

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.В.ДЭ.01.01 «Факторы развития туристских рынков делового и событийного туризма / Factors of development of tourist markets for business and event tourism»

(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:

Старший преподаватель кафедры управления в сфере туризма и гостиничного дела Бурлов Д. И.

Заведующий кафедрой:

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

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДЭ.01.01 «Факторы развития туристских рынков делового и событийного туризма / Factors of development of tourist markets for business and event tourism» 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.В.ДЭ.01.01 «Факторы развития туристских рынков делового и событийного туризма / Factors of development of tourist markets for business and event tourism» 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)
<p>ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм» от 15 июня 2017 г. № 556</p>	<p>УК-1</p>	<p>Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p>УК-1.2</p>	<p>Разрабатывает стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности</p>	<p>Знает: принципы стратегического планирования и разработки стратегий достижения целей; методы прогнозирования результатов управленческих решений и оценки их влияния на внешнюю среду.</p> <p>Умеет: разрабатывать стратегию достижения цели как последовательность шагов с прогнозированием результатов каждого из них; оценивать риски и последствия принимаемых решений для участников деятельности.</p> <p>Владеет: навыками стратегического мышления и планирования в контексте профессиональной деятельности в сфере туризма; методами оценки влияния управленческих решений на внешнее окружение.</p>
<p>33.019 Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок; Е/03.7 Представление интересов организации – профессионального организатора торгово-промышленных выставок в органах государственного управления, отраслевых союзах и ассоциациях</p>	<p>ПКс-5</p>	<p>Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма</p>	<p>ПКс-5.3</p>	<p>Формирует план реализации стратегии туристского предприятия с использованием программно-целевого подхода</p>	<p>Знает: Знает особенности деятельности отраслевых ассоциаций, союзов, органов государственной власти.</p> <p>Умеет: применять методы и способы эффективной деловой коммуникации с учетом особенностей профессиональных и отраслевых ассоциаций и союзов, организаций, рабочих групп и комитетов при органах государственного управления.</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 4 зачётные единицы, 144 академических часов.

Очная форма обучения: контактная работа обучающихся с преподавателем — 41 ак. часов (лекции — 12 ак. ч., практические занятия — 18 ак. ч., консультации — 2 ак. ч., контактная работа на аттестацию — 9 ак. ч.); самостоятельная работа — 103 ак. часов. Промежуточная аттестация — экзамен.

Заочная форма обучения: контактная работа обучающихся с преподавателем — 16 ак. часов (лекции — 4 ак. ч., практические занятия — 12 ак. ч., консультации — 0 ак. ч.); контроль — 4 ак. ч.; самостоятельная работа — 124 ак. часов. Промежуточная аттестация — экзамен.

Дисциплина Б1.В.ДЭ.01.01 «Факторы развития туристских рынков делового и событийного туризма / Factors of development of tourist markets for business and event tourism» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм», программа магистратуры «Индустрия делового и событийного туризма».

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов знания об основных понятиях в области инновации в организации туристских услуг, концепции инновационного проектирования данных услуг, изучение особенностей их функционирования на традиционных рынках. Анализ спроса и предложений на конкретные виды туристских услуг на региональном, Российском и мировом уровне.

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. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений	30	3			5								22	ГЗ (КТ-1)
2	Тема 2. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии	29	3			5								21	ГЗ (КТ-1)
3	Тема 3. Сегментация туристического рынка	28	3			4								21	Д (КТ-2)
4	Тема 4. Определение целевых туристских рынков	28	3			4								21	Д (КТ-2)
	Промежуточная аттестация — экзамен	29							2	9			18		экзамен
	ИТОГО:	144	12			18			2	9			18	85	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. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений	35	1			3								31	ГЗ (КТ-1)
2	Тема 2. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии	35	1			3								31	ГЗ (КТ-1)
3	Тема 3. Сегментация туристического рынка	35	1			3								31	Д (КТ-2)
4	Тема 4. Определение целевых туристских рынков	35	1			3								31	Д (КТ-2)
	Промежуточная аттестация — экзамен	4									4				экзамен

ИТОГО:	144	4			12					4			124	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. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений

Понятие и сущность мирового туристско-рекреационного рынка. Функционирование экономических законов в туризме. Функции туристского рынка (реализация стоимости и потребительской ценности, содержащихся в туристском продукте; организация процесса доведения туристского продукта до потребителя; экономическое обеспечение материального стимулирования труда). Субъекты туристского рынка (туристы как потребители туристского продукта, туроператоры и турагенты). Понятие емкости туристского рынка. Понятие объема реализации индивидуальных туров.

