МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Рабочая программа дисциплины (модуля)

МОНИТОРИНГ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА И УСЛУГ

Направление и направленность (профиль)
43.03.02 Туризм. Международный туристский бизнес

Год набора на ОПОП
2026

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Мониторинг туристского продукта и услуг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №516) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Каменная Е.О.

Петрова Г.А.

Утверждена на заседании кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса от 28.04.2026 , протокол № 9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Гомилевская Г.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	Galina__1575480626
Номер транзакции	0000000000F6B7FD
Владелец	Гомилевская Г.А.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов теоретических знаний оценки и мониторинга туристских услуг, ознакомление студентов с методами исследования в сфере туризма и развитие навыков использования методов мониторинга туристского продукта и услуг

Основные задачи дисциплины:

- сформировать у студента теоретические знания структуры туристского продукта и услуг, содержание цели и задачи социально-экономического мониторинга;
- выработка у студентов умения разработать программу мониторинга туристского продукта и услуг, оценка состояния и тенденций развития индустрии туризма;
- получение студентами навыков сбора и обработки информации, методами оценки уровня развития и прогнозирования развития туристского продукта и услуг.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
43.03.02 «Туризм» (Б-ТУ)	ОПК-4 : Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1к : Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, проектирования и продвижения туристских услуг	РД3	Навык	использование информационных технологий для сбора и обработки информации при проведении мониторинга туристского продукта и услуг
		ОПК-4.2к : Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	РД1	Знание	теоретические основы продвижения и реализации туристского продукта и услуг с использование информационных технологий
			РД2	Умение	выбора программного обеспечения для сбора и обработки информации при проведении мониторинга туристского продукта и услуг

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	Формирование ценностей	Целевые ориентиры
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Развитие патриотизма и гражданской ответственности	Гражданственность	Культурная идентичность
Формирование духовно-нравственных ценностей		
Воспитание нравственности, милосердия и сострадания	Гуманизм	Гуманность
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям	Историческая память и преемственность поколений	Любовь к стране
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Развитие умения эффективно общаться и сотрудничать	Созидательный труд	Инициативность

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Мониторинг туристского продукта и услуг» относится к обязательной части учебного плана направления подготовки «Туризм».

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче-ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес-тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
43.03.02 Туризм	ОФО	Б1.Б	6	4	55	18	36	0	1	0	89	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Введение. Туризм как комплексный объект изучения. Основные термины.	РД1	2	3	0	15	участие в дискуссии, обсуждение результатов
2	Маркетинговые исследования: основные понятия и содержание. Характеристика и особенности маркетинга в индустрии туризма. Основные термины.	РД1	2	4	0	15	разбор практических задач и обсуждение результатов
3	Общее представление о статистике туризма. Статистическая информация и статистические показатели в туризме.	РД3	2	4	0	15	участие в дискуссии, обсуждение результатов
4	Система статистического учета туристов в системе мониторинга туристского продукта и услуг	РД3	5	10	0	15	участие в дискуссии, обсуждение результатов
5	Методы маркетинговых исследований в системе мониторинга туристского продукта и услуг	РД2	5	10	0	16	участие в дискуссии, обсуждение результатов
6	Система мониторинга туристского продукта и услуг	РД2	2	5	0	13	участие в дискуссии, обсуждение результатов
Итого по таблице			**18**	**36**	**0**	**89**	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Введение. Туризм как комплексный объект изучения. Основные термины.

Содержание темы: Введение в дисциплину. Определения туризма. Туризм и смежные понятия. Классификации туризма: типы, виды и формы туризма. Значение туризма для государства и региона.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие: лекция-беседа, использование презентационного материала. Практическое занятие: выполнение контрольного задания.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: контрольные задания и вопросы.

Тема 2 Маркетинговые исследования: основные понятия и содержание. Характеристика и особенности маркетинга в индустрии туризма. Основные термины.

Содержание темы: Современная концепция маркетинга услуг и ее сущность. Основные термины маркетинга и мониторинга туристского продукта и услуг. Маркетинговые технологии в индустрии туризма.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие: лекция-беседа, использование презентационного материала. Практическое занятие: выполнение практических заданий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: контрольные задания и вопросы.

Тема 3 Общее представление о статистике туризма. Статистическая информация и статистические показатели в туризме.

Содержание темы: История статистики туризма. Понятие о статистике туризма, ее предмет, методы и задачи. Организация статистики туризма.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие: лекция-беседа, использование презентационного материала. Практическое занятие:.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: контрольные задания и вопросы.

