

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**  
(Финансовый университет)

**Ярославский филиал Финуниверситета**

Кафедра «Менеджмент и общегуманитарные науки»

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор  
ООО «ЯРХОТЭЛ»



« 28 » августа 2026 года

Е. А. Пустовая

УТВЕРЖДАЮ

Директор Ярославского  
филиала Финуниверситета



« 28 » августа 2026 года

В. А. Кваша

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

Направление подготовки: 43.03.03 «Гостиничное дело»  
Профиль: «Гостиничный бизнес»

Автор: А. М. Сальников

*Одобрено на заседании кафедры «Менеджмент и общегуманитарные науки»  
Ярославского филиала Финуниверситета (протокол № 11 от 05.06.2026)*

Ярославль, 2026

### 1. Наименование дисциплины

Дисциплина «Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства» имеет порядковый номер Б.1.1.3.10 в структуре основной образовательной программы по направлению бакалавриата 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Гостиничный бизнес» для очной формы обучения.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами усвоения образовательной программы

| Код компетенции | Наименование компетенции                                                                                                                         | Индикаторы достижения компетенции                                                                                                | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции                                                                                        |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-4           | Способность осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания | 1. Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов.  | Знать: техники проведения мониторинга рынка гостеприимства.<br>Уметь: применять инструмент проведения мониторинга рынка, а также потребителей, конкурентов.                      |
|                 |                                                                                                                                                  | 2. Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий. | Знать: особенности продажи услуг сферы гостеприимства.<br>Уметь: применять техники продажи услуг целевым аудиториям.                                                             |
|                 |                                                                                                                                                  | 3. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет.         | Знать: особенности продвижения услуг гостеприимства по множеству каналов коммуникации с целевыми аудиториями.<br>Уметь: организовывать продвижение услуг, включая сети Интернет. |

### 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

| Вид учебной работы                     | Всего (в з. е. / часах) | Семестр 4 (в часах) |
|----------------------------------------|-------------------------|---------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины          | 5 / 180                 | 180                 |
| Контактная работа - Аудиторные занятия | 68                      | 68                  |
| Лекции                                 | 34                      | 34                  |
| Семинары, практические занятия         | 34                      | 34                  |

|                              |                             |                             |
|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Самостоятельная работа       | 112                         | 112                         |
| Вид текущего контроля        | Домашнее творческое задание | Домашнее творческое задание |
| Вид промежуточной аттестации | Экзамен                     | Экзамен                     |

#### 4. Нормативно-правовые документы, определяющие процедуру оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации студентов

Процедура оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся регулируется соответствующими локальными нормативными актами Финансового университета и филиала, регламентирующими порядок организации и проведения контроля уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций у обучающихся.

#### 5. Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенций

| Наименование компетенции                                                                                                                                | Наименование индикаторов достижения компетенции                                                                                  | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции                                                                   | Типовые контрольные задания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-4. Способность осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания | 1. Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов.  | Знать: техники проведения мониторинга рынка гостеприимства.<br>Уметь: применять инструмент проведения мониторинга рынка, а также потребителей, конкурентов. | Задание 1 Приведите примеры маркетинговых моделей в индустрии туризма и гостеприимства, способствующих снижению сезонности и территориальной неравномерности развития туризма.<br>Задание 2. Проведите маркетинговое исследование о тенденциях развития маркетинга туристской индустрии в России. Дайте оценку методов мониторинга рынка туристских в России и за рубежом. |
|                                                                                                                                                         | 2. Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий. | Знать: особенности продажи услуг сферы гостеприимства.<br>Уметь: применять техники продажи услуг целевым аудиториям.                                        | Задание 3. Разработайте программу продвижения туристских территорий с учетом внедрения современных маркетинговых инструментов.                                                                                                                                                                                                                                             |

|  |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                  |                                                                       |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|  | 3. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет. | Знать: особенности продвижения услуг гостеприимства по множеству каналов коммуникации с целевыми аудиториями.<br>Уметь: организовывать продвижение услуг, включая сети Интернет. | Задание 4.<br>Разработайте программу продвижения туристского продукта |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|

## 6. Материалы для промежуточной аттестации

### 6.1 Примерный перечень вопросов для зачета

1. Рыночная ориентация как современная концепция маркетинга.
2. Особенности формирования индустрии туризма и гостеприимства в России.
3. Особенности формирования индустрии туризма и гостеприимства в мире.
4. Составные элементы индустрии туризма.
5. Особенности и характеристика предлагаемых услуг в индустрии туризма и гостеприимства.
6. Туристическая фирма (агентство): понятие, особенности работы в г. Москва.
7. Перспективы развития гостиничного бизнеса в г. Москва.
8. Оценка маркетинговых возможностей туроператора (турагента, гостиницы, ресторана, дестинации) на рынке с помощью факторов внешней и внутренней среды.
9. Методы сбора первичной и вторичной маркетинговой информации по рынку туризма.
10. Кабинетное и полевое маркетинговое исследование на рынке услуг туризма и гостеприимства.
11. Факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей в сфере туризма и гостеприимства.
12. Модели поведения потребителей на рынке туризма.
13. Понятие конъюнктуры туристского рынка.
14. Выбор целевых сегментов туристского рынка.
15. Позиционирование как категории потребительского восприятия туристского рынка.
16. Методы измерения и прогнозирования спроса на туристском рынке.
17. Оценка возможностей туроператора (турагента, гостиницы, ресторана) на рынке по элементам комплекса маркетинга.
18. Сущность процесса управления маркетингом в индустрии туризма и гостеприимства.
19. Понятие «туристский продукт» с учетом структуры уровней продукта. Туристский продукт страны, города, региона. Продукт гостиницы. Продукт ресторана. Продукт туроператора (турагентства).
20. Определение фазы жизненного цикла конкретного туристского продукта. Использование ЖЦТ в индустрии туризма.
21. Отличие маркетингового подхода к услуге от традиционного.
22. Место и роли цены в комплексе маркетинга.
23. Ценовая политика в индустрии туризма.
24. Основные способы установления цен.
25. Методы принятия маркетинговых решений в области ценообразования.
26. Особенности использования различных средств маркетинговых коммуникаций в индустрии гостеприимства и туризма.

27. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций в индустрии туризма и гостеприимства.
28. Рекламная деятельность в индустрии туризма.
29. PR-деятельность в индустрии туризма.
30. Туристские выставки как объект маркетингового анализа и продвижения.

## 6.2. Пример экзаменационного билета/билета для сдачи зачета

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»  
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

Кафедра «Менеджмент и общегуманитарные науки»  
 Дисциплина «Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства»  
 Филиал Ярославский Форма обучения очная  
 Семестр 4 Направление 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Гостиничный бизнес»

### ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

| №<br>п/п | Вопросы билета                    | Максимальный<br>балл |
|----------|-----------------------------------|----------------------|
| 1        | Теоретический вопрос 1.           | 15 баллов            |
| 2        | Теоретический вопрос 2.           | 15 баллов            |
| 3        | Практико-ориентированное задание. | 30 баллов            |

Подготовил

Фамилия И. О.

Утверждаю:

Заведующий кафедрой  
«Менеджмент и  
общегуманитарные  
науки»

Фамилия И. О.

Дата xx.xx.20xx г.

## 7. Формы внеаудиторной самостоятельной работы студентов, предусмотренные учебным планом

### 7.1 Выполнение формы текущего контроля

Разработать SWOT –анализ для конкретного предприятия индустрии гостеприимства и туризма: гостиницы, ресторана, авиакомпании, туроператора, музея, согласно методическим рекомендациям по разработке SWOT –анализа. Используя представленный шаблон, разработать SWOT-анализ для одного из предприятий индустрии туризма и гостеприимства:

- авиакомпания Аэрофлот-Российские авиалинии;
- авиакомпания Победа;
- любая зарубежная авиакомпания \_\_\_\_\_
- Туроператор «Интурист»
- Туроператор «Тэз тур»
- Гостиница «Марриот»
- любая туроператорская фирма \_\_\_\_\_ (название)
- любая турагентская фирма \_\_\_\_\_ (название)
- любой музей \_\_\_\_\_ (название)
- любая гостиница \_\_\_\_\_ (название)
- любой ресторан \_\_\_\_\_ (название)

Защитить свой SWOT –анализ, представив на его основе стратегии развития.  
Разработать ролик или видеоряд по конкретной туристской дестинации. У каждого студента индивидуальное задание.

## **7.2. Рекомендуемые источники информации:**

### **Нормативно-правовые акты:**

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
2. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. № 1860 “Об утверждении Положения о классификации гостиниц»
3. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 года N 1852 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта»
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. N 1853 г. Москва "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации"
5. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года /Утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года №2129-р
6. Федеральный закон от 28.06.2014 №172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»

### **Основная литература:**

7. Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 7-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20740-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558670>.
8. Быстров, С. А. Организация гостиничного дела : учебное пособие / С.А. Быстров. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2025. — 432 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-00091-514-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2186892>. – Режим доступа: по подписке.
9. Гостиничный менеджмент : учебник / Е.А. Дедусенко, Э.В. Тарасенко, Е.Л. Ильина, А.И. Кошелева : под ред. Л.А. Попова, Э.В.Тарасенко. — Москва : КноРус, 2022. — 250 с. — (Бакалавриат). - ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/941732>. — Текст : электронный.
10. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 166 с. - ISBN 978-5-394-02710-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083012>. – Режим доступа: по подписке.
11. Технология и организация гостиничных услуг : учебник / Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова, С.В. Латынова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/6085. - ISBN 978-5-16-019555-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2127009>. – Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература:**

12. Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для вузов / В. С. Боголюбов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07413-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562141>.
13. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536037>.

14. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16985-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563337>.
15. 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>.
16. Трансформация туристской деятельности в условиях развития цифровой экономики : монография / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, В.А. Жуков [и др.] — Москва : Русайнс, 2021. — 187 с. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/940324>. — Текст : электронный.
17. Устойчивое развитие региона на основе использования рекреационных ресурсов : монография / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, А.В. Кормишова [и др.] — Москва : Русайнс, 2020. — 487 с. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/939738>. — Текст : электронный.