Тема 2. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии

Виды и тенденции современных туристско-рекреационных рынков. Актуальные проблемы развития рынка туристической индустрии на региональном, российском и мировом уровне. Сезонность как основная проблема функционирования туристического рынка. Первичные (природно-климатические) и вторичные (экономические, демографические и т.д.) факторы сезонности туристических рынков. Коэффициент сезонности туристических рынков. Влияние коэффициента сезонности туристических рынков на структуру занятости работников туристической отрасли.

Тема 3. Сегментация туристического рынка

Анализ критериев сегментации туристических рынков (географических, социальных, психологических). Четыре географические зоны сегментации (первая: Черноморский, Северо-Кавказский, Прикаспийский, Приазовский регионы; вторая: Центральный, Северо-Западный, Западный, Поволжский, Уральский регионы; третья: Обь-

Алтайский, Енисейский, Прибайкальский, Дальневосточный регионы; четвертая: Северная). Анализ факторов близости и удаленности туристов от целевых рынков. Признаки социального критерия сегментации (уровень дохода; возрастной признак; жизненный цикл семьи).

Тема 4. Определение целевых туристских рынков

Критерии целевых туристских рынков (количество сегментов рынка, выявление наиболее прибыльных и т.д.). Факторы стратегии охвата целевого туристского рынка (ресурсы компании; степень однородности продукта; стадия жизненного цикла продукта; степень однородности рынка; маркетинговые стратегии конкурентов). Оценка инновационных и технологических рисков на целевых туристских рынках, планирование в этой связи территориального проектирования туристской деятельности. Современное потребительское общество на целевых туристских рынках: социокультурный анализ. Схема позиционирования конкурентоспособной продукции на целевых туристских рынках. Анализ положения монополистов на целевых туристских рынках. Влияние экономических законов на целевые рынки туризма (закон стоимости, закон спроса и предложения, закон конкуренции). Понятие конкурентоспособности страны на мировом рынке туризма. Оценка конкурентных преимуществ российских туристических компаний на локальном и мировом рынке. Стратегия управления конкурентоспособностью российских туристических компаний. Критерии, определяющие приоритетные направления деятельности российских туристических компаний в целях обеспечения конкурентоспособности на рынке. Российская туристическая индустрия как экономическая система. Актуальные проблемы развития российской национальной туристической индустрии. Пути повышения конкурентоспособности национальной туристической индустрии. Маркетинг рынка потребителей туристских услуг. Виды маркетинга (массовый, продуктово-дифференцированный маркетинг, целевой маркетинг). Анализ факторов, влияющих на туристский спрос. Виды

спроса на туристский продукт. Формирование ассортимента турпакетов. Виды и типы рекламных технологий. Дополнительно рассматриваются вопросы: Конкурентоспособность российских туристических компаний на мировом рынке; Технологии продвижения туристического продукта на заявленных рынках.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.ДЭ.01.01 «Факторы развития туристских рынков делового и событийного туризма / Factors of development of tourist markets for business and event tourism» 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 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. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений

Групповое задание. Учебная группа делится на подгруппы. Каждая подгруппа на основе раздаточных материалов анализирует практическую ситуацию по теме «Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений», разрабатывает и обосновывает решение, готовит презентацию и защищает результат перед группой. Оценивается полнота анализа, обоснованность решения и качество защиты.

Тема 2. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии

Групповое задание. Учебная группа делится на подгруппы. Каждая подгруппа на основе раздаточных материалов анализирует практическую ситуацию по теме «Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии», разрабатывает и обосновывает решение, готовит презентацию и защищает результат перед группой. Оценивается полнота анализа, обоснованность решения и качество защиты.

