



Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Программа дисциплины «Научный семинар «Актуальные направления исследований в менеджменте индустрии гостеприимства и туризме»»
для направления 080200.68 «Менеджмент» подготовки магистра

Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования
"Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"

Факультет менеджмента

Программа дисциплины
Научный семинар
«Актуальные направления исследований в индустрии гостеприимства и туризме»

для направления 080200.68 «Менеджмент» подготовки магистра
магистерской программы
«Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»,
специализация «Менеджмент в туризме и гостиничной индустрии»
(1-й год обучения)

Авторы программы:

Предводителева М.Д., к.э.н., доцент mpredvoditeleva@hse.ru

Решетникова К.В., к.э.н., доцент kreshetnikova@hse.ru

Кускова В.В., PhD vkuskova@hotmail.com

Одобрена на заседании кафедры

«Общего и стратегического менеджмента»

«__»_____ 20

г.

Зав. кафедрой Филинов Н.Б.

Рекомендована секцией УМС

«__»_____ 20

г.

Председатель Филинов Н.Б.

Утверждена УС факультета менеджмента

«__»_____ 20 г.

Ученый секретарь Балаева О.Н.

[подпись]

Москва, 2013



Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.

1. Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления подготовки 080200.68 «Менеджмент», обучающихся по магистерской программе «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме», специализация «Менеджмент в туризме и гостиничной индустрии» изучающих дисциплину «Научный семинар «Актуальные направления исследований в индустрии гостеприимства и туризме»».

Программа разработана в соответствии с образовательным стандартом НИУ ВШЭ по направлению подготовки «Менеджмент» (уровень подготовки – магистр) и рабочим учебным планом университета по направлению подготовки «Менеджмент», магистерская программа «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме», специализация «Менеджмент в туризме и гостиничной индустрии».

2. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Научный семинар «Актуальные направления исследований в индустрии гостеприимства и туризме»» являются:

1. Формирование навыка поиска исследовательской тематики, выбора направления исследования и формулировки конкретной темы.
2. Формирование навыков планирования и проведения исследования, включая разработку категориального аппарата исследования, выбор соответствующих целям и задачам исследования методов и методик, сбора и обработки данных.
3. Формирование навыков презентации результатов научного исследования, включая подготовку докладов для российских и международных конференций.
4. Приобретение практического опыта участия в реализации научных проектов, а также опыта консалтинговой деятельности, направленных на решение конкретных задач, поставленных заказчиком.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения НИС студент должен:

Знать:

- принципы выявления и формулирования исследовательских проблем;
- принципы и структуру научного исследования;
- принципы разработки программы эмпирического исследования.

Уметь:

- разрабатывать программы научных исследований;
- определять цели и задачи исследования;
- определить предмет и объект исследования;
- подбирать методы и инструменты проведения исследований;
- осуществлять поиск, сбор, обработку и систематизацию информации по теме исследования.



Иметь навыки (приобрести опыт):

- деятельности по поиску и оценке информации для проведения исследования;
- подготовки научных публикаций.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
Системные			
Способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности	СК-М6	Знает основные источники данных в сфере гостеприимства и туризма; владеет методами сбора и систематизации информации	Практические занятия, анализ конкретных ситуаций, групповые дискуссии
Способен к самостоятельному освоению новых методов исследования, изменению научного и научно-производственного профиля своей деятельности	СК-М3	Знает основные принципы проведения научного исследования; основные подходы к формулировке научных проблем и гипотез, способен определить предмет и объекта исследования; владеет количественными и качественными методами сбора данных	Практические занятия, анализ конкретных ситуаций, групповые дискуссии
Профессиональные			
Способен порождать принципиально новые идеи и продукты, обладает креативностью, инициативностью	СЛК – М8	Способен выявлять актуальные направления исследований в сфере гостеприимства и туризма	Практические занятия, анализ конкретных ситуаций, групповые дискуссии
Способен грамотно и аргументировано публично представлять результаты своей деятельности (научной,	ИК-Б2.5.2_3.1_3.2	Способен публично презентовать результаты работы, представить доклад на конференции	Практические занятия, групповые дискуссии, презентации



Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
профессиональной и др.), свои идеи, точку зрения.			

