

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.02.2022 17:02:39

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452b603f94388008e29877a6bcbf5

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»

«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»

Факультет экономики и управления

Кафедра «Экономика и туризм»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

С.С. Скараник

«01» сентября 2021 г.



Рабочая программа дисциплины

Экономика туристского рынка

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Квалификация выпускника

Бакалавр

Для всех

форм обучения

Симферополь 2021

АННОТАЦИЯ

| Индекс дисциплины по учебному плану | Наименование дисциплины |
|---|---|
| Б1.О.28 | ЭКОНОМИКА ТУРИСТСКОГО РЫНКА |
| Цель изучения дисциплины | Сформировать навыки, умения и знания по общим экономическим понятиям туристической отрасли для дальнейшего принятия управленческих решений. |
| Место дисциплины в структуре ОПОП | Дисциплина Б1.О.28 «Экономика туристского рынка» входит в обязательную часть. |
| Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-9, ОПК-5 |
| Содержание дисциплины | <ol style="list-style-type: none"> 1. Исследование рынка как основа успешного бизнеса 2. Туристическая индустрия в условиях конкуренции 3. Оценка рыночной конъюнктуры в туризме 4. Исследование конкурентоспособности туристического продукта 5. Исследование конкурентоспособности туристического предприятия 6. Расчеты интегральной конкурентоспособности туристической компании 7. Использование показателей конъюнктуры и конкурентоспособности на туристическом предприятии |
| Общая трудоемкость дисциплины | Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы 144 часов |
| Форма промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет |

Содержание

| | |
|--|----|
| 1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы | 3 |
| 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата | 5 |
| 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся | 6 |
| 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий | 6 |
| 5. Контроль качества освоения дисциплины | 11 |
| 6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины | 11 |
| 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины | 12 |
| 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины* | 13 |
| 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины | 13 |
| 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) | 13 |
| 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине | 14 |
| Приложение 1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине | 15 |

1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Конкурентоспособность предприятий туризма», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Цель дисциплины «Экономика туристского рынка» - Сформировать навыки, умения и знания по общим экономическим умения и знания по общим экономическим понятиям туристической отрасли для дальнейшего принятия управленческих решений.

В результате освоения ОПОП бакалавра обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

| Коды компетенции | Результаты освоения ОПОП | Перечень планируемых результатов по дисциплине |
|------------------|---|---|
| УК – 9 | Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | <p>УК – 9.1: базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, мотивы поведения субъектов экономической деятельности, цели и формы государственного регулирования экономики</p> <p>УК -9.2: применять методы экономического и финансового планирования для обоснования экономических решений в различных областях жизнедеятельности</p> <p>УК – 9.3: навыками применения методов и инструментов экономического, финансового анализа для принятия экономических решений в различных областях жизнедеятельности</p> |
| ОПК-5 | способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности. | <p>ОПК – 5.1: методы оценки экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности</p> <p>ОПК – 5.2: принимать экономически обоснованные управленческие решения</p> <p>ОПК – 5.3: навыками анализа и оценки, производственно-экономических показателей предприятий туристской сферы</p> |

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина Б1.О.28 «Экономика туристического рынка» входит в

обязательную часть учебного плана формируемую образовательными учреждениями

Изучение курса неразрывно связано с другими дисциплинами, формирующими у студентов необходимые знания и навыки.

Для успешного освоения курса студенты должны владеть компетенциями, полученными при изучении дисциплин: «Введение в специальность», «Экономика и предпринимательство в туризме»

В результате освоения дисциплины студенты должны владеть основными понятиями, концепциями в области принятия экономически обоснованных решений на предприятиях туристического рынка.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся

4.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, **144** академических часа.

**4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)
Для очной формы обучения**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы 144 часов

| Объём дисциплины | Всего часов |
|--------------------------------|--------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины | 144 |
| Контактная работа | 44 |
| Аудиторная работа (всего): | 44 |
| Лекции | 28 |
| Семинары, практические занятия | 16 |
| Самостоятельная работа (всего) | 100 |
| Дифференцированный зачет | - |

Для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы 144 часов

| Объём дисциплины | Всего часов |
|--------------------------------|--------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины | 144 |
| Контактная работа | 14 |
| Аудиторная работа (всего): | 10 |
| Лекции | 6 |
| Семинары, практические занятия | 4 |
| Самостоятельная работа (всего) | 130 |
| Дифференцированный зачет | 4 |

