

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр магистратуры



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д. А. Таюрский
ДЕПАРТАМЕНТ
ОБРАЗОВАНИЯ
(ДО КФУ)



« 01 » ИЮНЯ 2021 г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Маркетинговые исследования в туризме

Направление подготовки: 43.04.02 - Туризм
Профиль подготовки: Индустрия туризма в глобальной цифровой среде
Квалификация выпускника: магистр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский
Год начала обучения по образовательной программе: 2022

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): доцент, к.н. (доцент) Рольбина Е.С. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), Elena.Rolbina@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-4	Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- понятие, цели и задачи маркетингового исследования с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
- направления маркетинговых исследований в туризме, виды маркетинговой информации;
- перечень документации, необходимой для организации и проведения маркетингового исследования, количественные и качественные методы маркетинговых исследований;
- этапы проведения маркетинговых исследований, основы разработки стратегии на основе современного инструментария;

Должен уметь:

- формулировать цели маркетингового исследования необходимые для разработки маркетинговых стратегий и программ в сфере туризма
- применять количественные методы анализа необходимые для решения поставленных управленческих задач;
- составлять план проведения маркетингового исследования и техническое задание для решения поставленных управленческих задач;
- применять конкретные качественные и количественные методы маркетинговых исследований для решения поставленных управленческих задач

Должен владеть:

- навыками самостоятельной разработки плана проведения маркетингового исследования и технического задания для решения поставленных управленческих задач
- навыками подготовки информации, необходимой менеджерам для разработки и внедрения маркетинговых стратегий и программ в сфере туризма
- навыками самостоятельного проведения маркетингового исследования, с использованием количественных и качественных методов сбора и анализа маркетинговой информации для разработки и внедрения маркетинговых стратегий и программ в сфере туризма

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.09 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 43.04.02 "Туризм (Индустрия туризма в глобальной цифровой среде)" и относится к обязательной части ОПОП ВО.

Осваивается на 2 курсе в 3 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 38 часа(ов), в том числе лекции - 12 часа(ов), практические занятия - 26 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 16 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 54 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 3 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тельная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Сущность и процесс маркетинговых исследований Методы проведения маркетинговых исследований	3	4	0	4	0	0	0	2
2.	Тема 2. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации	3	2	0	6	0	0	0	4
3.	Тема 3. Формулировка проблемы и целей маркетингового исследования Разработка плана маркетингового исследования	3	2	0	6	0	0	0	4
4.	Тема 4. Разработка документации для маркетинговых исследований Организация сбора данных в ходе маркетингового исследования	3	2	0	4	0	0	0	4
5.	Тема 5. Обработка полученных данных, методы анализа, прогнозирования, формирование отчета о проведенном исследовании	3	2	0	6	0	0	0	2
	Итого		12	0	26	0	0	0	16

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность и процесс маркетинговых исследований Методы проведения маркетинговых исследований

Обоснование необходимости маркетингового исследования
 Объективные источники маркетинговых проблем
 Субъективные источники маркетинговых проблем
 Требования к маркетинговым исследованиям
 Международный Кодекс по практике маркетинговых и социальных исследований
 Состав и характеристика методов МИ
 Наблюдение: виды, этапы, значение, сферы применения
 Эксперимент: существенные признаки, виды, возможности и целесообразность применения
 Имитация: сущность, значение и целесообразность использования
 Классификация и характеристика опросов.

Тема 2. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации

Сущность системы маркетинговой информации
 Принципы формирования системы маркетинговой информации
 Виды маркетинговой информации
 Типология маркетинговой информации
 Первичная и вторичная маркетинговая информация
 Источники информации для маркетинговых исследований
 Синдикативная маркетинговая информация

Тема 3. Формулировка проблемы и целей маркетингового исследования Разработка плана маркетингового исследования

Аналитическая работа, обеспечивающая формулировку проблемы и целей маркетингового исследования
Формирование перечня работ
Формулировка рабочей гипотезы
Формирование плана маркетингового исследования
Построение линейного графика маркетингового исследования
Использование сетевого планирования и управления в организации маркетинговых исследований
Расчет необходимых для маркетингового исследования ресурсов
Сущность ресурсного планирования при ограничении по времени
Сущность планирования при ограниченных ресурсах.