4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

В соответствии с Образовательным стандартом ФГАОУ ВПО «НИУ Высшая школа экономики» по направлению подготовки 080200.68 «Менеджмент», уровень подготовки «Магистр» Научный семинар «Актуальные направления исследований в индустрии гостеприимства и туризме» является обязательным элементом базового учебного плана магистров. Научный семинар проводится на 1 курсе в 1-4 модуле.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах: «Социология», «Менеджмент», «Маркетинг» и прочих дисциплинах экономико-менеджерального блока.

Для освоения НИС 1-го года обучения в магистратуре студенты должны владеть знаниями и компетенциями в рамках бакалаврского образования. Так как Научный семинар начинается в 1 модуле 1-го года обучения в магистратуре, к обучающимся не предъявляются специфические требования по знаниям и умениям проведения исследовательской работы, тем не менее, они должны:

- Уметь работать с научной литературой для проведения кабинетных исследований;
- Уметь представлять материал в форме презентации;
- Знать основополагающие теории и концепции менеджмента и маркетинга.

Основные знания, умения и навыки, усвоенные в ходе занятий НИСа, должны быть использованы в дальнейшем при написании курсовой работы, а также при изучении дисциплин второго года обучения по специализации «Менеджмент в туризме и гостиничной индустрии» магистерской программы «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме»: «Управление туристическими дестинациями», «Маркетинг в индустрии впечатлений», «Управление человеческими ресурсами в индустрии гостеприимства и туризме», «Ценообразование и управление доходностью в индустрии впечатлений».

5. Тематический план учебной дисциплины

Научно-исследовательский семинар на 1 курсе в значительной степени ориентирован на формирование компетенций научно-исследовательской работы и подготовку курсовой работы.

НИС в первом и втором модуле представляет собой комбинацию «полевых» профориентационных мероприятий, проводимых представителями ведущих российских и зарубежных компаний, с последующими аудиторными занятиями с преподавателями магистерской программы для научной систематизации полученных студентами практических знаний, обсуждение исследовательских подходов к решению обозначенных проблем бизнеса.

Профориентационная часть семинара (начало 1-го модуля) ставит целью сориентировать студентов в реалиях бизнеса и помочь целенаправленно формировать свою карьерную траекторию после окончания обучения в магистратуре.



Вторая форма научного семинара в рамках первого года обучения (первый и второй модуль первого года обучения) - цикл исследовательско-ориентированных занятий, который проводится профессорско-преподавательским составом и ориентирующих студентов на проведение научно-исследовательской работы. На занятиях представляются результаты собственных исследований и сферы научных интересов профессорско-преподавательского состава, занятого на специализации. Предполагается знакомство студентов магистратуры со спецификой методов исследований в данном отраслевом поле, процедурами организации исследовательских проектов и анализа полученных результатов. Эта форма призвана помочь студентам, с одной стороны, выбрать тему курсовой работы и будущей магистерской диссертации и сформировать первоначальный план курсовой работы, а с другой – обеспечить получение необходимых для проведения такого рода деятельности работы знания ключевых подходов, концепций, теорий, методологии исследования, методов и методик.

Кроме того, в рамках первого модуля происходит подготовка студентов к выступлению на молодежной секции ежегодной осенней конференции факультета менеджмента «Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования». Элементами Портфолио при поступлении на данную магистерскую программу, в числе прочего, являются наличие публикаций, опыта работы в отрасли, прохождение учебной практики, а также – прослушанных курсов по менеджменту индустрии туризма и гостеприимства. Поэтому закономерно, что у ряда студентов магистратуры уже существует исследовательский задел в виде курсовой или дипломной работы, а также публикаций, выполненных ими во время обучения в бакалавриате или специалитете. В рамках НИС в первом модуле первого года обучения проводится обсуждение этих работ и подготовка на их основе докладов для факультетской конференции. Благодаря такой форме проведения НИС, студенты получают навыки публичного представления своих исследований в формате конференции, навыки ведения научной дискуссии.

Третья форма НИС первого года - занятия «Academic writing skills» (третий модуль первого года обучения). Данные занятия направлены на развитие у студентов навыков письменной академической работы. Основными темами этого блока являются: выбор и описание темы исследования; определение и описание объекта и предмета исследования; основные источники научной информации и работа с ними при написании научной работы; написание академических текстов; структурирование текстов; формы изложения материала; правила оформления академических текстов; составление и оформление библиографических списков: представление результатов исследования; публичное выступление; особенности представления различных видов информации (графической, количественной и т.п.).

Четвертая форма НИС «Актуальные направления исследований в менеджменте индустрии гостеприимства и туризме» (четвертый модуль первого года обучения) - занятия, проводимые отечественными или иностранными профессорами или специалистами, ведущими исследовательскую работу в отраслевом проблемном поле (представители консалтинговых компаний и пр.), в том числе проводимые в режиме видеоконференции. Занятия направлены на обсуждение проблемного поля проводимых на российском и мировом академическом пространстве исследований в менеджменте индустрии гостеприимства и туризме. Реализация данной формы представляется актуальной именно в конце второго семестра первого года обучения, когда студенты уже выполняют исследование в рамках курсовой работы и выбрали тему дипломной работы.

В течение первого года обучения занятия, вводящие студентов в проблемное поле исследований в области менеджмента гостеприимства и туризма, сочетаются с работой по подготовке курсовой работы и выбором темы магистерской диссертации. Курсовая работа защищается в четвертом модуле. Лучшие работы рекомендуются для представления на



ежегодной конференции факультета менеджмента. Одна или две курсовые работы ежегодно по итогам конкурсного отбора рекомендуются для участия в международной конференции.

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы	Самостоятельная работа
1	Актуальные проблемы мировой и российской индустрии гостеприимства и туризма	38	20	18
2	Направления исследований ППС НИУ ВШЭ в сфере гостеприимства и туризма	42	26	16
4	Academic writing skills	42	28	14
5	Современные направления международных и отечественных исследований в сфере гостеприимства и туризма	58	42	16
	Всего	180	116	64

6. Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1-й модуль	2-й модуль	3-й модуль	4-й модуль	Параметры
Текущий						
Промежуточный	зачет			1		Письменная работа
Итоговый	Экзамен				1	Письменная работа

7. Содержание

Раздел «Актуальные проблемы мировой и российской индустрии гостеприимства и туризма» (1-й модуль)

Основные проблемы управления в гостиничном бизнесе.

Основные направления туроператорской и турагентской деятельности.

MICE индустрия



Подготовка к выступлению на конференции факультета менеджмента.

Раздел «Направления исследований ППС НИУ ВШЭ в сфере гостеприимства и туризма». Примерная тематика (2-й модуль)

1. Исследование удовлетворенности и лояльности клиентов отелей. Понятие удовлетворенности и лояльности. Подходы к определению удовлетворенности и лояльности клиентов отелей. Влияние удовлетворенности клиентов отелей на их поведенческие характеристики. Программы лояльности отелей.

Литература:

Pingitore Gina, Seldin Dan, Walker Arianne (2011). Making Customer Satisfaction Pay: Connecting Survey Data to Financial Outcomes in the Hotel Industry, *Cornell Hospitality Industry Perspectives*, No. 5 (July 2010)

2. Инструменты выявления детерминант удовлетворенности потребителей в туристической отрасли. Инструменты управления качеством (TQM). Специфика детерминант удовлетворенности потребителей в туризме. Использование модели Нориаки Кано в туристическом секторе. Методология Нориаки Кано и пример ее применения для гостиничного бизнеса.

Литература:

Kurt Matzler, Birgit Renzl & Sandra Rothenberger (2006): Measuring the Relative Importance of Service Dimensions in the Formation of Price Satisfaction and Service Satisfaction: A Case Study in the Hotel Industry, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6:3, 179-196

Huiying Li, Qiang Ye & Rob Law (2012): Determinants of Customer Satisfaction in the Hotel Industry: An Application of Online Review Analysis, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, DOI:10.1080/10941665.2012.708351

Wei-Kuo Chang, Chiu-Chi Wei & Nen-Ting Huang (2006): An approach to maximize hospital service quality under budget constraints, *Total Quality Management & Business Excellence*, 17:6, 757-774

Noriaki Kano (1996), "Guide to TQM in Service Industries"

3. Эконометрический анализ туризма. Применение методов статистики и эконометрики для прогнозирования туристических потоков и выявления детерминант спроса на туризм. Исследование отношения потребителей к различным характеристикам туристических благ на примере работы (Vaz, Silva, Manso, 2010).

Литература:

Vanhove N. (2011). *The economics of tourism destinations*. 2nd ed. Amsterdam: Elsevier. Chapter 6: Forecasting tourism demand (pp. 141-168).

Vaz M., Silva J.A., Manso J.P. (2010)/ Regional expression of tourism development. MPRA Paper No. 21716.

Witt S. F., & Witt C. A. (1995). Forecasting tourism demand: A review of empirical research. *International Journal of Forecasting*, 11(3), 447 – 475.

4. Social Science and Hospitality Research Seminar. This seminar provides an opportunity to get an insight into how social scientists approach the challenging issues through empirical research and theoretical analysis. The themes will be explored range over the social science and hospitality management, as well its relations with other disciplines.

Литература:

Robert E. Stake (1995). *The Art of Case Study Research*. Sage Publications
Ladkin Adele(1999) *Life and work history analysis: the value of this research method for hospitality*



and tourism, *Tourism Management*, 20(1):37–45

Laura R. Bronstein and Pamela J. Kovacs (2013). Writing a Mixed Methods Report in Social Work Research. *Research on Social Work Practice*, 23: 354.

5. Инновационная деятельность в индустрии гостеприимства и туризме: специфика, подходы, методы организации. Особенности инновационной деятельности в сервисных отраслях и ее специфика в индустрии гостеприимства. Классификация инноваций в индустрии гостеприимства. Исследовательские подходы к изучению инновационной деятельности в индустрии гостеприимства. Основные направления разработки и внедрения инноваций в отрасли

Литература:

Hertog P.D., Gallouj F., Segers J. Measuring innovation in a 'low-tech' industry: the case of the Dutch hospitality industry. *The Service Industries Journal*, Vol. 31, No. 9, July 2011, pp.1429-1449.

Jones, P. Managing hospitality innovation. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 37(5), 1996, pp. 86–95.

Ottenbacher, M.C. Innovation management in the hospitality industry: Different strategies. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(4), 2007, pp. 431–454.

6. Управление впечатлениями клиентов. Маркетинг в индустрии впечатлений. Понятие и модели управления впечатлениями клиентов. Теоретические подходы к исследованию впечатлений клиентов и их влияния на результаты деятельности компании. Маркетинг в индустрии впечатлений. Разработка программы управления впечатлениями. Оценка эффективности управления впечатлениями.

Литература:

Schmitt B.H, Schmitt B. *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers*, John Wiley & Sons. Inc.. Hoboken. New Jersey, 2003

Schmitt B.H., Rogers D. *Handbook on Brand and Experience Management*, Edward Elgar Publishing Ltd, 2010

Shaw C, Dibeehi Q, Walden S. *Customer Experience: Future Trends and Insights*, Palgrave Macmillan, 2002

Shaw C. *The DNA of Customer Experience: How Emotions Drive Value*, Palgrave Macmillan, 2007

7. Глобальная конкуренция и конкурентоспособность в индустрии туризма и гостеприимства в условиях новой экономики. Научно-исследовательский семинар предполагает изучение научно-теоретических основ теории конкуренции и ее концепций, отражающих особенности новой экономики. Применение методов экономического анализа для исследования структур современного рынка индустрии туризма и гостеприимства и выявления детерминант формирования конкурентоспособности как на уровне отдельных туристских дестинаций, так и на уровне бизнес-структур и их продуктов (услуг). Исследование взаимодействия факторов, создающих устойчивые конкурентные преимущества субъектов бизнес-деятельности и их продуктов с учетом новых вызовов формирующихся глобальных рынков индустрии туризма и гостеприимства, интернационализации хозяйственной деятельности в этой сфере, а также выявление роли государства в создании конкурентной среды.

Литература:

Corporate Rivalry and Market Power: Competition Issues in the Tourism Industry.

A.Papatheodorou(ed.) I. B. Tauris & Company, 256 p., 2006

Visions for Global Tourism Industry Edited by M. Kasimoglu, Hard cover, 486 p. 2009



Философова Т.Г., Быков В.А. Конкуренция, инновации, конкурентоспособность М.:ЮНИТИ, 2009

Раздел «Академическое письмо» (3-й модуль)

1. Введение в понятие «Академическое Письмо»

В рамках этого занятия детально обсуждается понятие академического отчета, его отличие от других письменных работ, цели и задачи. Важное место занимает обсуждение структуры работ публикационного качества, развитие академической речи и слога, улучшение навыков проведения презентации. Также проводится параллель между требованиями к публикациям в России и за рубежом, и основные элементы публикаций разных типов в зарубежных журналах.

Дополнительная Литература: нет

2. Формы научной презентации материала

В рамках этого занятия обсуждаются понятия презентации научного исследования, с уклоном на устную презентацию. Обсуждаются основные черты классической научной презентации, с рекомендациями.

Дополнительная Литература: нет

3. Выбор темы для академического исследования

В рамках этого занятия детально обсуждается выбор темы научного исследования: его актуальность, новизна, широта и глубина, интерес для исследователя и науки в целом.

Дополнительная литература:

1. Colquitt, J. A., & George, G. (2011). Publishing in AMJ—part 1: topic choice. *Academy of Management Journal*, 54(3), 432-435.
2. Davis, M. S. (1971). That's interesting. *Philosophy of the Social Sciences*, 1(2), 309-344.
3. Webb, W. B. (1961). The choice of the problem. *American Psychologist*, 16(5), 223-227.

4. «Введение» как часть научной работы

В рамках этого занятия обсуждаются основные элементы части «введение», требования к ней, варианты написания для различных типов статей.

Дополнительная литература:

1. Bono, J. E., & McNamara, G. (2011). Publishing in AMJ—Part 2: Research design. *Academy of Management Journal*, 54(4), 657-660.
2. Grant, A. M., & Pollock, T. G. (2011). Publishing in AMJ—Part 3: Setting the hook. *Academy of Management Journal*, 54(5), 873-879.

5. Обзор литературы и теоретическое обоснование научного исследования

В рамках этого занятия обсуждаются основные требования к написанию обзора литературы, а именно его объем и релевантность для проведенного исследования. Особое внимание уделяется построению теоретической части работы, дискуссии того, что такое теория, гипотезы, и предположения; правила построения гипотез в научной работе.

Дополнительная литература:

1. Sparrowe, R. T., & Mayer, K. J. (2011). Publishing in AMJ—Part 4: Grounding Hypotheses. *Academy of Management Journal*, 54(6), 1098-1102.
2. McGuire, W. J. (1997). Creative hypothesis generating in psychology: Some useful heuristics. *Annual Review of Psychology*, 48(1), 1-30.



3. Pratt, M. G. (2009). From the editors: For the lack of a boilerplate: Tips on writing up (and reviewing) qualitative research. *Academy of Management Journal*, 52(5), 856-862.
4. Sutton, R. I., & Staw, B. M. (1995). What theory is not. *Administrative science quarterly*, 371-384.
5. Weick, K. E. (1995). What theory is not, theorizing is. *Administrative Science Quarterly*, 40(3), 385-390.
6. Corley, K. (2012). Publishing in AMJ—Part 7: What's Different about Qualitative Research? *Academy of Management Journal*, 55(3), 509-513.
7. Методические рекомендации по написанию теоретической части и обзора литературы разных авторов (предоставляется в формате .pdf)

6. Описание метода, результатов, выводов исследования

В рамках этого занятия обсуждаются соответствие метода исследования выбранной теме, требования к описанию метода исследования, результатов и заключений. Особое внимание уделяется таким элементам как ограничения и значимость исследования для теории и практики.

Дополнительная литература:

1. Geletkanycz, M., & Tepper, B. J. (2012). Publishing in AMJ—Part 6: Discussing the Implications. *Academy of Management Journal*, 55(2), 256-260.
2. Zhang, Y. A., & Shaw, J. D. (2012). Publishing in AMJ—Part 5: Crafting the Methods and Results. *Academy of Management Journal*, 55(1), 8-12.

Контрольные мероприятия и формула расчёта итоговой оценки по разделу «Академическое письмо»

Основной формой контроля является написание научной работы в рамках семинара. Студентам предлагается написать «мини»-курсовую работу со всеми элементами научной публикации. Работа пишется поэтапно, начиная с выбора темы и заканчивая выводами. Студенты должны сдать работу в пять этапов, каждый раз получая обратную связь по сделанной работе:

1. Выбор темы
2. Введение
3. Введение + разработка теории
4. Введение + обзор литературы + теоретическая часть
5. Полностью работа – черновик

Дополнительно, каждый студент должен сделать презентацию по академической статье.

Раздел «Современные направления международных и отечественных исследований в сфере гостеприимства и туризма» (4-й модуль)

Раздел содержит результаты различных исследований, выполненных отечественными и зарубежными коллегами в сфере ИТ в туризме, гостиничном бизнесе, управлении туристическими дестинациями и т.п.

8. Образовательные технологии

В процессе проведения НИС используются разбор практических примеров и задач, групповые дискуссии.



9. Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

9.1. Тематика заданий текущего контроля

Текущий контроль осуществляется в форме выполнения студентами домашних письменных заданий по блоку «Академическое письмо»

9.2. Итоговый контроль

Итоговый контроль представляет собой письменный экзамен.

Вопросы для подготовки к экзамену:

1. Постановка проблемы исследования.
2. Объект и предмет исследования.
3. Формулировка цели и задач исследования.
4. Выбор и обоснование методов сбора данных: качественные методы.
5. Выбор и обоснование методов сбора данных: количественные методы.

Пример задания:

Туристический оператор X рассматривает возможность разработки пакетных туров в страну N, в которую пока из России не существует организованных туров. Расположение страны N, целевую аудиторию, наличие авиасообщения, специфику страны N и её регионов как туристической дестинации и т.п. определите сами. Проведение какого исследования Вы предложите туристическому оператору? Обозначьте проблему, объект и предмет исследования, сформулируйте цели и задачи исследования.

10. Порядок формирования оценок по дисциплине

Накопленная оценка за текущий контроль учитывает результаты студента по текущему контролю следующим образом:

$O_{\text{накопленная}} = O$ промежуточный, где O промежуточный – оценка по блоку «Академическое письмо».

Результирующая оценка за дисциплину рассчитывается следующим образом:

$$O_{\text{результ}} = k_1(0,3) * O_{\text{накопл}} + k_2(0,7) * O_{\text{экс}}$$

На пересдаче студенту не предоставляется возможность получить дополнительный балл для компенсации оценки за текущий контроль.

Все оценки ($O_{\text{накопленная}}$, $O_{\text{промеж.}}$, $O_{\text{результ}}$) округляются в пользу студента.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

11.1. Базовый учебник

Базовый учебник не предусмотрен.

11.2. Основная литература

Е.Г. Галицкая, Е.Б. Галицкий. Маркетинговые исследования. — М: Юрайт, 2012

Baggio R. Quantitative methods in tourism. Channel View Publications, 2011

Hartley, J. (2008). *Academic writing and publishing: a practical guide*. Taylor & Francis.



Murphy, A. (2010). *Academic writing and publishing matters for the scholar-researcher*. Dublin Institute of Technology.

Bailey, S. (2006). *Academic writing: a handbook for international students*. Taylor & Francis.

11.3. Дополнительная литература

Page, S. J. *Tourism management*. Amsterdam [etc.] Elsevier, 2011. - 382 с

Jennings, G. *Tourism research*. Milton John Wiley & Sons Australia, Ltd, 2010. - 454 с.

Коллект. автор *The SAGE handbook of tourism studies*. Los Angeles [etc.] SAGE Publications, 2012. - 716 с.

School of Tourism & Hospitality Management and Commerce & Management Academic Writing Guide. Southern Cross University.

Г. Черчилль, Т. Браун. *Маркетинговые исследования*. – СПб.: Питер, 2007