

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Алтайский государственный педагогический университет»  
(ФГБОУ ВО «АлтГПУ»)

ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ.  
ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ  
**МАРКЕТИНГОВЫЕ И СТАТИСТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В  
ТУРИЗМЕ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Код, направление подготовки:  
43.04.02 Туризм

Профиль: Управление туристскими организациями      Форма контроля в курсе обучения  
Зачет, 2

Квалификация:  
магистр

Форма обучения:  
заочная

Общая трудоемкость (час / з.ед.):  
72 / 2

Программу составила:

Бочарова Т.А., доцент кафедры социологии, политологии и экономики, канд. ист. наук,  
доцент

Программа подготовлена на основании учебного плана в составе ОПОП

43.04.02 Туризм, утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО «АлтГПУ» от «26» марта  
2020 г., протокол № 6.

Изменения внесены на основании решения Ученого совета ФГБОУ ВО «АлтГПУ» от 27  
сентября 2021 г., протокол № 1.

Программа принята:

на заседании кафедры социологии, политологии и экономики

Протокол от «25» февраля 2020 г. № 7

Зав. кафедрой: Кулиш В.В., доцент, канд. социол. наук, доцент

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование профессиональных компетенций в области маркетинговых и статистических исследований в туризме.

Задачи:

- усвоение основных понятий дисциплины;
- приобретение знаний о маркетинговых исследованиях
- приобретение знаний о статических исследованиях
- развитие умения получать и использовать маркетинговую и статистическую информацию в процессе оценки эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма.
- формирование навыка анализа управленческих решений с учётом результатов маркетинговых и статистических исследований

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

### 2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Туристский маркетинг

### 2.2. Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Производственная практика: организационно-управленческая практика

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-2.** Способен осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль деятельности в сфере туризма на различных уровнях управления.

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
<b>ИПК-2.1.</b> Проводит стратегический анализ, выявляет факторы успеха, экономически обосновывает корпоративные и функциональные стратегии развития предприятий сферы туризма.	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные понятия дисциплины;</li> <li>– структуру, направления и этапы, маркетинговых исследований</li> <li>– требования, показатели статических исследований</li> </ul> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- получать и использовать маркетинговую и статистическую информацию в процессе оценки эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма</li> </ul> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыком анализа управленческих решений с учётом результатов маркетинговых и статистических исследований</li> </ul>

## 5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Профиль (направленность)	Курс	Всего часов	Количество часов по видам учебной работы					
			Лек.	Практ.	Лаб.	КСР	Сам. работа	Зачёт
Управление туристскими организациями	2	72	4	6		2	56	4
Итого		108	4	6		2	56	4

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Раздел / Тема	Содержание	Количество часов						
			Лекц.	Практ.	Лаб.	Сам. работа			
<b>Курс 2</b>									
1.1.	Статистические исследования в туризме	Статистическое наблюдение. Сводка и группировка статистических данных. Абсолютные, относительные величины и средние величины. Показатели вариации. Выборочное наблюдение. Ряды динамики. Индексы. Статистическое изучение связи между явлениями.	2	4	0	28			
1.2.	Маркетинговые исследования в туризме	Необходимость маркетинговых исследований. Цели и объекты исследований. Основные направления исследований в маркетинге. Количественные и качественные исследования. Процесс осуществления маркетингового исследования, характеристика основных этапов его проведения. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Методы сбора, обработки и анализа информации. Понятие маркетинговой информации, особенности и структура. Организация информационного обеспечения маркетинговой деятельности. Система маркетинговой информации	2	2	0	30			
	Зачет	4							
	<b>Итого</b>		<b>4</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>58</b>			

### 7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ:

Курсовая работа не предусмотрена

**8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:** Приложение 1.

**9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

### 9.1. Рекомендуемая литература: Приложение 2.

### 9.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Федеральный портал «Открытое образование» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://openedu.ru/>

Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gks.ru/>

Все для маркетологов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rusability.ru/>

Маркетолог.инфо [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.marketing.al.ru/index.shtml.htm>

### 9.3. Перечень программного обеспечения:

1. Пакет Microsoft Office.
2. Пакет LibreOffice.
3. Пакет OpenOffice.org.
4. Операционная система семейства Windows.
5. Операционная система Linux.
6. Интернет браузер.
7. Программа для просмотра электронных документов формата pdf, djvu.
8. Медиа проигрыватель.
9. Программа 7zip
10. Пакет Kaspersky Endpoint Security 10 for Windows
11. Редактор изображений Gimp.

### 9.4. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем: Приложение 3

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.

## 11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ:

Предполагаемые виды учебной деятельности студентов зависят от форм занятий и связаны с предметной спецификой дисциплины.

Дисциплина предусматривает 4 часов лекционных занятий, которые предполагают следующие виды учебной деятельности студентов:

- прослушивание лекций;
- конспектирование;
- диалоговое взаимодействие по тематике дисциплины.

Кроме данных обязательных видов учебной деятельности рекомендуется ведение словаря терминов, который должен способствовать более качественному усвоению категориального аппарата дисциплины.

Дисциплина предусматривает 6 часов практических занятий. Методической особенностью проведения практического занятия является использование эвристических приемов, в частности, создание проблемной ситуации, постановка дискуссионных вопросов и т.д. Также возможно широкое применение различных иллюстративных средств. При под-

готовке к практическим занятиям студентам необходимо внимательно ознакомиться с перечнем выносимых на рассмотрение вопросов в рамках изучаемой темы, выбрать из списка рекомендуемой литературы издания, в которых они раскрываются. Следует обратить внимание на включенные в список источники и при работе с ними составить в тезисном виде конспект. При подготовке желательно выделять проблемные, дискуссионные аспекты рассматриваемых тем. В целях овладения понятийным аппаратом дисциплины рекомендуется прорабатывать прилагаемый к каждой теме список основных терминов.

