

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2026 19:27:48
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДЭ.02.01 Стратегический маркетинг в туризме и гостеприимстве
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Менеджмент туризма и гостиничного бизнеса

(наименование образовательной программы)

Магистр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

Год набора – 2026

Донецк

Автор-составитель РПД:

Овчаренко Людмила Александровна, д-р экон. наук, доцент, заведующий кафедрой туризма

Заведующий кафедрой:

Овчаренко Людмила Александровна, д-р экон. наук, доцент, заведующий кафедрой туризма

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДЭ.02.01 «Стратегический маркетинг в туризме и гостеприимстве» одобрена на заседании кафедры туризма Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 5 от «19» февраля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .
2. Объем 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 25
7. Методические материалы по освоению дисциплины 30
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет..... 31
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы 33

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

Дисциплина Б1.В.ДЭ.02.01 «Стратегический маркетинг в туризме и гостеприимстве» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
Д/01.8 Разработка концепции и стратегии развития сети гостиниц Д/03.8 Внедрение инновационных технологий и изменений в управлении деятельностью сети гостиниц Д. Стратегическое управление развитием сети гостиниц 33.007 «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц», утв. приказом Министерства труда и	ПК 1	Способен разрабатывать концепции и стратегии развития сети гостиниц	ПК 1.1	Создает системы мониторинга факторов внешней и внутренней среды гостиничной сети	<i>ПК-1.1. 3-3. Знает</i> технологии маркетинговых исследований в гостиничном сервисе <i>У-1. Умеет</i> применять методики стратегического анализа и оценки динамики факторов внешней и внутренней среды
			ПК 1.3	Формирует и реализует конкурентоспособную стратегию развития гостиничной сети	<i>ПК-1.3. 3-5. Знает</i> основы стратегического менеджмента и маркетинга гостиничной отрасли <i>У-3. Умеет</i> владеть методиками разработки корпоративной и функциональных стратегий
			ПК 1.5	Выявляет стратегические проблемы развития гостиничной сети и разрабатывает меры по их устранению	<i>ПК-1.5. 3-6. Знает</i> основы риск-менеджмента и антикризисного управления <i>У-6. Умеет</i> владеть навыками организации стратегического контроля и оценки эффективности реализации стратегии развития гостиничной сети

социальной защиты РФ от 7 мая 2015 г. № 282н					
---	--	--	--	--	--

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины: 2 з.е., 72 академических часа

Объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся:

- 8 часов лекций;
- 8 часа практических занятий;
- 52 час самостоятельной работы;
- 4 часа контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий;

Дисциплина Б1.В.ДЭ.02.01 «Стратегический маркетинг в туризме и гостеприимстве» изучается во 2 семестре.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	Все-го	Объем дисциплины, академических часов												Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации*	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации							
			Занятие лекционного типа		Занятие семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Каттэк	Конт-роль	СРкр	СРэк	СР		
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ										
РАЗДЕЛ 1. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В УПРАВЛЕНИИ ГОСТИНИЧНОЙ СЕТЬЮ																
Тема 1.1	Основы стратегического маркетинга и особенности маркетинга гостиничных сетей	17	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	13	устный опрос, доклад, ситуационное задание
Тема 1.2	Создание системы мониторинга факторов внешней и внутренней среды гостиничной сети	17	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	13	устный опрос, доклад, ситуационное задание
Тема 1.3	Формирование и реализация конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети	17	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	13	устный опрос, доклад, ситуационное задание
Тема 1.4.	Выявление стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению	17	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	13	устный опрос, доклад, ситуационное задание
Промежуточная аттестация		4	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0		зачет	
Итого		72	8	0	0	8	0	0	0	4	0	0	0	52		

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации.

