



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшая школа индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
27 апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТСКИМ ОПЫТОМ И СЕРВИСОМ В ИНДУСТРИИ
ВПЕЧАТЛЕНИЙ (МОДУЛЯ)**

Направление подготовки
43.03.02 «Туризм»

Направленность
«Экономика впечатлений»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	6
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	6
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	6
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	8
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	8
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	9
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	15
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	23
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	23
3.2. Задания для самостоятельной работы	27
Кейс «КОНКУРЕНТНАЯ БОРЬБА	27
Подготовка к выполнению задания.....	27
Исходные данные	27
Содержание отчета.....	27
Основная литература.....	29
Дополнительная литература.....	29
Основная литература.....	30
Дополнительная литература.....	30
Постановка задачи.....	31
Программа исследования.....	32
Основная литература.....	33
Дополнительная литература.....	33
Основная литература.....	35
Дополнительная литература.....	35

Кейс YCC — YOUR CONCEPT CAR.....	36
Разработка товара на основе анализа потребления.....	36
Основные вопросы.....	38
Основная литература.....	38
Дополнительная литература.....	38
Основная литература.....	43
Дополнительная литература.....	44
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	44
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	46
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	46
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	46
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	46
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	46
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	47
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	49
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	49
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	59
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	61
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)...	61
5.1.1. Основная литература.....	61
5.1.2. Дополнительная литература.....	61
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	61
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	62

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	63
5.4.1. Средства информационных технологий	63
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	63
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	63
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	64
5.6. Образовательные технологии.....	64
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	66


Рабочая программа дисциплины (модуля) «Управление клиентским опытом и сервисом в индустрии впечатлений (модуля)» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017г. № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Управление клиентским опытом и сервисом в индустрии впечатлений (модуля)» разработана рабочей группой в составе: старшего преподавателя Галстян В.В.

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Управление клиентским опытом и сервисом в индустрии впечатлений» обсуждена и утверждена на заседании кафедры на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года


Заведующий кафедрой
канд. геогр. наук, доцент



(подпись) В.Ш. Хетагурова

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей :


ООО «Спутник»
директор



(подпись) А.В. Горбачевская

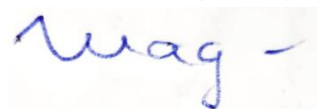
Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Кандидат исторических наук,
Ведущий советник Отдела по
взаимодействию с органами
государственной власти АНО «Больше,
чем путешествие», Москва



(подпись) М.С. Федорова

Кандидат экономических наук, доцент
Доцент кафедры ресторанно-
гостиничного бизнеса и гастрономии
(РГСУ)



(подпись) И.Г. Шадская

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о качестве процессов оказания услуг туристской фирмы, гостиничного предприятия и предприятия общественного питания в рыночных условиях и практических навыков по обеспечению требуемого качества процессов оказания туристских, гостиничных услуг, услуг предприятия общественного питания в соответствии с международными и национальными стандартами.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Приобретение навыков оценки качества оказания услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон туристской, гостиничной сферы и сферы общественного питания;
2. Уметь обеспечить требуемое качество процессов оказания туристских, гостиничных услуг и услуг общественного питания в соответствии с международными и национальными стандартами;
3. Приобретение навыков обеспечения безопасности обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-3, ОПК-7 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Качество	ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3.1 Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон ОПК-3.2 Обеспечивает требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами	<i>Знать:</i> объекты стандартизации и сертификации в туристской индустрии; нормативные документы, регулирующие качество процессов оказания услуг в туристской индустрии; требования нормативных документов по качеству, методы изучения мнения потребителей и заинтересованных сторон, международные

			<p>и национальные стандарты.</p> <p><i>Уметь:</i> определять, анализировать и оценивать объекты стандартизации и сертификации по качеству оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон.</p>
<p>Безопасность жизнедеятельности</p>	<p>ОПК-7 Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности</p>	<p>ОПК-7.1 Обеспечивает безопасность обслуживания потребителей туристских услуг</p> <p>ОПК-7.2 Соблюдает требования охраны труда и техники безопасности в подразделениях предприятий избранной сферы деятельности</p>	<p>Знать: основные риски в туризме, основные направления деятельности туристских предприятий по обеспечению безопасности обслуживания потребителей, нормы и правила охраны труда и техники безопасности.</p> <p>Уметь: анализировать условия и факторы, влияющие на обеспечение безопасности потребителей туристских услуг, использовать полученные</p>

