



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»  
(2-й год обучения)

Авторы программы:

Балашова Г.К., gbalashova@hse.ru

Предводителева М.Д., mpredvoditeleva@hse.ru

Смирнов С.Н., socpol@hse.ru

Хан С., hjh56@cornell.edu

Одобрена на заседании кафедры  
«Общего и стратегического менеджмента»

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20 г.

Зав. кафедрой Филинов Н.Б.

Рекомендована коллегией УМС

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20 г.

Председатель Титова Н.Л.

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, обоснования актуальности направления исследования и формулировки конкретной темы, цели и задач исследования.
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, изучение и практическое освоение компьютерных программ, применяемых для статистического анализа данных (пакета SPSS).
3. Формирование навыков презентации результатов научного исследования, включая подготовку докладов для российских и международных конференций.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате освоения НИС студент должен:

Знать:

- принципы выявления и формулирования исследовательских проблем;
- принципы разработки программы эмпирического исследования;
- принципы и методики сбора данных;
- основные методы кодирования и преобразования данных;
- методы статистического анализа данных в пределах программы курса;
- принципы написания отдельных разделов магистерской диссертации.



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;
- использовать методы анализа собранной информации;
- интерпретировать полученные результаты анализа данных.

Иметь навыки (приобрести опыт):

- аналитической деятельности по поиску, оценке, анализу и интерпретации информации для проведения исследования;
- подготовки научных публикаций;
- публичных выступлений перед представителями академического сообщества

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
<b>Системные</b>			
Способен рефлексировать (оценивать и перерабатывать) освоенные научные методы и способы деятельности	СК-М1	Имеет навык осмысленного подбора, изучения и анализа научной литературы.	Практические занятия, дискуссии, работа над магистерской диссертацией
Способен предлагать концепции, модели, изобретать и использовать новые способы и инструменты профессиональной деятельности	СК-М2	Способен предложить методологию исследования в соответствии и определёнными целями и задачами	Практические занятия, дискуссии, работа над магистерской диссертацией
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, домашняя работа; дискуссии, работа над магистерской диссертацией
Способен выявлять и формулировать актуаль-	ПК-10	Способен написать литературный обзор как самостоятельную	Практические занятия, дис-



Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
ные научные проблемы в области менеджмента, обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями по избранной теме		единицу доклада на конференции/магистерской диссертации; способен провести анализ эмпирического материала; сформулировать выводы	куссии, работа над магистерской диссертацией
Способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления; осуществлять сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации: отчетности организаций различных форм собственности, ведомств и т.д., баз данных, журналов, и др., анализ и обработку этих данных, информацию отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях	ПК-11	Знает основные источники статистических данных в сфере гостеприимства и туризма; владеет методами сбора и систематизации информации	Самостоятельная работа; практически занятия
Способен формулировать и проверять научные гипотезы, выбирать и обосновывать инструментальные средства, современные технические средства и информационные технологии для обработки информации в соответствии с поставленной научной задачей в сфере управления, анализировать результаты расчетов	ПК-12	Способен к проведению самостоятельного исследования	Практические занятия, дискуссии, работа над магистерской диссертацией



Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
и обосновывать полученные выводы			
Способен использовать методы количественного и качественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования в сфере управления	ПК-13	Знает методы количественного анализа данных	Практические занятия (SPSS)
Способен представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада	ПК-14	Способен представить результаты исследования в виде доклада на международной конференции; магистерской диссертации	Практические занятия, групповые дискуссии, презентации докладов

#### 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 2 курсе в 1-2 и 4 модулях.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах: «Социология», «Менеджмент», «Маркетинг», «Методы исследований в индустрии гостеприимства и туризме» и прочих дисциплинах экономико-менеджерального блока. Для освоения НИС 2-го года студенты должны быть знать принципы выявления и формулирования исследовательских проблем; принципы разработки программы эмпирического исследования; уметь определять цели и задачи исследования; предмет и объект исследования; осуществлять деятельности по поиску и оценке информации для проведения исследования.

Основные знания, умения и навыки, усвоенные в ходе занятий НИСа, должны быть использованы в дальнейшем при написании магистерской диссертации, а также при выступлении на отечественных и зарубежных конференциях.