Тема 4 Система статистического учета туристов в системе мониторинга туристского продукта и услуг.

Содержание темы: Статистическая информация и статистические показатели в туризме. Показатели туристского спроса и туристского предложения. Методы статистического учета в сфере туризма. Методология составления вспомогательного счета туризма (ВСТ).

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие: лекция-беседа, использование презентационного материала. Практическое занятие: выполнения практических заданий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: контрольные задания и вопросы.

Тема 5 Методы маркетинговых исследований в системе мониторинга туристского продукта и услуг.

Содержание темы: Первичные исследование. Вторичные исследования. Фокус-группы. Углубленное интервью. Наблюдение. Выборочное исследование и статистика. Структура вопросника. Личный опрос. Опрос по телефону. Электронные опросы. Анализ данных Анкетирование.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие: лекция-беседа, использование презентационного материала. Практическое занятие: выполнение практических заданий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка сообщений в устной форме.

Тема 6 Система мониторинга туристского продукта и услуг.

Содержание темы: Виды мониторинга. Методы мониторинга туристского продукта и услуг в мире. Методы мониторинга туристского продукта и услуг в регионах России. Система мониторинга туристского продукта и услуг в Приморском крае.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие: лекция-беседа, использование презентационного материала. Практическое занятие: выполнение практических заданий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: контрольные задания и вопросы.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы (лекции и практические занятия), выполнение практических заданий, представленных в ФОС, выполнение аттестационный мероприятий, эффективную самостоятельную работу.

В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, контрольной работе и подготовке реферата.

Вопросы для самоконтроля знаний

1. Предмет статистики туризма.

2. Этапы научного исследования.

3. Понятие мониторинга и оценки как методов изучения гостиничной и туристской деятельности.

4. Методы оценки и мониторинга.

5. Выборочный метод в исследовании.

6. Количественные и качественные методы.

7. Супервизоры и интервьюеры.

8. Отбор респондентов.

9. Фокус-группы.

10. Методики экспертного опроса: метод Дельфи, метод попарных сравнений.

11. Виды аналитических методов.

12. Методы выбора управленческих решений, оценки альтернатив социально-экономического развития.

13. Экспертный опрос как метод.

14. Проведение оценки и мониторинга.

15. Респонденты в экспертных исследованиях.

16. Достоинства и недостатки экспертного метода.

17. Методы экономических исследований.

18. Наблюдение и сбор фактов.

19. Эксперимент.

20. Моделирование.

21. Анализ и синтез.

22.Системный подход.

23. Индукция и дедукция.

24. Исторический и логический.

25. Графический метод.

26. Статистическая группировка. Ряды распределений. Составление таблиц. Графики и диаграммы.

27. Статистическое измерение и наблюдение.

28. Статистические методы классификации и группировки. Средние величины.

29. Статистические методы анализа взаимосвязи социальных процессов.

30. Статистические методы анализа динамических социальных явлений.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная

информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510093 (дата обращения: 01.03.2023).
2. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме : учебное пособие / А.П. Дурович. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009967-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1838405 (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: по подписке.
3. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / А. В. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 545 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19457-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559876 (дата обращения: 19.05.2026).
4. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15611-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510837 (дата обращения: 01.03.2023).

7.2 Дополнительная литература

1. Латышенко, К. П. Экологический мониторинг : учебник и практикум для вузов / К. П. Латышенко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 450 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17531-8. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560602 (дата обращения: 01.09.2025).

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" - Режим доступа: https://urait.ru/
3. СПС КонсультантПлюс http://www.consultant.ru/
4. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM" - Режим доступа: https://znanium.com/
5. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: http://oaji.net/
6. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: https://www.prlib.ru/

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор

Программное обеспечение:

- Microsoft Office 2010 Suites and Apps Russian

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

МОНИТОРИНГ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА И УСЛУГ

Направление и направленность (профиль)
43.03.02 Туризм. Международный туристский бизнес

