

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 07.09.2026 14:04:46

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378b4b453161b6059478909829877e9aff5

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Автономная некоммерческая организация

«Образовательная организация высшего образования»

«Университет экономики и управления»

Факультет экономики, управления и юриспруденции

Кафедра экономики и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

_____ **Г.П. Узунова**

«02» февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Б1.О.27 Экономика туристского рынка

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Образовательная программа

Специалист по организации туристской и экскурсионной деятельности

Квалификация выпускника: бакалавр

**Для всех
форм обучения**

г. Симферополь, 2026

Индекс дисциплины по учебному плану	Наименование дисциплины
Б1.О.27	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.27 «Экономика туристского рынка» входит в обязательную часть.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-9
Содержание дисциплины	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», 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-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	14
12. Приложение к РПД	

1. ЦЕЛЬ И ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, 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	УК – 9.1: Знать базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, мотивы поведения субъектов экономической деятельности, цели и формы государственного регулирования экономики УК -9.2: Уметь применять методы экономического и финансового планирования для обоснования экономических решений в различных областях жизнедеятельности УК – 9.3: Владеть навыками применения методов и инструментов экономического, финансового анализа для принятия экономических решений в различных областях жизнедеятельности

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина Б1.О.27 «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»

Дисциплина Б1.О.27 «Экономика туристического рынка» изучается обучающимися очной формы обучения и заочной формы обучения во 6 семестре.

Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовится обучающийся, определены учебным планом, а именно:

- организационно-управленческий;
- технологический;
- сервисный.

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников:

– туристский продукт, включающий основные, дополнительные и сопутствующие туристские услуги, его разработка и проектирование программ туристского обслуживания;

- туристские организации и организации туристской индустрии;
- туристские регионы и территории;
- технологии обслуживания клиентов, технологическая документация и информационные ресурсы;
- потребители туристского продукта, их запросы, потребности и ключевые ценности;
- первичные трудовые коллективы организаций туристской индустрии

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

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

3.1. 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
зачет с оценкой	-

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
зачет с оценкой	4

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО
ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ
КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ
ЗАНЯТИЙ**

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий									
№ 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
	зачет с оценкой	-	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, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИН

Текущий контроль и промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с «Положением о текущем контроле успеваемости 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.

Фонд оценочных средств по дисциплине приведен в приложении к РПД.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Моисеенко, Д. Д. Экономика предприятий (организаций): учебно-метод. пособ. / Д. Д. Моисеенко. - Симферополь: АНО"ООВО" "УЭУ", 2021. - 173 с.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

а) сновная литература:

1. Радыгина, Е. Г. Технологии гостиничной деятельности : учебно-методическое пособие по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (профиль «Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности») / Е. Г. Радыгина. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 80 с. — ISBN 978-5-4486-0051-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/70285.html> (дата обращения: 19.01.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/70285>

2. Организация туристской деятельности по отдельным видам туризма: общие требования безопасности и специфика : учебное пособие для бакалавров / составители Н. С. Кобызев, Е. В. Кобызева. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 123 с. — ISBN 978-5-4497-1616-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119623.html> (дата обращения: 19.01.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Семенова, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие для бакалавров / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 204 с. — ISBN 978-5-394-04356-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102273.html> (дата обращения: 19.01.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература:

1. Радыгина, Е. Г. Технологии гостиничной деятельности : учебно-методическое пособие по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (профиль «Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности») / Е. Г. Радыгина. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 80 с. — ISBN 978-5-4486-0051-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/70285.html> (дата обращения: 19.01.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/70285>

2. Овчаренко, Н. П Организация гостиничного дела : учебное пособие для бакалавров / Н. П Овчаренко, Л. Л. Руденко, И. В. Барашок. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 204 с. — ISBN 978-5-394-02514-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75213.html>

3. Раппопорт, А. В. История туризма в России : учебное пособие / А. В. Раппопорт. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2020. — 267 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115845.html> (дата обращения: 19.01.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Информационно-правовой портал «Гарант»: официальный сайт. — URL: <http://www.garant.ru/> — Текст: электронный.
2. Цифровой образовательный ресурс «IPRsmart»: официальный сайт. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/> — Текст: электронный.
3. Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации: официальный сайт. — URL: <http://russiatourism.ru/> — Текст: электронный.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ (Росстат) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>

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-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО 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.