Тема 3. Сегментация туристического рынка

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

Тема 4. Определение целевых туристских рынков

Темы для подготовки докладов по теме «Определение целевых туристских рынков»: 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	Темы 3–4. 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

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. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений.
2. Понятие и сущность мирового туристско-рекреационного рынка.
3. Функционирование экономических законов в туризме.
4. Функции туристского рынка.
5. Субъекты туристского рынка.
6. Понятие емкости туристского рынка.
7. Понятие объёма реализации отдельных туров.
8. Зависимость ёмкости туристского рынка от платёжеспособности населения, уровня цен, величины туристского предложения.
9. Механизм функционирования туристского рынка.
10. Туристский оборот как система правовых и экономических отношений между субъектами рынка.
11. Анализ направлений движения денежных потоков на туристском рынке.
12. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии.
13. Типы и тенденции современных туристско-рекреационных рынков.
14. Актуальные проблемы развития рынка туристской индустрии на региональном, российском и мировом уровне.
15. Сезонность как основная проблема функционирования туристского рынка.
16. Первичные и вторичные факторы сезонности туристских рынков.

17. Коэффициент сезонности туристских рынков.
18. Влияние коэффициента сезонности туристских рынков на структуру занятости работников.
19. Сегментация туристского рынка.
20. Анализ критериев сегментации туристских рынков.
21. Четыре географические зоны сегментации.
22. Анализ факторов близости и удалённости туристских центров от целевых рынков.
23. Признаки социального критерия сегментации.
24. Признаки психологического критерия сегментации.
25. Виды и типы клиентов.
26. Факторы формирования потребительского поведения на туристских рынках.
27. Фактор свободного времени населения как косвенный фактор сегментации.
28. Выбор целевых сегментов рынка.
29. Определение целевых туристских рынков.
30. Критерии целевых туристских рынков.
31. Факторы стратегии охвата целевых туристских рынков.
32. Оценка инновационно-технологических рисков на целевых туристских рынках.

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	<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 варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного 	<p>Задание 1.1</p> <p>Какой из перечисленных факторов относится к группе макроэкономических факторов развития рынка делового туризма?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Уровень заработной платы персонала конкретного отеля • Б) Изменение курса национальной валюты • В) Количество конференц-залов в выставочном центре • Г) Лояльность постоянного клиента к туроператору

	<p>варианта ответа (например: 1-а; 2-б; 3-а)</p>	<p>Задание 1.2 Что понимается под «ёмкостью туристского рынка» делового и событийного туризма?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Количество туроператоров, работающих в регионе • Б) Максимальный объём реализации туристских услуг (в денежном или натуральном выражении) при данном уровне цен и предложения • В) Средняя продолжительность одной деловой поездки • Г) Количество выставочных площадей в регионе <p>Задание 1.3 Какая проблема является основной специфической проблемой функционирования туристских рынков (в том числе делового туризма), выражающейся в неравномерности спроса в течение года?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Инфляция • Б) Сезонность • В) Дефицит кадров • Г) Высокая конкуренция 										
<p>Задание закрытого типа на установление соответствия</p>	<p>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: 1с;2а;3г;4д;5ф;6б;7е)</p>	<p>Задание 2.1 Установите соответствие между фактором сезонности туристского рынка и его типом (первичный / вторичный).</p> <table border="1" data-bbox="868 1182 1487 2078"> <thead> <tr> <th data-bbox="868 1182 1120 1261">Фактор</th> <th data-bbox="1120 1182 1487 1261">Тип</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="868 1261 1120 1485">1. Климатические условия (температура, осадки)</td> <td data-bbox="1120 1261 1487 1485">А. Первичный (природно-климатический)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="868 1485 1120 1637">2. Наличие школьных каникул</td> <td data-bbox="1120 1485 1487 1637">Б. Вторичный (социально-экономический)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="868 1637 1120 1861">3. Проведение крупной международной выставки в городе</td> <td data-bbox="1120 1637 1487 1861">В. Вторичный (событийный)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="868 1861 1120 2078">4. Период налоговых отчётов у корпоративных клиентов</td> <td data-bbox="1120 1861 1487 2078">Г. Вторичный (деловой цикл)</td> </tr> </tbody> </table>	Фактор	Тип	1. Климатические условия (температура, осадки)	А. Первичный (природно-климатический)	2. Наличие школьных каникул	Б. Вторичный (социально-экономический)	3. Проведение крупной международной выставки в городе	В. Вторичный (событийный)	4. Период налоговых отчётов у корпоративных клиентов	Г. Вторичный (деловой цикл)
Фактор	Тип											
1. Климатические условия (температура, осадки)	А. Первичный (природно-климатический)											
2. Наличие школьных каникул	Б. Вторичный (социально-экономический)											
3. Проведение крупной международной выставки в городе	В. Вторичный (событийный)											
4. Период налоговых отчётов у корпоративных клиентов	Г. Вторичный (деловой цикл)											

