

**Учреждение образования «Белорусский государственный  
экономический университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор Учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

\_\_\_\_\_ В.Н.Шимов

«22» \_\_октября\_\_ 2014 г.

Регистрационный номер № УД 1640-14/баз

**МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В ТУРИЗМЕ**

Учебная программа для специальности  
1-25 81 11 «Экономика и управление туристской индустрией»

2014

**СОСТАВИТЕЛЬ** *Шутилина Н.В.*, доцент кафедры управления туризмом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*Тарасенок А.И.*, доцент кафедры управления туризмом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат географических наук, доцент.

*Решетников Д.Г.*, заместитель декана факультета международных отношений Учреждения образования «Белорусский государственный университет», кандидат географических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой управления туризмом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 1 от 28 августа 2014);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол №1 от 15 октября 2014)

Ответственный за редакцию: Шутилина Н.В.

Ответственный за выпуск: Шутилина Н.В.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по дисциплине «Методы исследований в туризме» разработана в соответствии с образовательным стандартом второй ступени высшего образования (магистратуры) по специальности 1-25 81 11 «Экономика и управление туристской индустрией» и является составной частью комплекса специальных учебных дисциплин, формирующих уровень качества подготовки магистров по программе «Управление и обучение в туристской индустрии».

*Цель преподавания дисциплины* – сформировать у будущих магистров знания, умения и навыки в области теории, методологии и практики исследований в туризме, позволяющие разрабатывать подходы к решению научных и практических задач в данной сфере, методически и дидактически правильно подготавливать и преподавать учебный материал по методам исследований в туризме.

Изучив дисциплину «Методы исследований в туризме», обучаемый должен:

обладать следующими **академическими компетенциями**:

– владеть и применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;

– владеть системным и сравнительным анализом;

– владеть исследовательскими навыками;

– уметь работать самостоятельно;

– быть способным порождать новые идеи (креативность);

– иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером;

иметь следующие **социально-личностные компетенции**:

– обладать качествами гражданственности;

– быть способным к социальному взаимодействию;

– обладать способностью к межличностным коммуникациям;

– уметь работать в команде;

– разрабатывать и предлагать варианты подходов к решению задач исследований в туризме;

– разрабатывать собственные подходы к решению научных и практических задач исследований в туризме;

–выбирать и оценивать способы решения проблем и задач в исследовании туризма;

–применять специальные правила обсуждения в рамках смоделированных производственных ситуаций;

–решать комплексные социальные проблемы в контексте производственных ситуаций;

обладать следующими **профессиональными (методико-дидактическими) компетенциями:**

–анализировать и оценивать подходы к исследованию туризма относительно различных критериев;

–подготавливать методико-дидактические материалы в рамках методов исследования в туризме;

–знать и применять различные методы обучения в решении задач исследований в туризме;

–дифференцированно доносить теорию и практику применения методов исследований в туризме соответствующим целевым группам;

–дифференцированно доносить методы анализа и экспертного прогнозирования соответствующим целевым группам.

#### **Задачи дисциплины:**

– ознакомить с методами исследований в туризме;

– охарактеризовать систему маркетинговых исследований в туризме, их типы и этапы;

– раскрыть сущность количественных и качественных методов исследований;

– развить навыки организации и проведения исследований в туризме.

При изучении дисциплины «Методы исследований в туризме» используются следующие методы обучения и формы организации занятий:

– лекции;

– практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;

– домашние задания по практическому использованию методов исследования в туризме, методике и дидактике преподавания дисциплины;

– консультации преподавателя;

– самостоятельная работа, в которую входит освоение теоретического материала, выполнение домашних заданий, методико-дидактическая подготовка учебного материала.

В результате изучения дисциплины обучаемый должен

**знать:**

- сущность, типы и этапы маркетингового исследования;
- методы сбора и анализа информации при проведении исследований в туризме;
- сущность выборочных исследований;

**уметь:**

- применять на практике знания, полученные в ходе изучения дисциплины;
- выделять и разъяснять сферы применения методов исследований в туризме;
- проводить исследования туристского рынка;
- находить и с помощью научных методов обрабатывать информацию в ходе проведения исследований;

**иметь навыки:**

- проведения исследований в туризме с использованием изученных методов и современного программного обеспечения;
- методико-дидактической подготовки учебного материала.

Всего часов по дисциплине — 48, из них всего часов аудиторных — 24, в том числе 14 часов — лекции, 10 часов — практические занятия. Рекомендуемая форма контроля — зачет.

**ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ**

№ п/п	Наименование темы	Количество часов		
		всего	лекции	практические занятия
1	Система маркетинговых исследований в туризме: виды и этапы исследований	4	2	2
2	Количественные методы исследований в туризме	6	4	2
3	Качественные методы исследований в туризме	4	2	2
4	Методика выборочных исследований	6	4	2
5	Методы анализа информации	4	2	2
	<b>ВСЕГО:</b>	<b>24</b>	<b>14</b>	<b>10</b>

## **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

### **Тема 1. Система маркетинговых исследований в туризме: виды и этапы исследований**

Исследования рынка как важнейшее направление маркетинговых исследований. Сущность понятий «маркетинговые исследования» и «исследование рынка». Виды и принципы проведения исследований.

Основы методологии исследований рынка. Объекты рыночного исследования: тенденции и процессы развития рынка, структура и емкость рынка, его география, динамика продаж, барьеры рынка, состояние конкуренции, конъюнктура рынка, возможности и риски. Основные результаты исследований рынка.

Организация исследования рынка. Формы организации исследований.

Этапы исследования рынка. Разработка концепции исследования: определение целей, постановка проблемы, формирование рабочей гипотезы, определение системы показателей. Получение и анализ данных: разработка рабочего инструментария, сбор, обработка и анализ информации. Результаты и основные выводы исследования: представление результатов исследования, разработка выводов и рекомендаций. Структура и содержание отчёта по результатам исследования рынка.

### **Тема 2. Количественные методы исследований в туризме**

Система сбора первичной информации: количественные и качественные методы.

Особенности количественных исследований.

Опрос как наиболее распространенный количественный метод сбора данных. Классификация опросов. Анкетирование и интервьюирование как основные формы опроса. Инструментарий опроса. Структура анкеты: вводная часть, контактные, основные, контрольные, заключительные вопросы. Шкалы измерений, используемые при формулировке вопросов.

Структурированное интервью, методика его проведения. Проблемы при проведении структурированных интервью.

### **Тема 3. Качественные методы исследований в туризме**

Качественные методы исследований: наблюдение, эксперимент, метод фокус-группы, глубинное интервью, анализ протокола, проекционные методы (ассоциативные методы, испытание при помощи завершения предложений, тестирование иллюстраций, тестирование рисунков, разыгрывание ролей, ретроспективные беседы и беседы с опорой на творческое воображение), физиологические измерения.

Наблюдение. Достоинства и недостатки наблюдения по сравнению с опросом. Классификация наблюдений. Условия проведения наблюдений.

Эксперимент. Достоинства и недостатки эксперимента. Лабораторные и полевые эксперименты, их особенности.

Метод фокус-группы. Формирование фокус-группы, требования к ее участникам. Достоинства и недостатки метода фокус-группы.

Экспертные методы (метод Дельфи, метод мозговой атаки, метод «6.3.5», метод Гордона, метод групповой дискуссии и др.). Основные требования, предъявляемые к экспертам.

### **Тема 4. Методика выборочных исследований**

Особенности выборочных исследований. Процедура выборочных исследований.

Методы формирования выборки (вероятностные и невероятностные). Виды вероятностных выборок: простая случайная, систематическая, стратифицированная, кластерная. Виды невероятностных выборок: выборка по «отозвавшимся», выборка с учетом «удобства», выборка на основе суждений, квотная выборка, типологическая выборка, выборка типа «снежный ком».



Методы определения размера выборки.  
Погрешности, возникающие на этапе сбора информации.

### **Тема 5. Методы анализа информации**

Система анализа информации. Методы анализа информации (описательные, исследования зависимостей, исследования взаимосвязей).

Описательные методы анализа информации: распределение частот, средние величины, вариация. Методы исследования зависимостей: регрессионный анализ, корреляционный анализ, вариационный анализ. Методы исследования взаимосвязей: кластерный анализ, факторный анализ, дискриминантный анализ, метод совместного измерения.

Выбор методов анализа в зависимости от используемых шкал измерения и решаемых задач.

### **ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

#### **Законодательные и нормативные акты**

1. О туризме: Закон Респ. Беларусь от 25 ноября 1999 г. № 326-3: с изм. и доп.: текст по состоянию на 22 декабря 2011 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2012. — № 1. — 2/1878.
2. Об утверждении Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011-2015 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 24 марта 2011 г., № 373 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2011. — № 37. — 5/33538.

### **ЛИТЕРАТУРА**

#### **Основная:**

3. Барчуков, И.С. Методы научных исследований в туризме: учеб. пособие / И.С. Барчуков. — М.: Академия, 2008. — 224 с.
4. Орехов, Н.А. Математические методы и модели в экономике: учеб. пособие / Н.А. Орехов, А.Г. Левин, Е.А. Горбунов; под ред. проф. Н.А. Орехова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 311 с.
5. Соболева, Е.А. Статистика туризма: статистическое наблюдение: учеб. пособие / Е.А. Соболева. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 356 с.

6. Зорина, Т.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Т.Г. Зорина, М.А. Слонимская. – Минск: БГЭУ, 2010. – 411 с.
7. Малхотра, Н.К. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Н.К. Малхотра. – М.: Вильямс, 2002. – 956 с.

**Дополнительная:**

8. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие / И.К. Беляевский. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 320 с.
9. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 1998. – 416 с.
10. Дурович, А.П. Маркетинг гостиниц и ресторанов: учеб. пособие / А.П. Дурович. – М.: Новое знание, 2006. – 632 с.