Год набора на ОПОП
2026

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
43.03.02 «Туризм» (Б-ТУ)	ОПК-4 : Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1к : Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, проектирования и продвижения туристских услуг
		ОПК-4.2к : Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция ОПК-4 «Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код рез-та	Тип рез-та	Результат	
ОПК-4.1к : Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, проектирования и продвижения туристских услуг	РД 3	Навык	использование информационных технологий для сбора и обработки информации при проведении мониторинга туристского продукта и услуг	Владеет навыками сбора, обработки, оценки информации о состоянии туриндустрии региона
ОПК-4.2к : Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	РД 1	Знание	теоретические основы продвижения и реализации туристского продукта и услуг с использование информационных технологий	Знает профессиональную терминологию по маркетингу и мониторингу
	РД 2	Умение	выбора программного обеспечения для сбора и обработки информации при проведении мониторинга туристского продукта и услуг	Умеет анализировать показатели социально-экономического развития региона

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Очная форма обучения				
РД1	Знание : теоретические основы продвижения и реализации туристского продукта и услуг с использование информационных технологий	1.1. Введение. Туризм как комплексный объект изучения. Основные термины.	Дискуссия	Опрос
			Дискуссия	Тест
			Тест	Опрос
			Тест	Тест
		1.2. Маркетинговые исследования: основные понятия и содержание. Характеристика и особенности маркетинга в индустрии туризма. Основные термины.	Дискуссия	Опрос
			Дискуссия	Тест
			Тест	Опрос
			Тест	Тест
РД2	Умение : выбора программного обеспечения для сбора и обработки информации при проведении мониторинга туристского продукта и услуг	1.5. Методы маркетинговых исследований в системе мониторинга туристского продукта и услуг	Контрольная работа	Проект
			Проект	Проект
		1.6. Система мониторинга туристского продукта и услуг	Контрольная работа	Проект
			Проект	Проект
РД3	Навык : использование информационных технологий для сбора и обработки информации при проведении мониторинга туристского продукта и услуг	1.3. Общее представление о статистике туризма. Статистическая информация и статистические показатели в туризме.	Доклад, сообщение	Реферат
		1.4. Система статистического учета туристов в системе мониторинга туристского продукта и услуг	Доклад, сообщение	Реферат

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство						
	Доклад	Реферат	Тест	Дискуссия	Зачет в устной форме	Контрольные работа	ИТОГО
Лекции						15	15
Практические занятия	15					15	30
Самостоятельная работа				10			10
Промежуточная аттестация		15	20		10		45
Итого	15	15	20	10	10	30	100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Дискуссия

1. Предмет статистики туризма.
2. Этапы научного исследования.
3. Понятие мониторинга и оценки как методов изучения гостиничной и туристской деятельности.
4. Методы оценки и мониторинга.
5. Выборочный метод в исследовании.
6. Количественные и качественные методы.
7. Супервизоры и интервьюеры.
8. Отбор респондентов.
9. Фокус-группы.
10. Методики экспертного опроса: метод Дельфи, метод попарных сравнений.
11. Виды аналитических методов.
12. Методы выбора управленческих решений, оценки альтернатив социально-экономического развития.
13. Экспертный опрос как метод.

14. Проведение оценки и мониторинга.
15. Респонденты в экспертных исследованиях.
16. Достоинства и недостатки экспертного метода.
17. Методы экономических исследований.
18. Наблюдение и сбор фактов.
19. Эксперимент.
20. Моделирование.
21. Анализ и синтез.
22.Системный подход.
23. Индукция и дедукция.
24. Исторический и логический.
25. Графический метод.
26. Статистическая группировка. Ряды распределений. Составление таблиц. Графики и диаграммы.
27. Статистическое измерение и наблюдение.
28. Статистические методы классификации и группировки. Средние величины.
29. Статистические методы анализа взаимосвязи социальных процессов.
30. Статистические методы анализа динамических социальных явлений.

Краткие методические указания

Вопросы позволяют проверить знания студента по дисциплине (для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины). При поиске ответов на вопросы рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме и аргументировал его. Факти ческих ошибок, связанных с пониманием вопроса, нет.
4	8	Ответ студента характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательность ю изложения. Допущено не более одной ошибки при объяснении смысла или содержания во проса.
3	6	Студент проводит самостоятельный анализ основных смысловых составляющих вопроса. Д опущено не более двух ошибок при объяснении смысла или содержания вопроса.
2	4	Ответ студента представляет собой пересказанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Допущено три или более трех ошибок при объяснении смысла или с одержания вопроса.
1	0	Студент затрудняется с ответом. Тема вопроса не раскрыта.