4.Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных

занятий

**4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий
(в академических часах)**

| № те мы | Наименование темы | Всего | | Количество часов | | | | | |
|---------------|--|-------|-----|-------------------|-----|----------|-----|------------------|-----|
| | | ОФО | ЗФО | Контактная работа | | | | Внеаудит. работа | |
| | | | | Лекции | | Семинары | | Самост. работа | |
| | | | | ОФО | ЗФО | ОФО | ЗФО | ОФО | ЗФО |
| 1 | Исследование рынка как основа успешного бизнеса | 16 | 14 | 4 | 2 | 2 | 2 | 10 | 10 |
| 2 | Туристическая индустрия в условиях конкуренции | 11 | 22 | 4 | 2 | 2 | - | 5 | 20 |
| 3 | Оценка рыночной конъюнктуры в туризме | 26 | 20 | 4 | - | 2 | - | 20 | 20 |
| 4 | Исследование конкурентоспособности туристического продукта | 16 | 10 | 4 | - | 2 | - | 10 | 10 |
| 5 | Исследование конкурентоспособности туристического предприятия | 11 | 20 | 4 | - | 4 | - | 5 | 20 |
| 6 | Расчеты интегральной конкурентоспособности туристической компании | 28 | 24 | 4 | 2 | 4 | 2 | 20 | 20 |
| 7 | Использование показателей конъюнктуры и конкурентоспособности на туристическом предприятии | 34 | 30 | 4 | - | - | - | 30 | 30 |
| | Всего по дисциплине | 144 | 140 | 28 | 6 | 16 | 4 | 100 | 130 |
| | Дифф. зачет | - | 4 | | | | | | |
| | Итого | 144 | 144 | | | | | | |

4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

| |
|--|
| Тема 1. Исследование рынка как основа успешного бизнеса |
| 1. Рынок туризма как объект исследования |

| |
|---|
| 2. Спрос на туристическом рынке |
| 3. Предложение на туристическом рынке. |
| 4. Определение конъюнктуры туристического рынка. |
| 5. Факторы, влияющие на изменение конъюнктуры на рынке |
| 6. Методы исследования |
| |
| Тема 2. Туристическая индустрия в условиях конкуренции |
| 1. Конкуренция как основной стимул развития туристической индустрии |
| 2. Конкурентные преимущества туристических предприятий: |
| 3. Классификация туристических преимуществ |
| 4. Определение и сущность конкурентоспособности в туризме |
| 5. Общая характеристика конкурентоспособного предприятия |
| 6. Факторы, влияющие на конкурентоспособность |
| |
| Тема 3. Оценка рыночной конъюнктуры в туризме |
| 1. Основные показатели рынка |
| 2. Методы и техники исследования рыночной конъюнктуры |
| 3. Сущность и этапы прогнозирования |
| 4. Специфика прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры |
| |
| Тема 4. Исследование конкурентоспособности туристического продукта |
| 1. Туристический продукт |
| 2. Этапы оценки |
| 3. Показатели оценки конкурентоспособности туристического продукта |
| 4. Качество - основа конкурентоспособности туристического продукта |
| |
| Тема 5. Исследование конкурентоспособности туристического предприятия |
| 1. Показатели конкурентоспособности туристического предприятия |
| 2. Этапы оценки. |
| 3. Процесс определения конкурентоспособности предприятия |
| |
| Тема 6. Расчеты интегральной конкурентоспособности туристической компании |
| 1. Интегральный показатель конкурентоспособности туристической компании |
| 2. Расчеты показателя конкурентоспособности туристического предприятия во внешней среде |
| 3. Определение конкурентоспособности туристического предприятия на национальном уровне |
| |
| Тема 7. Использование показателей конъюнктуры и конкурентоспособности на туристическом предприятии |

| |
|---|
| 1. Значение конкурентоспособности и конъюнктуры на предприятии. |
| 2. Основные тенденции их использования |
| 3. Управление конкурентоспособностью в рамках антикризисного управления |
| 4. Методы повышения конкурентоспособности товара, предприятия, отрасли, страны. |

4.3. Темы практических занятий

| |
|---|
| Тема 1. Исследование рынка как основа успешного бизнеса |
| 1. Рынок туризма как объект исследования |
| 2. Спрос на туристическом рынке |
| Тема 2. Туристическая индустрия в условиях конкуренции |
| 1. Конкуренция как основной стимул развития туристической индустрии |
| 2. Конкурентные преимущества туристических предприятий: |
| Тема 3. Оценка рыночной конъюнктуры в туризме |
| 1. Основные показатели рынка |
| 2. Методы и техники исследования рыночной конъюнктуры |
| Тема 4. Исследование конкурентоспособности туристического продукта |
| 1. Туристический продукт |
| 2. Этапы оценки |
| Тема 5. Исследование конкурентоспособности туристического предприятия |
| 1. Показатели конкурентоспособности туристического предприятия |
| 2. Этапы оценки. |
| Тема 6. Расчеты интегральной конкурентоспособности туристической компании |
| 1. Интегральный показатель конкурентоспособности туристической компании |
| 2. Расчеты показателя конкурентоспособности туристического предприятия во внешней среде |
| Тема 7. Использование показателей конъюнктуры и конкурентоспособности на туристическом предприятии |
| 1. Значение конкурентоспособности и конъюнктуры на предприятии. |
| 2. Основные тенденции их использования |