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

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 на подготовку к учебным занятиям

3.2. Содержание дисциплины

РАЗДЕЛ 1. Стратегический маркетинг в управлении гостиничной сетью

Тема 1.1. Основы стратегического маркетинга и особенности маркетинга гостиничных сетей (ПК-1.1, ПК-1.3, ПК-1.5)

Понятие, сущность и этапы стратегического маркетинга в туризме и гостеприимстве. Отличительные особенности маркетинга гостиничных услуг (нематериальность, несохраняемость, неотделимость от персонала, сезонность). Особенности маркетинга сетевых гостиничных предприятий по сравнению с отелями. Классификация стратегий в гостиничном бизнесе (корпоративные, конкурентные, функциональные). Понятие миссии, стратегического видения и целей гостиничной сети.

Тема 1.2. Создание системы мониторинга факторов внешней и внутренней среды гостиничной сети (ПК-1.1)

Методы и инструменты мониторинга факторов внешней среды (PEST-анализ для отслеживания политических, экономических, социальных и технологических изменений, анализ конкурентной среды по модели пяти сил Портера, анализ рыночных тенденций, мониторинг законодательных изменений) и внутренней среды (анализ ключевых показателей эффективности – средняя цена номера, доход на доступный номер, загрузка, операционные расходы, уровень удовлетворенности гостей, индекс лояльности, текучесть персонала, методы бенчмаркинга), а также принципы построения систем сбора, обработки и интерпретации маркетинговой информации, включая использование цифровых инструментов (системы управления доходами, CRM-системы, платформы управления репутацией).

Тема 1.3. Формирование и реализация конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети (ПК-1.3)

Основные виды конкурентных стратегий в гостиничном бизнесе (стратегия лидерства по издержкам, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования), методы позиционирования гостиничной сети на рынке (карты восприятия, анализ конкурентных преимуществ), подходы к разработке

стратегии развития (матрица Ансоффа: проникновение на рынок, развитие рынка, развитие продукта, диверсификация), принципы брендинга и формирования уникального торгового предложения для гостиничной сети, а также этапы реализации стратегии (коммуникация стратегии, ресурсное обеспечение, контроль достижения ключевых показателей эффективности).

Тема 1.4. Выявление стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению (ПК-1.5)

Методы выявления стратегических проблем развития гостиничной сети (анализ разрыва между желаемыми и фактическими показателями, диагностика конкурентных позиций, анализ эффективности текущей стратегии, бенчмаркинг, оценка удовлетворенности гостей и лояльности, анализ операционной эффективности), классификацию типовых стратегических проблем в гостиничном бизнесе (снижение загрузки и доходности, рост конкуренции, ухудшение репутации, высокая текучесть персонала, устаревание материально-технической базы, неэффективность маркетинговых коммуникаций), а также методы разработки мер по устранению стратегических проблем (корректировка стратегии, репозиционирование, реинжиниринг бизнес-процессов, диверсификация, реструктуризация).

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 варианты 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 вариантов предложенных	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 варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАВ или 135). 	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

Тип задания	Инструкция	Сценарии выполнения	Критерии оценивания
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БА или 135). 	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<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 варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<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.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90 – 100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80 – 89	Хорошо		B	P/ Passed
75 – 79			C	P/ Passed
70 – 74			D	P/ Passed
60 – 69	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0 – 59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка ((ст.1+ст.2)/2)	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию ((ст.1+ст.2)/2)
100 баллов	100 баллов	100 баллов	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 Б1.В.ДЭ.02.01 «Стратегический маркетинг в туризме и гостеприимстве» используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам).

устный опрос, доклад, решение задач, контрольное задание по разделу.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек)

РАЗДЕЛ 1. Стратегический маркетинг в управлении гостиничной сетью

Тема 1.1. Основы стратегического маркетинга и особенности маркетинга гостиничных сетей (ПК-1.1, ПК-1.3, ПК-1.5)

Вопросы для опроса:

Что понимается под стратегическим маркетингом в туризме и гостеприимстве, и каковы его основные этапы?