		<p>Задание 2.2 Установите соответствие между признаком сегментации туристского рынка и критерием сегментации (географический, социальный, психологический).</p> <table border="1" data-bbox="868 338 1490 981"> <thead> <tr> <th data-bbox="868 338 1177 416">Признак</th> <th data-bbox="1177 338 1490 416">Критерий</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="868 416 1177 528">1. Уровень дохода туриста</td> <td data-bbox="1177 416 1490 528">А. Социальный</td> </tr> <tr> <td data-bbox="868 528 1177 680">2. Мотивация поездки (бизнес / отдых / обучение)</td> <td data-bbox="1177 528 1490 680">Б. Психологический</td> </tr> <tr> <td data-bbox="868 680 1177 833">3. Страна постоянного проживания</td> <td data-bbox="1177 680 1490 833">В. Географический</td> </tr> <tr> <td data-bbox="868 833 1177 981">4. Жизненные ценности и стиль жизни</td> <td data-bbox="1177 833 1490 981">Г. Психологический</td> </tr> </tbody> </table>	Признак	Критерий	1. Уровень дохода туриста	А. Социальный	2. Мотивация поездки (бизнес / отдых / обучение)	Б. Психологический	3. Страна постоянного проживания	В. Географический	4. Жизненные ценности и стиль жизни	Г. Психологический
Признак	Критерий											
1. Уровень дохода туриста	А. Социальный											
2. Мотивация поездки (бизнес / отдых / обучение)	Б. Психологический											
3. Страна постоянного проживания	В. Географический											
4. Жизненные ценности и стиль жизни	Г. Психологический											
<p>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать 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>Задание 3.1 Какие из перечисленных факторов непосредственно влияют на ёмкость туристского рынка делового и событийного туризма в регионе (выберите три верных варианта)?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Платёжеспособность населения и корпоративных клиентов • Б) Цвет логотипа регионального туристского офиса • В) Уровень цен на гостиничные и конференц-услуги • Г) Наличие в регионе аэропорта международного класса • Д) Количество парков в городе • Е) Величина туристского предложения (количество и разнообразие площадок) <p>Задание 3.2 Какие факторы относятся к группе «инновационно-технологических рисков» при выходе на целевой рынок делового туризма (выберите три верных варианта)?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Устаревшая система онлайн-бронирования площадок • Б) Недостаточная скорость мобильного интернета в конференц-зале • В) Высокая квалификация персонала • Г) Отсутствие интеграции CRM-системы с платформами для 										

		<p>мероприятий</p> <ul style="list-style-type: none"> • Д) Стабильный курс валют • Е) Низкая налоговая нагрузка на бизнес
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</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, F; N; K; I; E; B</p>	<p>Задание 4.1</p> <p>Расположите в правильной последовательности этапы анализа факторов развития туристского рынка делового туризма (от общего к частному).</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Анализ макрофакторов (PEST-анализ: политические, экономические, социальные, технологические) • Б) Оценка сезонности и коэффициента сезонности рынка • В) Выбор целевого сегмента и анализ факторов его потребительского поведения • Г) Анализ конкурентной среды и барьеров входа • Д) Сегментация рынка по географическим, социальным и психологическим критериям <p>Задание 4.2</p> <p>Установите последовательность расчёта коэффициента сезонности для рынка МICE-услуг (на примере квартальных данных).</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Расчёт среднемесячного (среднеквартального) значения спроса за год • Б) Сбор данных о количестве мероприятий или объёме продаж по месяцам (кварталам) за несколько лет • В) Отнесение каждого месячного значения к среднему и умножение на 100% • Г) Выявление месяцев с максимальным и минимальным коэффициентом сезонности • Д) Построение графика сезонной волны и анализ причин пиков и спадов
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</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>Задание 5.1</p> <p>Туроператор по деловому туризму планирует выход на новый региональный рынок. Анализ показал, что ёмкость рынка высока, но платёжеспособность местных корпоративных клиентов ниже, чем в соседних регионах, при этом уровень цен на площадки и гостиницы не снижается. Какой фактор является основным ограничением для входа?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Географическая удалённость