5.2 Вопросы к зачету (устная форма)

1. Какие факторы обуславливают развитие глобального маркетинга?
2. Чем отличаются «маркетинговая ориентация», «ориентация на потребителя», «ориентация на рынок»?
3. В чем сущность и содержание услуги (понятие услуги, ее социально-экономическое значение, характерные признаки)?
4. В чем специфика услуги как товара?
5. Дайте характеристику показателей оценки качества услуг, модели качества.
6. В чем сущность и содержание маркетинга услуг (понятие, эволюция развития, особенности)?
7. В чем основные различия между маркетингом услуг и маркетингом товаров?
8. Дайте характеристику моделей маркетинга услуг.
9. Дайте характеристику рынка туристских услуг.
10. Почему туристская дестинация является основой туристской системы?
11. В чем заключается роль аналитической функции маркетинга в обеспечении процесса принятия управленческих решений?
12. Какие факторы формируют микро- и макросреду маркетинга?

13. Охарактеризуйте методику STEP-анализа.

14. Дайте оценку основных этапов проведения стратегического маркетингового анализа.

15. Модель конкурентных сил Портера и ее использование в оценке конкурентной среды.

16. SWOT-анализ и его возможности.

17. Что понимают под маркетинговыми исследованиями? Каковы задачи и содержание маркетинговых исследований?

18. Укажите источники получения вторичной информации. Приведите примеры.

19. Назовите приемы получения первичной информации.

20. С какой целью проводится сегментация рынка услуг?

21. Что понимается под термином «район обслуживания» применительно к ресторанному бизнесу? Почему для ресторана так важно быть ориентированным на определенный рынок?

22. Какие факторы влияют на конъюнктуру рынка гостиничных услуг?

23. Что означают дополнительные элементы комплекса маркетинга в сфере туризма?

24. Назовите основные маркетинговые стратегии гостиничного бизнеса.

25. Туристская и гостиничная деятельность как объект технологий мониторинга и оценки.

26. Методология мониторинговых исследований.

27. Перечислите основные задачи, стоящие перед статистикой туризма.

28. В чем состоит отличие туристской поездки от путешествия? Перечислите признаки туристской поездки.

29. Проведите группировку туристских поездок по основным целям и продолжительности. Почему туристские поездки группируются по месту постоянного проживания посетителей, а не по их гражданству или национальности?

30. Раскройте содержание понятия туристских расходов.

31. В чем состоит сущность и для чего предназначены стандартные экономико-статистические классификаторы?

32. Что такое статистический показатель? Каковы его особенности?

33. Объясните разницу между прямым и косвенным экономическим воздействием туризма.

34. Что такое мультипликативный эффект? Как он проявляется в туризме?

35. С помощью каких показателей проводится оценка мультипликативного эффекта туристской деятельности?

36. Охарактеризуйте три основных вида туристского мультипликатора, используемых в современной международной практике.

Краткие методические указания

Вопросы к зачету позволяют проверить знания студента по дисциплине. При поиске ответов на вопросы рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме и аргументировал его. Факти ческих ошибок, связанных с пониманием вопроса, нет.
4	5	Ответ студента характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательность ю изложения. Допущено не более одной ошибки при объяснении смысла или содержания во проса.
3	3	Студент проводит самостоятельный анализ основных смысловых составляющих вопроса. Д опущено не более двух ошибок при объяснении смысла или содержания вопроса.
0	0	Студент затрудняется с ответом. Тема вопроса не раскрыта.

5.3 Перечень тем докладов, сообщений

1. Сравните маркетинговую ориентацию, ориентацию на продажи, товарную ориентацию. Какие организационные выводы следуют из каждой концепции маркетинга?
2. Как маркетинговая среда влияет на развитие рынка туристских, гостиничных и ресторанных услуг? Приведите примеры.
3. Какие методы сбора и обработки информации используются при маркетинговых исследованиях?
4. Используя разные источники информации, выделите актуальные проблемы развития туризма в вашем регионе (городе). Какой вклад, на ваш взгляд, может внести статистика туризма в их решение?
5. Основные формы федеральной отчетности в сфере туризма.
6. Перечислите важнейшие показатели, включенные в формы № 1-КСР и № 1-турфирма. Предложите направления совершенствования форм федеральной отчетности в сфере туризма.
7. Назовите основные особенности статистических наблюдений в туризме на региональном и муниципальном уровнях в нашем регионе. Охарактеризуйте перспективные тенденции их развития.
8. Охарактеризуйте основные подходы к экономической оценке туристско-рекреационного потенциала.
9. Используя данные UNWTO и Федерального агентства по туризму, проанализируйте динамику мировых туристских потоков за последние 10 лет.
10. Используя статистические материалы UNWTO, проанализируйте изменения показателей прямого и косвенного вклада туризма в экономику стран «большой двадцатки» за последние 5 лет. Дайте краткий анализ динамики показателей вклада туризма в экономику.

Краткие методические указания

Доклад, как вид самостоятельной работы способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, учит критически мыслить. При написании доклада по заданной теме студент составляет план, подбирает основные источники. В процессе работы с источниками систематизирует полученные сведения, делает выводы и обобщения. Структура доклада: - титульный лист; - оглавление; - введение; - основная часть; - заключение; - список использованных источников. Объем доклада составляет 5 печатных страниц. Необходимы ссылки на используемую литературу.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	15	Студент полностью раскрыл сформулированные задачи, подтвердил примерами. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.
4	10	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения. Допущено не более одной ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.
3	6	Студент проводит довольно самостоятельный анализ основных смысловых составляющих проблемы. Понимает базовые основы и теоретические обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более двух ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.
2	3	Работа представляет собой пересказанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.
1	0	Работа представляет собой полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа, либо проблема не раскрыта, либо задание не выполнялось.

5.4 Перечень тем рефератов

1. Качество, количество и мера в оценке экономических явлений.
2. Качественный и количественный анализ в исследованиях.
3. Качественное и количественное изучение рыночной конкуренции.
8. Особенности математического моделирования в экономике.
9. Экономические модели и их характерные черты.
11. Методика экономического анализа, ее цели и функции.
12. Метод корреляции в экономическом анализе.
13. Метод группировок статистических данных.
14. Методы обработки и анализа статистических данных.
15. Метод репрезентативности данных исследуемых объектов.
16. Подготовка социологического исследования.
17. Методы социологического исследования.
18. Интервью как метод сбора социологической информации.
19. Проблемы статистического учета в туриндустрии.
20. Международные рекомендации по организации статистического учета в туризме.
21. Оценка сезонности развития гостиничного сервиса на примере одного из субъектов РФ.
22. Факторы, определяющие уровень развития туриндустрии.
23. Прогнозирование развития туриндустрии на примере одного из субъектов РФ.
24. Влияние туризма на экономическую и социальную сферы государств.

Краткие методические указания

Реферат рассматривается как конечный продукт, получаемый в результате выполнения исследовательского задания, позволяющий оценить 1) умения студента самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения исследовательской задачи, ориентироваться в информационном пространстве; 2) уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Студенту предлагается из представленного списка тематики рефератов выбрать одну и раскрыть результаты исследуемой проблемы. Реферат предоставляется преподавателю на проверку согласно графику защит, установленного преподавателей в начале изучения дисциплины. Работа оформляется согласно правилам СТО. За просроченное время сдачи реферата на кафедру снижаются баллы. Объем реферата 15-20 стр. Работа выполняется на листах формат А4, в программе Microsoft Word, шрифт Times New Roman, размер шрифта №12. Структура реферата: титульный лист, содержание, введение, основная часть (включает исследование правовых норм в сфере туризма, управление , заключение, список использованных источников (не менее 20 источников), приложение. Защита проекта в виде публичного доклада на 5-7 минут с презентацией. Защита проекта является формой текущего и промежуточного контроля.

Шкала оценки

Показатели	Критерии и баллы				
	1 0 баллов	2 3 баллов	3 5 баллов	4 10 баллов	5 15 баллов
Раскрытие проблемы	Задание не выполнялось.	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.
Представление	Задание не выполнялось.	Представляемая информация логически не связана. Не использованы про	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использова	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Испол

		фессиональные термины.	н 1-2 профессиональный термин.	профессиональных терминов.	ьзовано более 5 профессиональных терминов.
Оформление	Задание не выполнялось.	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3-4 ошибки в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более2 ошибок в представляемой информации.	Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Ответы на вопросы	Задание не выполнялось.	Нет ответов на вопросы.	Только ответы на элементарные вопросы.	Ответы на вопросы полные и/или частично полные.	Ответы на вопросы полные с привидением примеров и/или пояснений.

5.5 Примеры заданий для выполнения контрольных работ

Задание 1. Руководство одной из гостиниц, расположенной на популярном горнолыжном курорте, обратило внимание на общий спад количества туристов и на уменьшение среднего времени их пребывания в гостинице в последние три года. При этом туристический бизнес на курорте находился на подъеме. Было принято решение провести специальное исследование и определить отношение клиентов к качеству обслуживания в гостинице. Не желая причинять неудобств гостям, администрация решила действовать следующим образом: в каждый номер планировалось доставить объявление, извещающее проживающих о цели, времени и месте пребывания. Желающие участвовать в опросе должны были проследовать в холлы гостиницы, где планировалось установить специальные столы. Каким образом формировалась выборка? Оцените действия администрации. Предложите альтернативные варианты получения необходимой информации.

Задание 2. Вы - руководитель службы маркетинга гостиницы, и вас волнуют проблемы внедрения новых услуг, совершенствования ценовой политики и повышения эффективности рекламы. Сформулируйте конкретные задачи для своих сотрудников, проводящих маркетинговые исследования. Объясните, почему определение целей и постановка задач часто считаются самыми ответственными решениями в процессе маркетинговых исследований.

Задание 3. Разработайте самостоятельно анкету для сбора первичной информации о туристских потоках, их объеме и структуре. Обоснуйте целесообразность включения предложенных вами вопросов в анкету.

Проверьте себя:

- Помогает ли ответ на каждый из поставленных вами вопросов достичь цели обследования?

- Является ли формулировка вопросов краткой и ясной?

- Не содержатся ли в формулировках слова, термины, которые могут быть непонятны? Как возможно заменить их, не искажая смысла вопроса?

- Соблюден ли принцип расположения вопросов от простых к сложным? Соблюдена ли логическая последовательность?

- Не вызывают ли вопросы отрицательных эмоций у респондентов? Не задевают ли они достоинства человека?

- Не забыли ли вы включить в анкету варианты ответов на вопросы?

Задание 4. Приведите статистическое определение посетителя. Назовите признаки посетителя, позволяющие отличить его от прочих путешествующих лиц. В чем состоит экономическое содержание понятия «посетитель»?

Можно ли отнести перечисленных ниже путешествующих лиц к категории туристов. Аргументируйте ответ.

1) молодоженов, отправляющихся в свадебное путешествие за границу;

2) политического лидера из Москвы, находящегося в течение дня в Санкт-Петербурге для встречи с избирателями в ходе предвыборной кампании;

3) участников авторалли Париж - Дакар;

4) работника дипломатического представительства государства за границей во время отдыха на курорте;

5) работников, выезжающих за рубеж для установки и наладки оборудования;

6) беженцев?

Задание 5. Проведите тщательный анализ анкеты. В приведенных ниже вопросах найдите ошибки и исправьте их.

Как часто вы путешествуете?

- за рубеж;
- по своей стране.

С какой целью вы выезжали за границу?

- на отдых,
- в поисках работы;
- для посещения родственников и знакомых.

Какова средняя продолжительность ваших поездок?

- от 0 до 3 суток; - от 3 до 7 суток; - от 7 до 28 суток.

Задание 6. Приведите формулу мультипликатора дохода для туристского региона. Используя данные статистических сайтов, рассчитайте мультипликатор дохода для небольшого туристского региона (регион выбирается самостоятельно).

Задание 7. Используя данные Федерального агентства по туризму, определите динамику изменений экономической роли туризма в РФ за последние 10 лет. Используя статистические сборники, проведите анализ динамики въездного и выездного туризма в РФ за период 2018 - 2019 гг. Систематизируете полученные данные в табличной форме, проведите анализ динамики въездного и выездного туризма за указанный период.

Задание 8. Выделите все виды затрат, которые турист производит в ходе туристской проезди, разделите их на группы: предварительные затраты, затраты непосредственно в месте пребывания; затраты по окончании поездки.

Приведите расчет затрат туриста для одного из городов России для каждого из трех видов туристкой поездки (с учетом выделенных групп затрат):

- деловой туризм;
- культурный туризм;
- событийный туризм.

Дестинация для каждого вида туризма выбирается студентом самостоятельно.

Задание 9. В левом столбике в алфавитном порядке перечислены основные методы социологического исследования. В правом столбике в таком же порядке – различные объекты изучения. Какой объект наилучшим образом исследуется каждым из перечисленных методов?

Основные методы:	Объекты изучения:
1. Анкетирование	1. Газетные тексты
2. Изучение документов	2. Индивидуальные особенности сознания
3. Интервью	3. Межличностные отношения
4. Контент-анализ	4. Причинно-следственные связи
5. Наблюдение	5. Протоколы, отчеты, письма
6. Социологический тест	6. Факты поведения людей
7. Социометрический опрос	7. Факты сознания (мнения, интересы и т. д.)
8. Эксперимент	8. Ценностные ориентации и установки

Задание 10. Разработайте карточку эксперта для туристского или гостиничного предприятия.

Задание 11. Имеются следующие данные о численности иностранных граждан, прибывших в N-область в 2019 г. с целью туризма.

Определить относительные показатели сравнения.

Численность иностранных граждан, прибывших в N- область в 2012 г.

Страна	*Количество туристов, чел.*
Великобритания	31
Германия	412
Китай	2
США	22
Эстония	37

Краткие методические указания

Контрольные задания проводятся с целью проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	30	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций, обнаружил всестороннее, глубокое знание учебного материала, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применил их в решении задачи повышенной сложности и предложил единственно правильное решение.
4	20	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе знаний и умений нестандартные ситуации, предусмотренные в задаче.
3	10	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе решения задачи допустил значительные ошибки, проявил отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям.
2	5	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков и предложил непрофессиональное решение ситуационной задачи.
1	0	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. Задача не решена.

5.6 Примеры тестовых заданий

1. Позволяет ли исследование социально-экономических процессов определить:

а) их сущность и реальное содержание, т.е. то, что они представляют собой в действительности, объективно;

б) тенденции, т.е. устойчивую направленность развития изучаемых процессов;

в) присущие им противоречия и т.о. выявить проблемы их функционирования и развития в сложившихся условиях;

г) социальные силы (социальные группы), в интересах которых развиваются те или иные социально-экономические процессы

2. Включает ли социальное исследование следующие методы:

а) выдвижение и проверка гипотез;

б) наблюдение;

в) опрос;

г) выборочное обследование;

д) контент–анализ.

3. Включают ли экономические исследования следующие методы:

а) наблюдение и сбор фактов;
б) эксперимент;
в) моделирование;
г) метод научных абстракций;
д) анализ и синтез;
е) системный подход;
ж) индукция и дедукция;
з) исторический и логический;
е) графический.

4. Укажите, какой из предложенных ниже показателей является анализом, а какой синтезом:

а) сопоставление экономических показателей работы отдельных гостиниц;

б) определение общеотраслевых результатов хозяйствования всей гостиничной отрасли России.

5. Какое определение социологии более точное?

а) социология – наука об обществе

б) социология изучает поведение людей

в) социология – наука о возникновении, развитии и функционировании социальных общностей и социальных процессов, о социальных отношениях как механизмах взаимосвязи и взаимодействия между этими общностями, между общностью и личностью

г) социология изучает механизмы взаимодействия между организациями и социальными институтами

д) вся совокупность связей и отношений, которые носят название социальных

6. Методологический раздел программы эмпирического социологического исследования включает в себя:

а) описание методы обработки и анализа данных

б) описание цели, задач, объекта, предмета исследования, интерпретацию понятий

в) обоснование выборки, обоснование методов сборки данных

г) организационный план исследования

д) распределение обязанностей между исполнителями и учет финансовых ресурсов

7. Что такое объект социологического исследования?

а) содержательная, методическая, организационная конкретизация цели

б) то, что существует вне зависимости от исследователя и на что может быть направлен процесс исследования

в) значимые свойства, стороны, особенности явления, которые подлежат непосредственному изучению

г) значимая сторона социального явления, подлежащая системному анализу

д) определенные общественные отношения.

8. Наиболее распространенным методом сбора социологической информации является:

а) опрос

б) наблюдение

в) эксперимент

г) социометрический тест

д) анализ документов

9. Под репрезентативностью в социологическом эмпирическом исследовании понимают:

а) предположение о свойствах изучаемых объектах

б) часть объектов генеральной совокупности, отобранных с помощью специальных приемов для получения информации

в) совокупность всех возможных социальных объектов, которые подлежат изучению в пределах программы социологического явления

г) свойство выборочной совокупности воспроизводить параметры и значительные элементы генеральной совокупности

д) социальное противоречие, требующее разрешения

10. Примером квазигруппы будет…

а) толпа

б) студенческая группа

в) семья

г) дружеская тусовка

д) трудовой коллектив

11. Отождествления себя с другим субъектом, группой, социальным образом в процессе социализации называется…

а) социализация

б) идентификация

в) институционализация

г) приспособление

д) ассимиляция

12. Количественный анализ документов – это…:

а) контент-анализ

б) интерпретация первичной информации

в) изучение уникальных документов

г) социометрический опрос

13. Социальный статус – это…

а) совокупность действий, которые должен выполнять человек, занимающий определенное место в социальной системе

б) определенная позиция в социальном пространстве

в) устойчивая связь элементов в социальной системе

г) нормативно регулируемое участие индивида в конкретном процессе социального взаимодействия

д) совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих социальных групп, социальных институтов и отношений между ними

14. Выберите наиболее полный набор важнейших дифференцирующих признаков слоя.

а) национальность, вероисповедание, происхождение, доход

б) образование, профессия, доход, престиж

в) профессия, национальность, доход

г) профессия, доход, половозрастные характеристики

д) доход, образование, происхождение, характер потребления благ

15. Какое из перечисленных понятий не имеет прямого отношения к социальной структуре общества

а) стратификация

б) социализация

в) социальная мобильность

г) маргинальность

д) социальный класс

16. Выберете наиболее точную формулировку такого явления, как социальная мобильность:

а) получение человеком новой профессии

б) борьба социальных групп за улучшение своего собственного положения

в) переход общества как социальной системы на более высокую ступень развития

г) изменение условий жизни индивидов

д) продвижение по иерархической социальной вертикали или горизонтали социальных групп или индивидов

17. Как называется метод сбора социальной информации при помощи специально организованной социальной ситуации:

а) метод наблюдения

б) метод интервью

в) социальный эксперимент

г) экспертный опрос

18. Понятие «открытый вопрос» означает:

а) вопрос, который не получил ответа

б) что не предполагается никаких альтернативных вариантов ответа

в) вопрос – подсказка

г) вопрос, на который можно ответить как угодно

19. Мониторинг - это:

а) Наблюдение за состоянием объекта.
б) Прогноз развития объекта.
в) Система наблюдений, анализа и прогноза состояния объекта.
г) Анализ получаемых данных о состоянии и развитии объекта.

20. Предпочтительным методом оценки абсолютных показателей развития рынка является...

а) системный анализ

б) факторный анализ

21.Система показателей развития рынка туристских услуг для регионов включает....

а) среднюю величину туристских расходов в месяц

б) среднюю величину туристских расходов в сутки

в) среднюю величину туристских расходов в год

22. Главная цель проведения мониторинга туриндустрии - это…

а) обеспечении органов государственного и муниципального управления полной, достоверной и своевременной информацией о процессах, протекающих в различных сферах жизнедеятельности населения.

б) определение основных индикаторов, дающих наиболее полное представление о социально-экономическом развитии определенного вида деятельности;

в) диагностику процессов, протекающих, выявление положительных и негативных тенденций;

г) разработку сценариев развития рынка туристских услуг

23.Основными формами организации статистического наблюдения в сфере туризма являются (выберите правильный вариант ответа):

а) первичная и вторичная;

б) через отчетность и с помощью специально проводимых обследований с анкетированием;

в) прогрессивно-интеграционная и базовая.

24. В нижеследующем перечне отметьте основные методы статистического учета туристских прибытий (выберите правильные ответы):

а) учет на туристских предприятиях;

б) учет в средствах размещения;

в) учет на границе;

г) учет на объектах туристского показа;

д) в транспортных средствах во время переездов на маршруте;

ж) все правильно.

25. Что не относится к количественным целям маркетинга дестинаций?

а) увеличение доходов региона;

б) увеличение доли рынков, занимаемых продуктами региона;

в) развитие инвестиционных программ, повышение эффективности инвестиций;

26. Что не относится к качественным целям маркетинга дестинаций?

а) положительное влияние на занятость и региональный рынок труда;

б) достижение стабильного регионального развития;

в) поддержка образовательных, культурных, спортивных и других социальных программ;

г) увеличение производительности труда работников основных и вспомогательных отраслей региона.

Краткие методические указания

Степень усвоения студентами пройденного материала устанавливается по результатам контрольных тестов. Тестирование - система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	20	Студент ответил не менее, чем на 26 вопросов правильно
4	15	Студент ответил не менее, чем на 20 вопросов правильно
3	10	Студент ответил не менее, чем на 15 вопросов правильно
2	5	Студент ответил не менее, чем на 10 вопросов правильно
1	0	Студент ответил менее чем на 10 вопросов правильно