#### 5. Тематический план учебной дисциплины

Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы	Самостоятельная работа
An Introduction to Inquiry	72	16	56
Статистика туризма: методы сбора	72	16	56



данных			
Методы анализа данных	198	32	166
Актуальные направления исследований: отечественная и международная перспектива	126	40	86
<b>Всего</b>	<b>468</b>	<b>104</b>	<b>364</b>

## 6. Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1-й модуль	2-й модуль	3-й модуль	4-й модуль	Параметры
Текущий	Домашняя работа	х	х			Загружается в LMS
Промежуточный	зачет		х			Письм. работа 80 мин
Итоговый	Экзамен				х	

## 7. Содержание

### Раздел «An Introduction to Inquiry» (1-й модуль)

1. **Introducing Research Methods:** This module addresses Epistemological issues in the Social sciences. The choice of research methodology is determined by a combination of several factors. Students will learn the background and aims of social science research, research and scientific method.

2. **Planning a Study:** Students will learn how to build and format research plan and practicalities. And also, this module will explore the standard errors and basic concepts of statistical and substantive significance, beginning a research project, and reviewing the literature.

3. **Science and Intelligent Design:** This module will deal with the logic of science in relation to Ontology and the limitations of science as a method of investigating reality, and how science addresses these limitations to make inferences about reality. Particular attention will be paid to figure out differences between science and intelligent design as alternative approaches to understanding reality.

4. **Measurement of Abstract Concepts:** This module focuses on conceptualizing constructs and how operationalize the choices of measurement. It will be also included the themes special techniques for information gathering, using standard instruments in research and conducting ethical research.

#### *Основная литература:*

- McQueen, R. A. & Knussen C. (2002). Research methods for social science: a practical introduction. Harlow: Prentice Hall. Chapter 1, 2, and 3.

#### *Дополнительная литература:*

- Lancaster, G.(2005). Research methods in management. Amsterdam. Elsevier /Butterworth Heinemann. Chapter 1, 2.
- Johns, N. (2000). Research methods in service industry management. London Cassell.

### Раздел «Статистика туризма: методы сбора данных» (1-й модуль)



### **1. Методологические основы статистики туризма**

Инструментальные определения туризма и смежных понятий. Нормативные документы Всемирной туристской организации ООН: «Международные рекомендации по статистике туризма» и «Сателлитный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа». Российское законодательство о туризме. Виды экономической деятельности, относящиеся к туризму. Формирование собирательной группировки «Туризм» в составе общероссийских классификаторов видов экономической деятельности (ОКВЭД) и продукции по видам экономической деятельности (ОКПД). Источники данных о туризме: регулярные статистические наблюдения, социологические обследования. Ретроданные. Практические приложения статистических данных о туризме (оценка вклада туризма в валовой внутренний продукт и в валовой региональный продукт, определение расходов туристов и размеров туристского потребления, анализ состояния и перспектив развития туристских дестинаций и др.).

### **2. Регулярное статистическое наблюдение**

Национальные органы государственной статистики и их роль в формировании статистики туризма. Формы государственного статистического наблюдения. Периодичность сбора информации. Формирование статистики туристских потоков. Внешняя торговля туристскими услугами. Особенности статистического наблюдения за основными видами экономической деятельности, входящими в собирательную группировку «Туризм». Организация наблюдения за объемами потребления характерных туристских товаров и услуг. Статистика цен на характерные туристские товары и услуги. Формы представления исходной информации. Центральная база статистических данных (ЦБСД) Федеральной службы государственной статистики. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). Построение динамических рядов с использованием данных государственного статистического наблюдения и их практическое использование в аналитических целях и для принятия управленческих решений. Региональный анализ.

### **3. Социологические обследования в туризме**

Необходимость социологических обследований и их роль в формировании статистической информации о туризме. Данные, получаемые в результате социологических обследований (расходы на поездки, объемы потребления товаров и услуг, оценки качества туристских услуг, имиджевые оценки). Виды пунктов опроса. Категории респондентов. Особенности формулировок вопросов в опросных листах туристских обследований. Сроки обследований. Обработка результатов обследований. Распространение результатов обследований на генеральную совокупность. Пилотные и регулярные обследования. Примеры проведения социологических обследований и использования их результатов: зарубежная и российская практика.

#### *Основная литература*

Гельман В.Я. Статистика туризма. М., Издательский центр «Академия», 2010

### **Раздел « Методы анализа данных» (2-й модуль)**

#### **1. Знакомство с пакетом SPSS. Основные приемы работы и организация данных. Изменение значений данных.**

Единица исследования и единица наблюдения. Виды шкал, надежность измерения социальных характеристик.

Анкетирование: типы и виды вопросов, типы и виды анкет.



Матрица данных SPSS. Типы файлов, формат их хранения и расширение: файлы данных, файлы вывода результатов, syntax-файлы. Типы и формат переменных. Запуск SPSS и установка параметров работы. Открытие файла данных. Основные окна SPSS. Панели инструментов. Окно Редактора данных. Запуск процедур анализа. Окно Вывода. Перемещение элементов вывода. Удаление элементов вывода. Настройка отображения элементов вывода. Завершение работы в SPSS.