	<p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – В</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Б) Низкая платёжеспособность при высоком уровне цен (ограничение спроса) • В) Отсутствие квалифицированных кадров • Г) Высокая конкуренция <p>Обоснуйте ваш выбор (опишите зависимость ёмкости рынка от соотношения цены и платёжеспособности).</p> <p>Задание 5.2</p> <p>Аналитик изучает факторы потребительского поведения на рынке инсентив-туров. Он обнаружил, что для одной группы клиентов главным мотивом является престиж и эксклюзивность, для другой – бюджет и стандартный набор услуг. Какой критерий сегментации наиболее точно различает эти группы?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А) Географический (страна проживания) • Б) Психологический (жизненные ценности и мотивация) • В) Демографический (возраст) • Г) Поведенческий (статус пользователя) <p>Обоснуйте ваш выбор (почему именно психологический критерий является ключевым для понимания различий в спросе на инсентив-туры).</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Задание 6.1</p> <p>Опишите механизм влияния свободного времени населения как косвенного фактора сегментации рынка делового туризма. Приведите пример того, как изменение длительности отпусков или количества выходных дней в разных странах влияет на структуру спроса на корпоративные мероприятия (семинары, выездные школы).</p> <p>Задание 6.2</p> <p>Проведите анализ факторов удалённости туристских центров от целевых рынков на примере выбора места для международного конгресса. Укажите не менее 4 факторов (транспортная доступность, стоимость перелёта, разница в часовых поясах, визовые формальности) и объясните, как каждый из них влияет на привлекательность дестинации для организаторов и участников.</p> <p>Задание 6.3</p> <p>Рассчитайте коэффициент сезонности для гипотетического рынка корпоративных</p>

		<p>мероприятий в регионе по кварталам: 1 кв. – 120 млн руб., 2 кв. – 180 млн руб., 3 кв. – 200 млн руб., 4 кв. – 100 млн руб. Покажите формулу расчёта, определите наиболее пиковый и наименее активный квартал. Опишите возможные первичные и вторичные факторы, объясняющие такие колебания.</p> <p>Задание 6.4</p> <p>Какие актуальные проблемы развития рынка туристской индустрии (на примере делового и событийного туризма) существуют на региональном, российском и мировом уровне? Приведите по 2 примера для каждого уровня. Предложите для каждой проблемы один способ её смягчения или решения (например, на региональном уровне – сезонность → диверсификация событийного календаря). Ответ оформите в виде таблицы «Уровень – проблема – способ решения».</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. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450891>
2. Мальшина Н.А. История и методология науки туристской индустрии [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Мальшина Н.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов:

Вузовское образование, 2022.— 81 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79757.html>

3. Мальшина Н.А. Современные проблемы науки туристской индустрии [Электронный ресурс]: монография/ Мальшина Н.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2021.— 209 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79678.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций : учебник и практикум для вузов / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06549-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452072>

2. Валеева Е.О. Развитие индустрии туризма в регионе [Электронный ресурс]/ Валеева Е.О.— Электрон. текстовые данные.— Санкт-Петербург: Астерион, 2008.— 88 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31937.html>

3. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07403-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454343>

4. Морозова Н.С. Формирование и развитие туристского рынка [Электронный ресурс]: монография/ Морозова Н.С.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Российский новый университет, 2009.— 136 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21332.html>

5. Организация туристской индустрии [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Н.Ю. Веселова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2018.— 54 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74500.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://szii-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»