические инструменты и методы; 4) применение в деятельности предприятий индустрии гостеприимства и туризма.

5.3. Контрольные точки и весовые коэффициенты

Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает 2 (две) контрольные точки. Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ — 100. Результат КТ = баллы за работу × коэффициент веса КТ.

КТ	Темы / форма контроля	Макс. баллов	Коэффициент веса	Результат КТ
КТ-1	Темы 1–2. Групповое задание	100	0,30	30
КТ-2	Тема 3. Доклад	100	0,30	30
Итого	—	—	0,60	60

5.4. Критерии оценивания группового задания

Критерий оценивания	Баллы
Полнота и корректность анализа, обоснованность решения	0–40
Практическая применимость результата	0–35
Качество презентации и защиты	0–25

5.5. Критерии оценивания доклада

Критерий оценивания	Баллы
Раскрытие темы, полнота и достоверность содержания	0–40
Структура, логика изложения, аргументированность выводов	0–35
Качество устного выступления, соблюдение регламента	0–25

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена. Предусматривается устный ответ обучающегося на вопросы экзаменационного билета (2 вопроса) и прохождение тестирования.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

(экзамен):

1. Дайте определение понятию «стратегия развития» применительно к рынку делового туризма. Чем она отличается от операционного планирования?
2. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные этапы разработки стратегии развития для MICE-компании.
3. Какие внешние факторы (PEST-факторы) оказывают наиболее существенное влияние на формирование стратегии развития рынка событийного туризма в регионе?
4. Назовите типы конкурентных стратегий по М. Портеру. Приведите примеры их реализации на рынке делового туризма.
5. Что такое «стратегия фокусирования» на рынке событийного туризма? В каких случаях она эффективна?
6. Опишите стратегию дифференциации для конгресс-отеля. Какие уникальные характеристики можно использовать в качестве конкурентного преимущества?
7. Каковы особенности применения стратегии лидерства по издержкам в сегменте организации корпоративных мероприятий?
8. Что такое «матрица Ансоффа»? Покажите возможные направления развития для event-агентства с помощью этой матрицы (товар – существующий/новый, рынок – существующий/новый).
9. Охарактеризуйте стратегию проникновения на рынок (увеличение доли) на примере компании по организации инсентив-туров.
10. В чем суть стратегии развития рынка (выход на новые географические или клиентские сегменты) для DMC-компании?
11. Когда уместна стратегия диверсификации на рынке делового туризма? Приведите пример успешной и неудачной диверсификации.
12. Какие факторы определяют выбор между стратегией органического роста и стратегией слияний/поглощений на MICE-рынке?

13. Что такое «голубой океан» в контексте событийного туризма? Приведите пример создания новой ниши (открытия «голубого океана»).
14. Опишите этапы проведения SWOT-анализа для выставочного центра. Как его результаты влияют на стратегию развития?
15. Как портфельный анализ (матрица БКГ) может быть применён к ассортименту услуг event-компании (корпоративы, конференции, выставки, инсентив)?
16. Какие стратегические альтернативы существуют для компании, чьи услуги попали в квадрант «собаки» по матрице БКГ?
17. Что такое стратегическое планирование в сфере делового туризма? Назовите его основные элементы (миссия, цели, стратегия, тактика).
18. Разработайте миссию и три стратегические цели для туристического оператора, специализирующегося на обслуживании международных конгрессов.
19. Как сезонность влияет на стратегию развития рынка событийного туризма? Какие стратегические меры позволяют сгладить сезонные колебания?
20. Какие стратегии привлечения корпоративных клиентов наиболее эффективны для новых МІСЕ-агентств на высококонкурентном рынке?
21. Охарактеризуйте стратегию построения партнёрских сетей (кластеров) в деловом туризме. Приведите пример успешного туристского кластера.
22. Как цифровая трансформация (внедрение CRM, платформ для онлайн-бронирования, виртуальных туров) влияет на стратегии развития компаний событийного туризма?
23. Какие стратегии выхода на международные рынки существуют для российского организатора деловых мероприятий? Оцените их риски и выгоды.
24. Что такое стратегия устойчивого развития применительно к событийному туризму? Назовите три конкретных направления «зелёных» стратегий для конгресс-отеля.
25. Как оценить эффективность реализованной стратегии развития рынка делового туризма? Назовите не менее пяти ключевых показателей (KPI).
26. Каковы типичные ошибки при разработке стратегии развития для event-компании (например, игнорирование анализа конкурентов, отсутствие запасных вариантов)?
27. Опишите стратегию развития бренда (брендинга) для компании, организующей премиальные инсентив-туры. Какие элементы бренда важны?

28. Как пандемия и другие макроэкономические шоки изменили стратегии развития рынка делового туризма? Назовите не менее трёх долгосрочных изменений.
29. Разработайте примерную стратегию развития для регионального конгресс-бюро (Convention Bureau) на три года. Укажите цели, задачи и ожидаемые результаты.
30. Какие стратегии удержания ключевых корпоративных клиентов наиболее эффективны для МІСЕ-компании? Приведите примеры (программы лояльности, персональный сервис, cross-selling).

6.3. Типовые тестовые задания для подготовки к промежуточной аттестации:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-а; 2-б; 3-а)</p>	<p>Задание 1.1 Какая из стратегий по М. Портеру предполагает создание уникальных свойств услуги, которые ценятся клиентами и отличают компанию от конкурентов?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Стратегия лидерства по издержкам • Б) Стратегия дифференциации • В) Стратегия фокусирования на сегменте • Г) Стратегия интеграции <p>Задание 1.2 В матрице Ансоффа стратегия «развитие рынка» означает:</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Продажа существующих услуг на существующем рынке • Б) Продажа существующих услуг на новом рынке (например, в другом регионе) • В) Продажа новых услуг на существующем рынке • Г) Продажа новых услуг на новом рынке <p>Задание 1.3 Какой показатель НЕ относится к ключевым показателям эффективности (KPI) стратегии развития МІСЕ-компании?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Доля рынка в сегменте корпоративных мероприятий • Б) Коэффициент удержания ключевых клиентов (retention rate) • В) Цвет логотипа компании • Г) Рост выручки от новых услуг за год
Задание закрытого	1. Внимательно	Задание 2.1

<p>типа установление соответствия</p>	<p>на прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитайте оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1c;2a;3g;4d;5f;6b;7e)</p>	<p>Установите соответствие между типом стратегии по матрице Ансоффа и примером для event-агентства.</p> <table border="1" data-bbox="868 264 1493 1272"> <thead> <tr> <th data-bbox="868 264 1120 338">Тип стратегии</th> <th data-bbox="1120 264 1493 338">Пример</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="868 338 1120 636">1. Проникновение на рынок</td> <td data-bbox="1120 338 1493 636">А. Запуск услуги по организации виртуальных конференций для существующих корпоративных клиентов</td> </tr> <tr> <td data-bbox="868 636 1120 824">2. Развитие рынка</td> <td data-bbox="1120 636 1493 824">Б. Выход на рынок соседнего региона с существующими инсентив-турами</td> </tr> <tr> <td data-bbox="868 824 1120 1048">3. Развитие продукта</td> <td data-bbox="1120 824 1493 1048">В. Активная рекламная кампания и снижение цен на корпоративы для увеличения доли на текущем рынке</td> </tr> <tr> <td data-bbox="868 1048 1120 1272">4. Диверсификация</td> <td data-bbox="1120 1048 1493 1272">Г. Организация B2C-фестивалей (ранее специализировались только на B2B-конференциях)</td> </tr> </tbody> </table> <p>Задание 2.2 Установите соответствие между этапом стратегического планирования и его содержанием на примере конгресс-отеля.</p> <table border="1" data-bbox="868 1424 1493 2049"> <thead> <tr> <th data-bbox="868 1424 1120 1498">Этап</th> <th data-bbox="1120 1424 1493 1498">Содержание</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="868 1498 1120 1686">1. Миссия</td> <td data-bbox="1120 1498 1493 1686">А. Увеличить долю рынка корпоративных мероприятий с 10% до 15% за 2 года</td> </tr> <tr> <td data-bbox="868 1686 1120 1910">2. Стратегическая цель</td> <td data-bbox="1120 1686 1493 1910">Б. «Стать лучшим выбором для проведения бизнес-конференций в регионе»</td> </tr> <tr> <td data-bbox="868 1910 1120 2049">3. Стратегия</td> <td data-bbox="1120 1910 1493 2049">В. Внедрение CRM, персональных менеджеров для</td> </tr> </tbody> </table>	Тип стратегии	Пример	1. Проникновение на рынок	А. Запуск услуги по организации виртуальных конференций для существующих корпоративных клиентов	2. Развитие рынка	Б. Выход на рынок соседнего региона с существующими инсентив-турами	3. Развитие продукта	В. Активная рекламная кампания и снижение цен на корпоративы для увеличения доли на текущем рынке	4. Диверсификация	Г. Организация B2C-фестивалей (ранее специализировались только на B2B-конференциях)	Этап	Содержание	1. Миссия	А. Увеличить долю рынка корпоративных мероприятий с 10% до 15% за 2 года	2. Стратегическая цель	Б. «Стать лучшим выбором для проведения бизнес-конференций в регионе»	3. Стратегия	В. Внедрение CRM, персональных менеджеров для
Тип стратегии	Пример																			
1. Проникновение на рынок	А. Запуск услуги по организации виртуальных конференций для существующих корпоративных клиентов																			
2. Развитие рынка	Б. Выход на рынок соседнего региона с существующими инсентив-турами																			
3. Развитие продукта	В. Активная рекламная кампания и снижение цен на корпоративы для увеличения доли на текущем рынке																			
4. Диверсификация	Г. Организация B2C-фестивалей (ранее специализировались только на B2B-конференциях)																			
Этап	Содержание																			
1. Миссия	А. Увеличить долю рынка корпоративных мероприятий с 10% до 15% за 2 года																			
2. Стратегическая цель	Б. «Стать лучшим выбором для проведения бизнес-конференций в регионе»																			
3. Стратегия	В. Внедрение CRM, персональных менеджеров для																			