На практических занятиях предполагаются следующие виды учебной деятельности студентов:

- участие в обсуждении, диалоговое взаимодействие с преподавателем по тематике дисциплины, доклады и сообщения. При ответе следует учитывать регламент работы, поэтому выступления должны быть по содержанию предельно четкими и емкими. Работа на практическом занятии предполагает дискуссионные ситуации, что требует постоянного включения в работу, внимательного и уважительного отношения к докладчикам, корректной постановки вопросов, оспаривающих реплик и возражений. Оценивание устных ответов студентов на практическом занятии осуществляется по следующим критериям: полнота и четкость ответа; активность на протяжении всего занятия; проявление общей эрудиции и коммуникативных способностей.

- выполнение практических заданий (индивидуальных и групповых);

- выполнение контрольно-измерительных заданий (в том числе в тестовой форме).

Общим требованием для выполнения всех контрольно-измерительных материалов является наличие не менее 50% правильных ответов.

Самостоятельная работа студентов предполагает подготовку к практическим занятиям по предлагаемой тематике; выполнение практических заданий; подготовку промежуточному и текущему контролю. В случае возникновения трудностей студенты могут получить консультацию у преподавателя в рамках часов для консультаций или посредством чата и сообщений в дистанционном курсе на платформе MOODLE.

Методические рекомендации для студентов, осваивающих дисциплину по индивидуальному учебному плану:

Студенты, переведенные на индивидуальный учебный план, до начала занятий по дисциплине должны обратиться к преподавателю и получить пакет заданий по дисциплине для самостоятельного овладения материалом, а также определить с преподавателем точки рубежного контроля и способы дистанционного взаимодействия.

#### *Методические рекомендации для обучающихся (с ОВЗ)*

Под специальными условиями для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. Построение образовательного процесса ориентировано на учет индивидуальных возрастных, психофизических особенностей обучающихся, в частности предполагается возможность разработки индивидуальных учебных планов. Реализация индивидуальных учебных планов сопровождается поддержкой тьютора (родителя, взявшего на себя тьюторские функции в процессе обучения, волонтера). Обучающиеся с ОВЗ, как и все остальные студенты, могут обучаться по индивидуальному учебному плану в установленные сроки с учетом индивидуальных особенностей и специальных образовательных потребностей конкретного обучающегося. При составлении индивидуального графика обучения для лиц с ОВЗ возможны различные варианты проведения занятий: проведение индивидуальных или групповых занятий с целью устранения сложностей в усвоении лекционного материала, подготовке к семинарским занятиям, выполнению заданий по самостоятельной работе. Для лиц с ОВЗ, по их просьбе, могут быть адаптированы как сами зада-

ния, так и формы их выполнения. Выполнение под руководством преподавателя индивидуального проектного задания, позволяющего сочетать теоретические знания и практические навыки; применение мультимедийных технологий в процессе ознакомительных лекций и семинарских занятий, что позволяет экономить время, затрачиваемое на изложение необходимого материала и увеличить его объем.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации преподаватели, в соответствии с потребностями студента, отмеченными в анкете, и рекомендациями специалистов дефектологического профиля, разрабатывает фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Форма проведения текущей аттестации для студентов с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). Лицам с ОВЗ может быть предоставлено дополнительное время для подготовки к ответу на экзамене, выполнения задания для самостоятельной работы.

При необходимости студент с ограниченными возможностями здоровья подает письменное заявление о создании для него специальных условий в Учебно-методическое управление Университета с приложением копий документов, подтверждающих статус инвалида или лица с ОВЗ.

Список литературы

Код: 43.04.02

Направление: Туризм: Управление туристскими организациями

Программа: zУТО43.04.02\_2020.plx

Дисциплина: Маркетинговые и статистические исследования в туризме

Кафедра: Социологии, политологии и экономики

Тип	Книга	Количество
Основная	Безрутенко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Безрутенко. — Москва: Дашков и К, 2018. — 233 с. — URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/75219.html">http://www.iprbookshop.ru/75219.html</a> .	9999
Основная	Статистика туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / [авт.-сост.] Н. М. Трусова. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2017. — 129 с. — URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/76345.html">http://www.iprbookshop.ru/76345.html</a> .	9999
Дополнительная	Васильева Е.А. Система маркетинговых исследований и информации в сервисе: учебное пособие / Е.А. Васильева, Я.О. Гришанова. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 70 с. — URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/71588.html">http://www.iprbookshop.ru/71588.html</a> .	9999
Дополнительная	Гореева, Н. М. Статистика: учебник для вузов / Н. М. Гореева, Л. Н. Демидова. — Москва: Прометей, 2019. — 496 с. — URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/94539.html">http://www.iprbookshop.ru/94539.html</a> . — Текст (визуальный) : электронный.	9999
Дополнительная	Лисевич А. В. Маркетинг в туристской индустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова. — Москва: Дашков и К, 2018. — 174 с. — URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/75218.html">http://www.iprbookshop.ru/75218.html</a> .	9999
Дополнительная	Лопатина Н. В. Социология маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Лопатина. — Москва: Академический проект, 2016. — 304 с. — URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/60139.html">http://www.iprbookshop.ru/60139.html</a> .	9999

Согласовано:

Преподаватель \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Отдел книгообеспеченности \_\_\_\_\_



*Н. Богданов* (подпись, И.О. Фамилия)

*В.В. Кузнец* (подпись, И.О. Фамилия)

*А.Ф. Дуцко* (подпись, И.О. Фамилия)