Способы кодировки данных. Способы ввода данных. Свойства переменных. Изменение типа шкалы измерений. Задание меток переменных. Задание меток значений. Задание пропущенных значений. Прочие свойства переменных. Копирование и вставка свойств переменных

Понятие структуры данных. Подготовка макета базы данных.

Вычисление новых переменных. Группировка данных. Автоматическая перекодировка. Сортировка данных. Отбор наблюдений.

Вычисление новых переменных (процедура Compute): формулировка численных выражений, функции. Формулировка условий, создание индекса.

Перекодировка переменных (процедура Recode): перекодировка в другую переменную, перекодировка в ту же переменную.

Классификация операторов (операторы отношения, логические операторы, функции, вывод условного выражения). Агрегирование данных. Ранговые преобразования.

Вывод значений переменных. Визуальная категоризация. Установка вывода значений и меток значений.

#### *Основная литература*

1. Бююль А., Цефель П. SPSS: искусство обработки информации, анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей. М.: DiaSoft, 2002. С. 26-43, 104-162.

#### *Дополнительная литература*

1. Малхорта, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 3-е издание.: Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. С. 519-536.
2. Наследов А.Д. SPSS: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках. СПб.: Питер, 2005. С. 57-73.
3. Пацюрковский В.В., Пацюрковская В.В. SPSS для социологов. Учебное пособие. - М.: ИСЭПН РАН, 2005. С. 9-56, 57-97, 369-373.

## **2. Описательная статистика. Экспорт таблиц и графиков в другие приложения**

Типы статистических шкал. Интервальные, порядковые, номинальные и дихотомические переменные. Вопросы с множественным выбором.

Меры разброса. Расчёт дисперсии, квартильного размаха, качественной вариации.

Частотные таблицы, форматы частотных таблиц. Описательные статистики.

Построение диаграмм на основе таблиц. Возможности экспорта таблиц и графиков. Процедуры экспорта. Настройка процедур экспорта.

#### *Основная литература*

1. Бююль А., Цефель П. SPSS: искусство обработки информации, анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей. М.: DiaSoft, 2002. С. 91-103.





2. Крыштановский А.О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS. М.: Издательский Дом ВШЭ, 2006. С. 10-38.

*Дополнительная литература*

3. Малхорта, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 3-е издание.: Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. С. 552-594.
4. Наследов А.Д. SPSS: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках. СПб.: Питер, 2005. С. 84-112.
5. Пацюрковский В.В., Пацюрковская В.В. SPSS для социологов. Учебное пособие. - М.: ИСЭПН РАН, 2005. С. 153-184.

**3. Взаимозависимость переменных. Коэффициент корреляции. Коэффициенты сопряженности и условия их применения.**

Создание таблиц сопряженности.

Коэффициенты связи для номинальных переменных: коэффициент  $\chi^2$ , коэффициенты связи, основанные на  $\chi^2$ , коэффициенты связи, основанные на прогнозе.

Коэффициенты связи для порядковых переменных.

Коэффициенты связи для интервальных переменных. Коэффициент корреляции Пирсона. Ранговые коэффициенты корреляции по Спирмену и Кендаллу.

Взаимное пересечение переменных с разными типами шкал. Мера сходства или различия.

*Основная литература*

1. Бююль А., Цефель П. SPSS: искусство обработки информации, анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей. М.: DiaSoft, 2002. С. 180-219, 256-267.
2. Крыштановский А.О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS. М.: Издательский Дом ВШЭ, 2006. С. 67-81.

*Дополнительная литература*

3. Малхорта, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 3-е издание.: Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. С. 640-648.
4. Наследов А.Д. SPSS: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках. СПб.: Питер, 2005. С. 113-136.
5. Пацюрковский В.В., Пацюрковская В.В. SPSS для социологов. Учебное пособие. - М.: ИСЭПН РАН, 2005. С. 231-252.

**4. Дисперсионный анализ**

Дисперсионный анализ и решаемые задачи: сравнение выборок, статистический вывод 1- сравнение доверительных интервалов, статистический вывод 2 – испытание гипотез.

Сравнение средних: сравнение двух независимых выборок, сравнение двух зависимых выборок. Сравнение более двух независимых выборок: разложение на составляющие тренда, априорные контрасты, апостериорные тесты. Сравнение более чем двух зависимых выборок. t-тест одной выборки.

Однофакторный дисперсионный анализ. Одномерный дисперсионный анализ по методу Фишера.

Методы множественных сравнений. Дисперсионный анализ Краскэла-Уоллиса.



#### *Основная литература*

1. Бююль А., Цефель П. SPSS: искусство обработки информации, анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей. М.: DiaSoft, 2002. С. 323-345.
2. Крыштановский А.О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS. М.: Издательский Дом ВШЭ, 2006. С. 82-114.

#### *Дополнительная литература*

3. Малхорта, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 3-е издание.: Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. С. 604-621.
4. Наследов А.Д. SPSS: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках. СПб.: Питер, 2005. С. 178-235.

#### **5. Регрессионный анализ**

Общее описание регрессионной модели. Ограничения модели регрессии.

Множественный регрессионный анализ.

Регрессионная модель с использованием фиктивных переменных.

Логистическая регрессия

#### *Основная литература*

1. Бююль А., Цефель П. SPSS: искусство обработки информации, анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей. М.: DiaSoft, 2002. С. 269-310.
2. Крыштановский А.О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS. М.: Издательский Дом ВШЭ, 2006. С. 115-190.

#### *Дополнительная литература*

3. Малхорта, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 3-е издание.: Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. С. 649-672.
4. Наследов А.Д. SPSS: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках. СПб.: Питер, 2005. С. 236-265.
5. Пацюрковский В.В., Пацюрковская В.В. SPSS для социологов. Учебное пособие. - М.: ИСЭПН РАН, 2005. С. 275-292.

#### **6. Факторный и кластерный анализ**

Сущность, типологизация и прикладная направленность задач снижения размерности.

Сущность методов факторного анализа и их классификация. Общий алгоритм и теоретические проблемы факторного анализа. Метод главных компонент. Метод главных факторов. Метод максимального правдоподобия. Вращение пространства общих факторов.

Классификация без обучения (кластерный анализ). Общая постановка задачи кластерного анализа. Расстояния между отдельными объектами и меры близости объектов друг к другу. Расстояния между классами объектов. Меры сходства. Параллельные и последовательные кластерные процедуры.

Общая характеристика методов кластерного анализа. Иерархический кластерный анализ. Метод k-средних. Метод поиска сгущений. Критерии качества классификации.

#### *Основная литература*



1. Бююль А., Цефель П. SPSS: искусство обработки информации, анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей. М.: DiaSoft, 2002. С. 368-373, 384-392, 397-408.
2. Крыштановский А.О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS. М.: Издательский Дом ВШЭ, 2006. С. 191-216.

#### Дополнительная литература

3. Малхорта, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 3-е издание.: Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. С. 717-739, 747-768.
4. Наследов А.Д. SPSS: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках. СПб.: Питер, 2005. С. 280-297, 315-330.
5. Пацюрковский В.В., Пацюрковская В.В. SPSS для социологов. Учебное пособие. - М.: ИСЭПН РАН, 2005. С. 317-327.

Раздел «Актуальные направления исследований: отечественная и международная перспективы» (4 модуль) включает в себя следующие элементы:

- Представление результатов исследований ведущими российскими исследователями в сфере гостеприимства и туризма;
- Представление результатов исследований ведущими российскими исследователями в сфере гостеприимства и туризма;
- Предзащиты магистерских диссертаций студентов;
- Презентации результатов исследований в формате доклада на конференции (в т.ч. с учётом международной экспертизы).

### 8. Образовательные технологии

В процессе проведения НИС используются разбор практических примеров и задач, групповые дискуссии, работа с пакетом SPSS.

### 9. Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

#### 9.1. Тематика заданий текущего контроля

В рамках НИСа выполняются два домашних задания.

Домашнее задание № 1 выполняется по тематике «Статистика туризма: методы сбора данных».

Пример:

Провести сравнительный анализ ретроспективных тенденций двух показателей статистики туризма на основе данных ЦБСД Росстата или ЕМИСС и подготовить на основе полученных результатов аналитическую записку.

Домашнее задание № 2 выполняется по тематике «Методы анализа данных»

Пример:

Практическое задание по SPSS (в соответствии со своим вариантом):

- Выбрать тип шкалы измерений для вопросов в предложенной анкете.
- Создать макет анкеты: задать для вопросов анкеты имена и метки переменных, метки значений, пропущенных значений.

На основе предоставленной базы данных.

- Вычислить новые переменные.
- Вычислить агрегированные данные.
- Произвести отбор наблюдений из предложенного файла.



- Построить диаграммы на основе таблиц одномерных распределений.
- Подсчитать основные статистические коэффициенты для одномерных распределений.
- Экспортировать результаты в документ Word и книгу Excel.

Домашняя работа сдаётся в письменной форме в системе LMS между 3-им и 5-ым занятиями из семи (занятие равно 4 ак. часам) блока "Методы анализа данных". В случае, если домашняя работа не сдаётся в установленный срок без уважительной причины, которой является справка из государственного медицинского учреждения, соответствующая составляющая при расчете накопленной оценки приравнивается к нулю.

При выполнении домашней и зачётной работы каждый студент должен работать самостоятельно. Идентичные работы будут оцениваться в 0 баллов каждая.

## 9.2. Итоговый контроль

Итоговый контроль – экзамен (4 модуль) и зачёт (2 модуль).

Экзаменационное задание имеет интегрирующий характер и представляет собой критический анализ научной статьи.

Зачёт проводится по теме «Методы анализа данных» (письменная работа 80 минут) (в соответствии со своим вариантом).

При выполнении зачётной работы не разрешается пользоваться учебниками и конспектами, при этом студент не должен превышать время, отведенное для сдачи зачета.

## 10. Порядок формирования оценок по дисциплине

Накопленная оценка за текущий контроль первого этапа обучения (1 и 2 модуль) учитывает результаты студента по текущему контролю следующим образом:

$$O_{\text{накопленная 1 этапа}} = O_{\text{текущий 1 этапа}}$$

где  $O_{\text{текущий 1 этапа}}$  рассчитывается как взвешенная сумма всех форм текущего контроля, предусмотренных в РУП в 1 и 2 модуле:

$$O_{\text{текущий 1 этапа}} = 0,5 \cdot O_{\text{д/з1}} + 0,5 \cdot O_{\text{д/з2}}$$

Способ округления накопленной оценки текущего контроля: арифметический.

Результующая оценка промежуточного контроля первого этапа рассчитывается следующим образом:

$$O_{\text{промежуточная 1 этапа}} = 0,6 \cdot O_{\text{текущий 1 этапа}} + 0,4 \cdot O_{\text{промежуточный (зачет)}}$$

Результующая оценка промежуточного контроля второго этапа (3 и 4 модули) рассчитывается следующим образом:

$$O_{\text{промежуточная 2 этапа}} = O_{\text{промежуточный (экзамен)}}$$

Итоговая накопленная оценка за дисциплину рассчитывается как

$$O_{\text{накопленная Итоговая}} = O_{\text{промежуточная 1 этапа}}$$

Результующая итоговая оценка за дисциплину рассчитывается следующим образом:



$$O_{результир.} = 0,7 \cdot O_{промежуточная\ 1\ этапа} + 0,3 \cdot O_{промежуточная\ 2\ этапа}$$

Способ округления всех результирующих оценок - арифметический.

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

## **11. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **11.1. Базовый учебник**

Ввиду комплексного характера НИСа базового учебника не предусмотрено

### **11.2. Основная литература**

1. Е.Г. Галицкая, Е.Б. Галицкий. Маркетинговые исследования. — М: Юрайт, 2012
2. Гельман В.Я. Статистика туризма. М., Издательский центр «Академия», 2010
3. Бююль А., Цефель П. SPSS: искусство обработки информации, анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей. М.: DiaSoft, 2002. Доступно по ссылке [http://lms.hse.ru/student.php?ctg=control\\_panel&view=227511](http://lms.hse.ru/student.php?ctg=control_panel&view=227511)
4. Крыштановский А.О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS. М.: ГУ–ВШЭ, 2006. Доступно по ссылке [http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file\\_manager&view=258791](http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file_manager&view=258791)
5. McQueen, R. A. & Knussen C. (2002). Research methods for social science: a practical introduction. Harlow: Prentice Hall. Chapter 1, 2, and 3.

### **11.3. Дополнительная литература**

1. Пациорковский В.В., Пациорковская В.В. SPSS для социологов. Учебное пособие. - М.: ИСЭПН РАН, 2005. Доступно по ссылке [http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file\\_manager&view=227517](http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file_manager&view=227517)
2. Наследов А.Д. SPSS: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках. СПб.: Питер, 2005. [http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file\\_manager&view=258816](http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file_manager&view=258816), [http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file\\_manager&view=258817](http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file_manager&view=258817), [http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file\\_manager&view=258818](http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file_manager&view=258818)
3. Малхорта, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 3-е издание.: Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. Доступно по ссылкам [http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file\\_manager&view=259353](http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file_manager&view=259353), [http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file\\_manager&view=259354](http://lms.hse.ru/professor.php?ctg=file_manager&view=259354).
4. Lancaster, G.(2005). Research methods in management. Amsterdam. Elsevier /Butterworth Heinemann. Chapter 1, 2.
5. Johns, N. (2000). Research methods in service industry management. London Cassell.