		Этап	Содержание
<p>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1; 3; 4; 5 и A; C; D)</p>	<p>4. Тактика (мероприятия)</p>	<p>ключевых клиентов, расширение конференц-площадей</p> <p>Г. Проведение ежемесячных тренингов для персонала по стандартам обслуживания MICE</p> <p>Задание 3.1 Какие факторы внешней среды (PEST-анализ) наиболее значимы для разработки стратегии развития рынка событийного туризма в регионе (выберите три верных варианта)?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Изменение законодательства о въезде иностранных граждан (политический) • Б) Курс национальной валюты и уровень инфляции (экономический) • В) Цвет униформы сотрудников конкурентов • Г) Рост спроса на экологичные мероприятия (социальный) • Д) Количество парковок у торгового центра • Е) Развитие платформ для гибридных мероприятий (технологический) <p>Задание 3.2 Какие признаки характерны для стратегии «голубого океана» на рынке делового туризма (выберите три верных варианта)?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Конкуренция на существующем рынке • Б) Создание новой ниши, где нет конкурентов • В) Одновременное снижение издержек и повышение ценности для клиента • Г) Ориентация на существующий спрос • Д) Создание нового спроса и выход в «безлюдное рыночное пространство» • Е) Копирование лучших практик конкурентов
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность</p>	<p>Задание 4.1</p>	<p>Расположите в правильной последовательности этапы разработки стратегии развития для DMC-компании (Destination Management Company).</p>

	<p>элементов. 2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, F; N; K; I; E; В</p>	<ul style="list-style-type: none"> • А) Анализ внешней среды (PEST, конкурентный анализ) • Б) Формулировка миссии и стратегических целей • В) Оценка и выбор стратегической альтернативы • Г) Анализ внутренней среды (ресурсы, компетенции, доля рынка) • Д) Разработка тактических планов и бюджетирование <p>Задание 4.2 Установите последовательность шагов при проведении портфельного анализа услуг МІСЕ-агентства с помощью матрицы БКГ.</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Определение темпа роста рынка для каждой услуги • Б) Построение матрицы с осями «относительная доля рынка» и «темпы роста рынка» • В) Классификация услуг в квадранты («звёзды», «дойные коровы», «трудные дети», «собаки») • Г) Расчёт относительной доли рынка каждой услуги (доля компании / доля лидера) • Д) Разработка стратегических решений для каждого квадранта (инвестировать, поддерживать, сокращать)
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – В</p>	<p>Задание 5.1 Event-компания долгое время работала только на локальном рынке корпоративов (существующий продукт – существующий рынок). Рынок насыщен, рост замедляется. Консультант предлагает две стратегии: (А) выйти на рынок соседнего региона с теми же услугами; (Б) запустить новую услугу – организацию онлайн-конференций для существующих клиентов. Какая стратегия соответствует матрице Ансоффа и считается менее рискованной?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Стратегия А (развитие рынка) • Б) Стратегия Б (развитие продукта) • В) Обе одинаково рискованны • Г) Ни одна не подходит <p>Обоснуйте ваш выбор (сравните риски: новые клиенты vs новый продукт). Задание 5.2 При анализе портфеля услуг конгресс-отеля выявлено: услуга «аренда залов для конференций» имеет высокую долю рынка,</p>