Каковы отличительные особенности маркетинга гостиничных услуг (нематериальность, несохраняемость, неотделимость от персонала, сезонность)?

Чем отличается маркетинг сетевых гостиничных предприятий от маркетинга независимых отелей?

Какие существуют классификации стратегий в гостиничном бизнесе (корпоративные, конкурентные, функциональные)?

Что понимается под миссией, стратегическим видением и целями гостиничной сети?

Каковы ключевые отличия стратегического маркетинга от операционного?

Как сезонность влияет на разработку маркетинговой стратегии гостиницы?

Темы докладов

Эволюция стратегического маркетинга в индустрии гостеприимства: от локальных отелей к глобальным сетям.

Сравнительный анализ маркетинговых стратегий независимых отелей и международных гостиничных сетей.

Влияние сезонности и экономических циклов на стратегический маркетинг гостиничного бизнеса.

Тема 1.2. Создание системы мониторинга факторов внешней и внутренней среды гостиничной сети (ПК-1.1)

Вопросы для опроса:

Какие методы и инструменты используются для мониторинга факторов внешней среды гостиничной сети?

В чем сущность PEST-анализа и какие группы факторов он анализирует?

Как применяется модель пяти сил конкуренции М. Портера для анализа конкурентной среды гостиничной сети?

Какие ключевые показатели эффективности (KPI) используются для мониторинга внутренней среды гостиничной сети?

Как рассчитываются и интерпретируются показатели ADR, RevPAR и загрузка (Occupancy Rate)?

Каковы принципы построения систем сбора, обработки и интерпретации маркетинговой информации?

Какие цифровые инструменты (CRM-системы, системы управления доходами, платформы управления репутацией) используются для мониторинга?

Типовое ситуационное задание

Гостиничная сеть «Гранд-отель» состоит из 3 отелей. Данные за последний год:

Показатель	Отель А	Отель Б	Отель В	Конкурент (средний)
Загрузка, %	82	65	78	75
ADR, руб.	5 500	4 200	5 800	5 000
NPS (индекс лояльности), %	70	45	65	55
Текучесть персонала, %	15	35	18	20

Задание:

Рассчитать RevPAR для каждого отеля сети и для среднего конкурента.

Выявить «проблемные» отели (показатели ниже средних по сети и ниже конкурентов).

Определить факторы риска для каждого проблемного отеля (не менее 3 факторов).

Предложить направления для дальнейшего мониторинга.

Темы докладов:

Система ключевых показателей эффективности (KPI) для мониторинга деятельности гостиничной сети.

Применение PEST-анализа для мониторинга макросреды гостиничного бизнеса.

Цифровые инструменты мониторинга внешней и внутренней среды гостиничной сети.

Тема 1.3. Формирование и реализация конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети (ПК-1.3)

Вопросы для опроса:

Каковы основные виды конкурентных стратегий в гостиничном бизнесе (лидерство по издержкам, дифференциация, фокусирование)?

В чем заключается стратегия лидерства по издержкам и каковы примеры ее реализации в гостиничном бизнесе?

Как реализуется стратегия дифференциации в гостиничных сетях?

Что такое стратегия фокусирования и для каких сегментов она применима?

Какие методы позиционирования гостиничной сети на рынке существуют?

Как применяется матрица Ансоффа для разработки стратегии развития гостиничной сети?

Каковы этапы реализации стратегии и система контроля достижения KPI?

Типовое ситуационное задание

Гостиничная сеть «Гранд-отель» занимает средний ценовой сегмент в крупном городе. За последний год загрузка снизилась с 80% до 72%, ADR – с 5 000 руб. до 4 800 руб. Конкуренты: «Эконом-отель» (ADR 2 500 руб., загрузка 85%), «Premium Suites» (ADR 8 500 руб., загрузка 75%). Руководство сети рассматривает три стратегии: А) снижение цен до уровня эконом-сегмента; Б) репозиционирование в премиум-сегмент с повышением качества услуг; В) удержание среднего сегмента с запуском программы лояльности.