4.4 Темы самостоятельной работы

| |
|--|
| Тема 1. Исследование рынка как основа успешного бизнеса |
| 1. Определение конъюнктуры туристического рынка. |
| 2. Факторы, влияющие на изменение конъюнктуры на рынке |
| 3. Методы исследования |
| Тема 2. Туристическая индустрия в условиях конкуренции |
| 1. Общая характеристика конкурентоспособного предприятия |

| |
|---|
| 2. Факторы, влияющие на конкурентоспособность |
| Тема 3. Оценка рыночной конъюнктуры в туризме |
| 1. Сущность и этапы прогнозирования |
| 2. Специфика прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры |
| Тема 4. Исследование конкурентоспособности туристического продукта |
| 1. Показатели оценки конкурентоспособности туристического продукта |
| 2. Качество - основа конкурентоспособности туристического продукта |
| Тема 5. Исследование конкурентоспособности туристического предприятия |
| 1. Этапы оценки. |
| 2. Процесс определения конкурентоспособности предприятия |
| Тема 6. Расчеты интегральной конкурентоспособности туристической компании |
| 1. Расчеты показателя конкурентоспособности туристического предприятия во внешней среде |
| 2. Определение конкурентоспособности туристического предприятия на национальном уровне |
| Тема 7. Использование показателей конъюнктуры и конкурентоспособности на туристическом предприятии |
| 1. Управление конкурентоспособностью в рамках антикризисного управления |
| 2. Методы повышения конкурентоспособности товара, предприятия, отрасли, страны. |

5. Контроль качества освоения дисциплины

Текущий контроль и промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с «Положением о текущей и промежуточной аттестации обучающихся в Автономной некоммерческой организации «Образовательная организация высшего образования» «Университет экономики и управления».

Вид промежуточной аттестации – дифференцированный зачет. Форма проведения промежуточной аттестации – письменно.

Оценочные средства по дисциплине приведены в Приложении 1.

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

1. Моисеенко, Д. Д. Экономика предприятий (организаций) [Электронный ресурс]: Краткий курс лекций/ Д. Д. Моисеенко, Н.С. Узунова. - Электрон. текстовые дан. - Симферополь: АНО"ООВО" "УЭУ", 2017. - 280 с.

2. Моисеенко, Д. Д. Экономика предприятий (организаций): учебно-метод. пособ./ Д. Д. Моисеенко. - Симферополь: АНО"ООВО" "УЭУ", 2018. - 173 с.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

1. Батракова Е.В. Маркетинговые технологии в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для выполнения самостоятельной работы для студентов 4 курса обучающихся по специальности 100401 Туризм/ Батракова Е.В.— Электрон. текстовые данные.— Черкесск: Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия, 2017.— 21 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/27201.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Доступный, социальный и массовый туризм. Проблемы и перспективы развития в России [Электронный ресурс]: монография/ В.Г. Пугиев [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2018.— 504 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51860.html>.— ЭБС «IPRbooks»

3. Статистика туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм»/ — Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2017.— 129 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76345.html>.— ЭБС «IPRbooks»

б) дополнительная литература:

1. Доступный, социальный и массовый туризм. Проблемы и перспективы развития в России [Электронный ресурс]: монография/ В.Г. Пугиев [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2017.— 504 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51860.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Шпырня О.В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства [Электронный ресурс]: учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата «Туризм» и «Гостиничное дело»/ Шпырня О.В.— Электрон. текстовые данные.— Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018.— 119 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78034.html>.— ЭБС «IPRbooks»

3. Правовое регулирование деятельности организаций, оказывающих услуги в сфере здравоохранения, образования и культуры [Электронный ресурс]: научно-практическое пособие/ Н.В. Путило [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации, 2020.— 335 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/23030>.— ЭБС «IPRbooks», по

пароллю

8. Перечень ресурсов информационного-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Туристические серверы. Режимы доступа:
<https://yandex.ru/search/?text=www.tours.ru>
2. Туристская информационная система. Режим доступа: <https://a.pr-cy.ru/>
3. Туристические услуги- Консультант плюс
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_151306/040e8c814311d8627e176bff2632958fee30395a/

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При проведении лекций, лабораторных занятий, самостоятельной работе студентов применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения студентов в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

1. Творческое задание. Выполнение творческих заданий требуют от студента воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода.
2. Групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

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

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет

- (например, «Google chrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
 - программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

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

Для преподавания дисциплины не требуется специальных материально-технических средств (лабораторного оборудования, компьютерных классов и т.п.). Однако во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала.