

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

Ярославский филиал Финуниверситета

Кафедра «Менеджмент и общегуманитарные науки»

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

ВРИО Директора
МУЗ «Санаторий «Ясные зори»

Директор Ярославского
филиала Финуниверситета



О. Н. Карулина

«11» июня 2026 года



В. А. Кваша

«16» июня 2026 года

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. 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. 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. 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. 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. 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. 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. Уметь: организовывать продвижение услуг, включая сети Интернет.	Задание 4. 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

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный 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.