Задание:

Провести SWOT-анализ текущей позиции сети.

Оценить преимущества и риски каждой из трех стратегий.

Выбрать оптимальную стратегию и обосновать выбор.

Разработать план первоочередных мероприятий по реализации выбранной стратегии.

Темы докладов:

Стратегия дифференциации как инструмент повышения конкурентоспособности гостиничной сети.

Матрица Ансоффа в планировании стратегического развития гостиничного бизнеса.

Методы позиционирования гостиничной сети на насыщенном рынке.

Тема 1.4. Выявление стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению (ПК-1.5)

Вопросы для опроса:

Какие методы выявления стратегических проблем развития гостиничной сети существуют?

Что такое анализ разрыва (gap analysis) и как он применяется?

Каковы типовые стратегические проблемы в гостиничном бизнесе (снижение загрузки, рост конкуренции, ухудшение репутации, высокая текучесть персонала)?

Как бенчмаркинг помогает выявлять стратегические проблемы?

Какие методы разработки мер по устранению стратегических проблем существуют (корректировка стратегии, репозиционирование, реинжиниринг бизнес-процессов)?

Как оценить ожидаемую эффективность предлагаемых мер?

Какова роль системы сбалансированных показателей (BSC) в контроле реализации стратегии?

Типовое ситуационное задание

Гостиничная сеть «Гранд-отель» имеет следующие показатели за последние два года:

Показатель	Прошлый год	Текущий год	Изменение
Загрузка, %	78	65	-13 п.п.
ADR, руб.	4 800	4 500	-300 руб.
RevPAR, руб.	3 744	2 925	-819 руб.
NPS, %	60	42	-18 п.п.

Показатель	Прошлый год	Текущий год	Изменение
Текучесть персонала, %	20	35	+15 п.п.
Рыночная доля, %	18	15	-3 п.п.

Задание:

Выявить основные стратегические проблемы сети на основе анализа динамики показателей.

Определить возможные причины возникновения выявленных проблем (не менее 3 причин).

Разработать комплекс мер по устранению каждой проблемы (не менее 3 мер).

Предложить критерии оценки эффективности предлагаемых мер и способ мониторинга их реализации.

Темы докладов:

Анализ разрыва (gap analysis) как метод выявления стратегических проблем в гостиничном бизнесе.

Бенчмаркинг как инструмент диагностики стратегических проблем гостиничной сети.

Реинжиниринг бизнес-процессов как метод устранения стратегических проблем гостиничного предприятия.

Распределение баллов по видам учебной деятельности

Раздел/Темы	Формы текущего контроля				КТ
	УО	Д	РЗ	Т	
Р-1. / Т-1.1.	10	10		5	20
Р-1. / Т-1.2.	10			5	
Р-1. / Т-1.3.	10			5	
Р-1. / Т-1.4.	10			5	
100	40	10	10	20	20

УО – устный опрос;

Д – доклад;

Т – тестирование;

РЗ – решение задач;

КТ – контрольная точка по разделу.

Критерии оценки устного опроса.

Оценка «5 баллов» ставится, если обучающийся полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «4 балла» ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одну-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «3 балла» ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений изученной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

Оценка «2-1 балла» ставится, если обучающийся обнаруживает не полное знание и понимание основных положений изученной темы, допускает серьезные неточности в определении понятий или формулировке правил, излагает материал непоследовательно и допускает многочисленные ошибки.

Критерии оценки решения ситуационного задания.

Оценка «10-9 баллов» ставится, если обучающийся самостоятельно провел анализ ситуации, выразил своё мнение по поставленной проблеме, аргументировал его, точно определив содержание проблемы и ее составляющих, дал рекомендации по эффективному решению представленной ситуации. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; работа оформлена правильно. Представлены полные, аргументированные выводы.