		<p>но рынок стагнирует (низкий рост); услуга «организация выездных инсентив-программ» – низкую долю, но высокий рост. Какие стратегические решения наиболее целесообразны для каждой услуги в соответствии с матрицей БКГ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Первую – инвестировать, вторую – сокращать • Б) Первую – «дойть» (поддерживать, извлекать прибыль), вторую – инвестировать для роста • В) Обе – выводить с рынка • Г) Обе – активно инвестировать <p>Обоснуйте ваш выбор (назовите квадранты и типовые стратегии для «дойной коровы» и «трудного ребёнка»).</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Задание 6.1 Опишите алгоритм выбора стратегии развития для регионального event-агентства, столкнувшегося с появлением крупного федерального конкурента. Какие стратегические альтернативы существуют (не менее 4) и по каким критериям следует выбирать оптимальную?</p> <p>Задание 6.2 Сравните стратегию диверсификации и стратегию фокусирования на рынке делового туризма. Приведите по одному примеру из реальной практики (или гипотетическому). Укажите, в каких условиях каждая стратегия предпочтительнее.</p> <p>Задание 6.3 Разработайте примерную стратегию развития (цели, ключевые направления, ожидаемые результаты) на 3 года для конгресс-бюро города, который хочет стать центром делового туризма в регионе. Включите не менее 5 стратегических инициатив (например, создание единого календаря мероприятий, субсидирование организаторов, обучение кадров).</p> <p>Задание 6.4 Проведите SWOT-анализ для гипотетической MICE-компании (не менее 3 пунктов в каждом квадранте). На основе анализа предложите одну стратегию, использующую сильные стороны для реализации возможностей (SO-стратегия), и одну стратегию, минимизирующую слабые стороны и угрозы (WT-стратегия). Опишите конкретные действия для каждой.</p>

--	--	--

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС

Оценка	Критерии оценивания
Отлично / зачтено (35–40 б.)	Дан полный, логически последовательный ответ; обучающийся свободно владеет терминологией, аргументирует положения примерами; тестирование пройдено успешно.
Хорошо / зачтено (28–34 б.)	Ответ в целом полный и логичный, допущены незначительные неточности; тестирование пройдено с отдельными ошибками.
Удовлетворительно / зачтено (22–27 б.)	Ответ раскрывает основное содержание на поверхностном уровне; тестирование пройдено на минимально допустимом уровне.
Неудовлетворительно / не зачтено (0–21 б.)	Ответ не раскрывает содержание вопросов, содержит существенные ошибки; тестирование не пройдено.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Освоение дисциплины предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельную работу обучающихся. Практические занятия проводятся в различных формах (групповые задания, доклады, обсуждение практических ситуаций) с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и сформированности компетенций.

Подготовка к лекции: внимательно прочитать материал предыдущей лекции; ознакомиться с темой предстоящей лекции; изучить учебный материал по учебникам и учебным пособиям; записать возможные вопросы преподавателю.

Подготовка к практическим занятиям: прочитать материал лекций; ознакомиться с учебным материалом по учебникам и учебным пособиям; выписать основные термины; подготовить развёрнутые ответы на контрольные вопросы.

Методические рекомендации по подготовке доклада. Доклад — официальное сообщение по заданной теме; структура доклада включает введение (тема, цель, проблемное поле), основное содержание (последовательное раскрытие тематических разделов) и заключение

(основные результаты и рекомендации). Регламент устного выступления — не более 10 минут.

Методические рекомендации по выполнению группового задания. Группа делится на подгруппы; каждая подгруппа анализирует задачу, распределяет роли, разрабатывает и обосновывает решение, готовит презентацию и защищает результат.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы. Самостоятельная работа предполагает изучение учебной и научной литературы, нормативных документов, интернет-источников, выполнение практических заданий и подготовку к промежуточной аттестации. Обучающийся допускается к промежуточной аттестации при условии выполнения всех заданий, предусмотренных программой дисциплины.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

8.1. Основная литература

1. Мотышина, М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10440-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456053>
2. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453851>
3. Алексеева Н. П. Tourismus. Туризм. Учебное пособие. М.: Флинта, 2022. – 333 с.

8.2. Дополнительная литература

1. Амирова З.Б. Инфраструктура туризма и гостеприимства [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Амирова З.Б.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Московская государственная академия водного транспорта, 2014.— 86 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/46463.html>
2. Виды и тенденции развития туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие/ В.А. Назаркина [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 235 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44910.html>
3. Рейнгольд Е.А. Стоимость бизнеса и стратегия развития компании [Электронный ресурс]: основные принципы построения интегрированной системы/ Рейнгольд Е.А., Черный Ю.И.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Международная академия

оценки и консалтинга, 2014.— 214 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51165.html>

4. Формирование моделей устойчивого развития туризма на региональном уровне [Электронный ресурс]: монография/ В.Г. Гуляев [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: Российская международная академия туризма, Логос, 2016.— 408 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51878.html>

5. Холодилина Ю.Е. Международный туризм в странах Европейского союза и Америки [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Холодилина Ю.Е.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 133 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61371.html>

8.4. Интернет-ресурсы

Обучающимся обеспечен доступ к материалам курса в СДО Академии <http://lms.ranepa.ru>, а также через сайт научной библиотеки <https://sziiu-lib.ranepa.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы.

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. Электронная библиотечная система iBooks.ru. Учебники и учебные пособия для университетов России. <https://ibooks.ru/>

2. Электронная библиотечная система «Лань». Коллекции книг ведущих издательств учебной и научной литературы, а также издания российских вузов по основным отраслям знаний. <https://e.lanbook.com>

3. Электронная библиотечная система «IPR Smart» - более 10 000 учебников, учебных пособий, монографий и научных изданий по всем отраслям знаний. <https://iprbooks.ru>

4. Электронная библиотечная система «Юрайт» - полные тексты учебников по праву, экономике, общественным наукам, иностранным языкам. <https://urait.ru>

5. Электронная библиотечная система «Znanium» - полные тексты учебников по юриспруденции, экономике, естественным и общественным наукам. Ядро фонда – литература холдинга ИНФРА-М. <https://znanium.com>

6. Электронная библиотечная система «Book.ru» - полные тексты учебников по юриспруденции, психологии, педагогике, экономике, информационным технологиям, естественным и общественным наукам. <https://www.book.ru>

Периодические издания:

- Научно-практические статьи Электронной библиотеки «Grebennikon» Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам компании «Ивис»

- Научная электронная библиотека eLibrary.ru - Крупнейшая база данных российской периодики с наукометрическими инструментами и базой для анализа научной деятельности (РИНЦ).

Англоязычные ресурсы

- *EBSCO eBook Collection* – коллекция включает в себя 68 изданий, приобретенных «в вечное пользование», а также более 2000 книг, получаемых институтом по национальной подписке РЦНИ. Коллекция охватывает широкий спектр тем по различным областям знаний, таким как социально-гуманитарные науки, маркетинг, финансы, управление и предпринимательство и др.;
- *Sage eBook Collections* - это более 4 700 монографий и справочников по различным областям знаний: бизнес, психология, криминология и уголовное право, образование, СМИ и коммуникация, политика и международные отношения, социология и др. Содержит полные тексты. Глубина архива: 1984-2021 гг.
- *Springer Link* - полнотекстовые политематические базы академических журналов. Представлено более 70 000 электронных книг Springer, включая монографии, справочники и труды конференций.
- *Wiley* - доступны выпуски 1500 академических журналов разных профилей, изданных Wiley Periodicals в 2015–2019 гг.
- *OECD iLibrary* – библиотека Организации экономического сотрудничества и развития, содержащая статистические данные, рабочие документы, отчеты. Доступны материалы до 2022 года.

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

*Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.
Технические средства обучения*

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.
4	Мультимедийные (цифровые) инструменты и образовательные ресурсы, обучающие программы по предмету, пакеты программного обеспечения общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).
5	Система тестирования качества знаний обучающихся.
6	Программа «Антиплагиат»