Тема 4. Разработка документации для маркетинговых исследований Организация сбора данных в ходе маркетингового исследования

Принципы разработки анкет
Шкалы, используемые для разработки анкет
Подходы к проектированию анкет
Структура вопросника
Процесс разработки анкет
Проблемы выбора исполнителя
Организация маркетингового исследования собственными силами
Организация маркетингового исследования с использованием аутсорсинга
Организация маркетингового исследования комбинированным методом
Организация сбора данных
Проблемы сбора данных

Тема 5. Обработка полученных данных, методы анализа, прогнозирования, формирование отчета о проведенном исследовании

Преобразование данных, полученных в ходе маркетингового исследования
Анализ анкет
Статистические методы обработки информации: статобработка динамических рядов
Статистические методы обработки информации: корреляционный анализ
Статистические методы обработки информации: регрессионный анализ
Прогнозирование: количественные методы
Прогнозирование: качественные методы
Структура и содержание отчета о маркетинговом исследовании
Ограничения исследования
Выводы и предложения
Приложения к отчету
Критерии качества отчета

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме - https://tourlib.net/books_tourism/durovich_MI.htm

Маркетинговые исследования в туризме Пожалуйста, не забудьте правильно оформить цитату: Ермаченкова, О. А. Маркетинговые исследования в туризме / О. А. Ермаченкова. - Текст : непосредственный // Молодой ученый. - 2014. - № 4 (63). - С. 513-515. - URL: <https://moluch.ru/archive/63/9661/> (дата обращения: 17.04.2022). - <https://moluch.ru/archive/63/9661/>

Особенности маркетинговых исследований в туризме - <https://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/tourism.htm>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить

базовые знания по теме, которые содержатся в лекционном материале.

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>Практическое занятие по дисциплине является аудиторным занятием, в процессе которого преимущественно осуществляется отработка навыков использования программного обеспечения для решения маркетинговых задач, а также контроль знаний, полученных студентом самостоятельно. В связи с этим такое занятие начинается либо с выполнения практического задания, либо с контрольной работы, которая может проводиться по:</p> <p>лекционному материалу темы, литературным источникам, указанным по данной теме</p> <p>заданиям для самостоятельной работы.</p> <p>В связи с этим подготовка к практическому занятию заключается в том, чтобы до практического занятия : изучить лекционный материал и указанные по теме литературные источники выполнить задания для самостоятельной работы.</p>
самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью. Для ее успешного выполнения необходимы планирование и контроль со стороны преподавателей, а также планирование объема самостоятельной работы в учебных планах специальностей профилирующими кафедрами, учебной частью, методическими службами учебного заведения. СРС предназначена не только для овладения каждой дисциплиной, но и для формирования навыков самостоятельной работы вообще, в учебной, научной, профессиональной деятельности, способности принимать на себя ответственность, самостоятельно решить проблему, находить конструктивные решения, выход из кризисной ситуации и т. д.</p>
экзамен	<p>Подготовка к экзамену является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством промежуточного контроля. В процессе подготовки к экзамену выявляются вопросы, по которым нет уверенности в ответе либо непонятны вопросы экзамена. Данные вопросы можно уточнить у преподавателя на консультации, которая проводится перед экзаменом.</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 43.04.02 "Туризм" и магистерской программе "Индустрия туризма в глобальной цифровой среде".

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.09 Маркетинговые исследования в туризме*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 43.04.02 - Туризм

Профиль подготовки: Индустрия туризма в глобальной цифровой среде

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2022

Основная литература:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве: учеб. пособие / А.Ф. Барышев. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 160 с.: ил. <https://znanium.com/read?id=376669>
2. Овчаров А.О. Экономика туристских предприятий : учеб. пособие / А.О. Овчаров. - М. : ИНФРА-М, 2019. - 176 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). <https://znanium.com/read?id=354817>
3. Резник Г.А. Сервисная деятельность : учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 202 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI 10.12737/2680. <https://znanium.com/read?id=357472>

Дополнительная литература:

1. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме : учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова ; под ред. профессора, заслуженного работника высшей школы РФ Е.И. Богданова. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 214 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). <https://znanium.com/read?id=399492>
2. Управление инновационными проектами : учебное пособие / под ред. проф. В.Л. Попова. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 336 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). <https://znanium.com/read?id=400057>
3. Разработка и практика внедрения стратегических управленческих проектных решений по развитию гостиничного и туристского бизнеса : материалы Международной научно-практической конференции 27 сентября 2019 г. : сборник статей / кол. авторов ; под ред. Е.Е. Коноваловой. - Москва : РУСАЙНС, <https://znanium.com/read?id=3936302019>. - 526 с.

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.09 Маркетинговые исследования в туризме*

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 43.04.02 - Туризм

Профиль подготовки: Индустрия туризма в глобальной цифровой среде

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2022

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.