Оценка «8-7 баллов» ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одну-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «6-4 балла» ставится, если обучающийся проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих ситуации; понимает базовые основы и теоретическое обоснование решаемой задачи. Допущено не более 3 ошибок в анализе результатов решения проблемы и написании выводов.

Оценка «3-1 балла» ставится, если обучающийся при решении ситуации провел не полный анализ, допустив более 3 ошибок. Не раскрыта теоретическая составляющая проблемы. Допущено три или более трех ошибок в анализе результатов решения и написании выводов.

Критерии оценки докладов.

Оценка «10-8 баллов» ставится, если обучающийся выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; работа оформлена правильно.

Оценка «7-6 баллов» ставится, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.

Оценка «5-3 балла» ставится, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.

Оценка «2-1 балла» ставится, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

5.3. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (контрольные точки).

Каждый раздел дисциплины завершается контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает две КТ в течение периода освоения дисциплины. Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,1	10
Итого	x	0,2	20

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

Контрольные точки по разделу проводятся в виде тестирования по всем темам раздела

Критерии оценивания тестовых заданий

Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Баллы выставляются следующим образом:

правильное выполнение задания, где надо выбрать один верный ответ из предложенных – 5 баллов;

правильное выполнение задания, где требуется найти соответствие или установить последовательность событий – по 5 баллов за безошибочно выполненное задание;

правильное выполнение задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора – 5 баллов.

Типовые тестовые задания по разделу 1.

1. Процесс разработки и реализации долгосрочных целей и задач предприятия с учетом факторов внешней и внутренней среды называется...

- а) операционным маркетингом;
- б) стратегическим маркетингом;
- в) тактическим планированием;
- г) бенчмаркингом.

2. Какое свойство гостиничных услуг означает невозможность их хранения и повторной продажи в случае невостребованности?

- а) нематериальность;
- б) неотделимость от источника;
- в) несохраняемость;
- г) неоднородность.

3. Какой показатель эффективности гостиницы рассчитывается как отношение дохода от номеров к количеству доступных номеров?

- а) средняя цена номера (ADR);
- б) загрузка (Occupancy Rate);
- в) доход на доступный номер (RevPAR);
- г) валовая операционная прибыль на доступный номер (GOPPAR).

4. Какой этап стратегического маркетинга предполагает оценку соответствия текущих показателей стратегическим целям?

- а) целеполагание;
- б) анализ среды;
- в) стратегический контроль;
- г) разработка стратегии.

5. Метод стратегического анализа макросреды, учитывающий политические, экономические, социальные и технологические факторы, называется...

- а) SWOT-анализ;
- б) PEST-анализ;
- в) SNW-анализ;
- г) VRIN-анализ.

6. Какая модель анализа конкурентной среды разработана М. Портером?

- а) модель пяти сил конкуренции;
- б) матрица БКГ;
- в) матрица Ансоффа;
- г) модель ADL.

7. Какая конкурентная стратегия предполагает создание уникального продукта, воспринимаемого клиентами как не имеющий аналогов?

- а) лидерство по издержкам;
- б) дифференциация;
- в) фокусирование;
- г) диверсификация.

8. При какой стратегии гостиничная сеть концентрируется на узком сегменте рынка (например, бутик-отели или отели для деловых путешественников)?

- а) лидерство по издержкам;
- б) дифференциация;
- в) фокусирование;
- г) горизонтальная интеграция.

9. Матрица Ансоффа предназначена для разработки стратегий...

- а) конкурентных преимуществ;
- б) роста (проникновение на рынок, развитие рынка, развитие продукта, диверсификация);
- в) портфельного анализа;
- г) управления изменениями.

10. Какой индикатор используется для измерения лояльности гостей и готовности рекомендовать отель?

- а) CSI (Customer Satisfaction Index);
- б) NPS (Net Promoter Score);
- в) ADR (Average Daily Rate);
- г) RevPAR.

Задание 11. Установите соответствие.

Установите соответствие между видом маркетинговой стратегии и её характеристикой в туризме и гостеприимстве.

Вид стратегии	Характеристика
1. Стратегия дифференциации	А. Предложение уникального туристского продукта, которого нет у конкурентов
2. Стратегия лидерства по издержкам	Б. Создание премиального турпродукта с высокой добавленной стоимостью
3. Стратегия фокусирования (концентрации)	В. Минимизация затрат для предложения самых низких цен на рынке
4. Стратегия диверсификации	Г. Ориентация на конкретный сегмент рынка (например, экологический туризм или luxury-туризм)
5. Стратегия проникновения на рынок	Д. Выход на новые географические рынки или продвижение существующих услуг новым сегментам

Задание 12. Установите соответствие

Установите соответствие между инструментом стратегического маркетинга и его назначением.

Инструмент стратегического маркетинга	Назначение
1. SWOT-анализ	А. Оценка конкурентных сил отрасли
2. PESTLE-анализ	Б. Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз
3. Модель пяти сил Портера	В. Анализ макросреды
4. Матрица Ансоффа	Г. Выбор стратегий роста (продукт/рынок)
5. Матрица BCG	Д. Анализ портфеля туристских продуктов по доле рынка и темпам роста

Задание 13. Установите последовательность.

Расположите этапы стратегического маркетингового планирования в туризме и гостеприимстве в правильной последовательности:

1. Разработка маркетинговой стратегии
2. Ситуационный анализ (маркетинговый аудит)

3. Реализация маркетинговых мероприятий
4. Формирование целей и задач маркетинга
5. Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности

Ответ запишите в виде последовательности цифр.

Задание 14. Установите последовательность.

Расположите в правильной последовательности этапы разработки маркетинговой стратегии туристской дестинации или гостиничного предприятия:

1. Выбор целевых сегментов рынка (сегментация и таргетирование)
2. Позиционирование турпродукта / бренда
3. Анализ конкурентной среды и потребителей
4. Разработка комплекса маркетинга (маркетинг-микс 7P)
5. Формулирование маркетинговых целей

Ответ запишите в виде последовательности цифр.

5.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий

Дополнительные материалы и оборудование не требуются.

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

6.1. Промежуточная аттестация по дисциплине

Промежуточная аттестация *по дисциплине* проводится в письменной форме. Обучающийся получает задание на зачет, чистые маркированные листы бумаги для записей решения ситуационных заданий, затем приступает к решению. Необходимо дать ответ в письменном виде, подробно изложив ход решения, при необходимости завершить решение выводами.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Зачет по дисциплине содержит 3 задания.

1 задание – ответ на вопрос открытого типа с развернутым ответом

2 задание – тестовые задания закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных.

3 задание – решение задачи

Пример типовых заданий на зачет

Задание 1. Охарактеризуйте особенности стратегического маркетинга в гостиничном бизнесе по сравнению с товарным маркетингом. Каковы отличительные свойства гостиничных услуг и как они влияют на стратегию?

Задание 2. Выберите один правильный вариант ответа

1. Процесс разработки и реализации долгосрочных целей и задач предприятия с учетом факторов внешней и внутренней среды называется...

- а) операционным маркетингом;
- б) стратегическим маркетингом;
- в) тактическим планированием;
- г) бенчмаркингом.

2. Какое свойство гостиничных услуг означает невозможность их хранения и повторной продажи в случае невостребованности?

- а) нематериальность;
- б) неотделимость от источника;
- в) несохраняемость;
- г) неоднородность.

3. Какой показатель эффективности гостиницы рассчитывается как отношение дохода от номеров к количеству доступных номеров?

- а) средняя цена номера (ADR);
- б) загрузка (Occupancy Rate);
- в) доход на доступный номер (RevPAR);
- г) валовая операционная прибыль на доступный номер (GOPPAR).

4. Метод стратегического анализа макросреды, учитывающий политические, экономические, социальные и технологические факторы, называется...

- а) SWOT-анализ;

- б) PEST-анализ;
- в) SNW-анализ;
- г) VRIN-анализ.

5. Какая модель анализа конкурентной среды разработана М. Портером?

- а) модель пяти сил конкуренции;
- б) матрица БКГ;
- в) матрица Ансоффа;
- г) модель ADL.

Задание 3. Решите задачу, сделайте обоснованный вывод

Гостиничная сеть «Гранд-отель» состоит из 3 отелей. Данные за последние два года:

Показатель	Отель А (1 год)	Отель А (2 год)	Отель Б (1 год)	Отель Б (2 год)	Отель В (1 год)	Отель В (2 год)
Количество номеров	120	120	80	80	150	150
Загрузка, %	78	65	75	70	82	80
ADR, руб.	5 200	5 000	4 500	4 400	5 800	5 700
NPS (индекс лояльности), %	65	50	60	55	70	68
Текучесть персонала, %	18	28	22	30	15	18

Рыночные данные:

Средняя загрузка конкурентов в 2024 году: 75%

Средний ADR конкурентов: 5 100 руб.

Требуется:

Рассчитать ключевые показатели для каждого отеля за оба года: RevPAR, динамику показателей (абсолютное и относительное изменение).

Выявить стратегические проблемы сети (не менее 3 проблем) с обоснованием (сравнение с конкурентами, анализ динамики).

Предложить меры по устранению проблем (не менее 3 мер) с обоснованием (ПК-1.5).

Разработать конкурентную стратегию для проблемного отеля на основе матрицы Ансоффа (ПК-1.3).

6.3. Критерии и шкала оценивания

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	90-100
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	75-89
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	60-74
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	1-59

Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации

№ п/п	Тип задания	Максимальное количество баллов
Задание 1	Ответ на вопрос открытого типа с развернутым ответом	30
Задание 2	Тестовые задания закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	20
Задание 3	Решение задачи	50
Итого		100

Для получения общей итоговой оценки по дисциплине нужно вычислить среднее арифметическое оценок по текущей работе и промежуточной аттестации

Критерии оценивания заданий открытого типа с развернутым ответом

Оценка «30-25 баллов» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «24-15 баллов» ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одну-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «14-5 баллов» ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений изученной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

Оценка «4-0 баллов» ставится, если обучающийся обнаруживает не полное знание и понимание основных положений изученной темы, допускает серьезные неточности в определении понятий или формулировке правил, излагает материал непоследовательно и допускает многочисленные ошибки.

Критерии оценивания тестовых заданий

Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Баллы выставляются следующим образом: правильное выполнение задания, где надо выбрать один верный ответ – 4 балла

Критерии оценивания решения ситуационного задания

Оценка «50-45 баллов» ставится, если обучающийся самостоятельно провел анализ ситуации, выразил своё мнение по проблеме, поставленной в задании, аргументировал его, точно определив содержание проблемы и ее составляющих, дал рекомендации по эффективному решению представленной в задаче ситуации. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; работа оформлена правильно.

Оценка «44-35 баллов» ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одну-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «34-25 баллов» ставится, если обучающийся правильно провел анализ ситуации, допустив не более 3 ошибок, проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих задания; понимает базовые основы и теоретическое обоснование решаемой задачи. Допущено не более 3 ошибок в анализе результатов расчетов и написании выводов.

Оценка «24-15 баллов» ставится, если обучающийся при решении задания провел не полный анализ ситуации, допустив более 3 ошибок. Не раскрыта теоретическая составляющая проблемы. Допущено три или более трех ошибок в анализе результатов решения и написании выводов.

Оценка «14-0 баллов» ставится, если обучающийся при решении задачи неправильно провел анализ, выводы сделаны неполные и недостаточно аргументированные

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий

Для выполнения задания промежуточной аттестации *по дисциплине* (при необходимости) обучающемуся разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Занятия лекционного типа дают систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины.

Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать материал, подготовленный преподавателем, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо

так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Занятия практического вида являются аудиторными занятиями.

Для того, чтобы аудиторный материал практических занятий был освоен обучающимся ему необходимо:

– предварительно изучить теоретический материал по данной теме, ознакомиться с литературой, рекомендованной преподавателем, и найденной самостоятельно; выполнить задания, предложенные преподавателем, к занятию; составить перечень вопросов, вызывающих затруднения, неясности или сомнения, обсудить их с преподавателем или на занятии;

– при организации практического занятия в форме семинара не ограничиваться подготовленным вопросом, внимательно слушать доклады других обучающихся, тезисно конспектировать, задавать вопросы, участвовать в дискуссиях и обсуждении представленных теоретических проблем.

Самостоятельная подготовка обучающихся при подготовке к занятиям лекционного вида включает в себя:

– доработку конспекта лекции, которую желательно осуществлять в тот же день, пока материал еще легко воспроизводим в памяти (через 10 часов после лекции в памяти остается не более 30-40 % материала). Необходимо прочитать записи, расшифровать сокращения, доработать схемы, рисунки, таблицы;

– повторение изученного на предыдущем занятии материала.

Начинать надо с изучения рекомендованной преподавателем литературы.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 212 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15696-6. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/563339> (дата обращения: 28.04.2026).

Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 342 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-16269-1. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/563340> (дата обращения: 28.04.2026).

Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебно-практическое пособие / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 166 с. – (Бакалавриат). – ISBN 978-5-394-02710-9. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Znaniium» [сайт]. – URL: <https://znaniium.ru/catalog/document?id=431628> (дата обращения: 28.04.2026).

8.2. Дополнительная литература

Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : курс для магистрантов / Л. Г. Кирьянова. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/author-course/marketing-i-brening-turistskih-destinaciy-557540> (дата обращения: 28.04.2026).

Большунова, Т. В. Управление маркетингом в туристской индустрии : учебное пособие / Т. В. Большунова. – Липецк : Липецкий государственный технический университет, 2018. – Текст : электронный // IPR SMART [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru> (дата обращения: 28.04.2026).

George, R. Marketing Tourism and Hospitality: Concepts and Cases / R. George. – 2nd ed. – Cham : Palgrave Macmillan, 2025. – Текст : электронный // Springer eBooks [сайт]. – URL: <https://ebooks.mpdl.mpg.de/ebooks/Record/EB002273568> (дата обращения: 28.04.2026).

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

ГОСТ Р 59195-2020. Туристские услуги. Требования к формированию туристских кластеров. – Введ. 2021-04-01. – Москва : Стандартинформ, 2020. – 24 с.

СП 476.1325800.2020. Туристские и рекреационные территории. Правила проектирования. – Введ. 2021-06-25. – Москва : Минстрой России, 2020. – 86 с.

Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 49. – Ст. 5491.

Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» от 24 декабря 2021 г. № 2439 : Постановление Правительства РФ. – Текст : электронный // Правительство Российской Федерации : официальный сайт. – Москва, 2026. – URL: <http://government.ru/docs/all/138661/> (дата обращения: 28.04.2026).

8.4. Интернет-ресурсы

1. Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»
<https://cyberleninka.ru/>
2. Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
3. Электронно-библиотечная система «ЗНАНИУМ» <https://znanium.ru>

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

1. Специализированные залы для проведения лекций и аудитории для проведения семинарских и практических занятий с использованием мультимедийного оборудования и возможностью прямого выхода в сеть Интернет.

2. Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.

3. Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; интерактивная доска

4. Лицензионные электронные ресурсы: Windows, Microsoft Office (Excel, InfoPath, PowerPoint, Publisher, Word).

5. Информационные справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».