			знания по обеспечению безопасности обслуживания потребителей.
--	--	--	---------------------------------------------------------------

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		3	4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	110	54	56
Лекционные занятия	36	18	18
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Практические занятия	72	36	36
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Консультации / Иная контактная работа	2		2
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Самостоятельная работа обучающихся	79	45	34
Контроль промежуточной аттестации	27	9	18
Форма промежуточной аттестации		Зачет	Экзамен
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	216	108	108

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		3	4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	74	36	38
Лекционные занятия	24	12	12
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Практические занятия	48	24	24

<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Консультации / Иная контактная работа	2		2
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Самостоятельная работа обучающихся	115	63	52
Контроль промежуточной аттестации	27	9	18
Форма промежуточной аттестации		Зачет	Экзамен
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	216	108	108

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	26	12	14
Лекционные занятия	8	4	4
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Практические занятия	16	8	8
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Консультации / Иная контактная работа	2		2
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Самостоятельная работа обучающихся	177	92	85
Контроль промежуточной аттестации	13	4	9
Форма промежуточной аттестации			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	216	108	108

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	оательная	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Модуль 1 (Семестр 3)									
Раздел 1. Теоретические основы сервисной деятельности	33	15	18	6	12				
Тема 1.2. <i>Понятие и сущность услуги</i>	16	7	9	3	6				
Тема 1.2. Качество услуг и качество обслуживания в сфере сервиса	17	8	9	3	6				
Раздел 2. Классификация потребителей услуг	33	15	18	6	12				
Тема 2.2. Потребитель. Виды и типы потребителей услуг	16	7	9	3	6				
Тема 2.2. Предложение услуг различным клиентам	17	8	9	3	6				
Раздел 3. Общение и восприятие. Анализ поведения клиента	33	15	18	6	12				
Тема 3.1. Анализ поведения клиента. Анализ поведения гостя	16	7	9	3	6				
Тема 3.2. Требования к персоналу в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания	17	8	9	3	6				
Контроль промежуточной аттестации (час)	9								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Зачет								
Общий объем, часов	108	45	54	18	36				
Модуль 2 (Семестр 4)									
Раздел 4. Модели потребительского поведения и сегментирование потребителей	29	11	18	6	12				
Тема 4.1. Теория потребительского поведения	14	5	9	3	6				
Тема 4.2. Мотивирование потребителя к принятию решения	15	6	9	3	6				
Раздел 5. Формирование лояльности клиента предприятий туризма, гостиничного бизнеса и общественного питания	29	11	18	6	12				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Тема 5.1. Понятие и виды программ лояльности	14	5	9	3		6		
Тема 5.2. Анализ уровня лояльности клиентов	15	6	9	3		6		
Раздел 6. Разработка программы мероприятий, направленных на привлечение клиентов в средство размещения, предприятие общественного питания, туроператорскую или турагентскую фирму	30	12	18	6		12		
Тема 6.1. Виды мероприятий по привлечению клиентов в средство размещения	15	6	9	3		6		
Тема 6.2. Основные этапы программы привлечения клиентов в средство размещения, предприятие питания, туристскую фирму	15	6	9	3		6		
Контроль промежуточной аттестации (час)	18							
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Экзамен							
Общий объем, часов	108	34	56	18		36		2
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	216	79	110	36		72		2

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов
--------------	------------------------------------------

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия из них: в форме практической подготовки	Практические занятия из них: в форме практической подготовки	Консультации из них: в форме практической подготовки		
Модуль 1 (Семестр 3)								
Раздел 1. Теоретические основы сервисной деятельности	33	21	12	4		8		
Тема 1.2. <i>Понятие и сущность услуги</i>	16	10	6	2		4		
Тема 1.2. Качество услуг и качество обслуживания в сфере сервиса	17	11	6	2		4		
Раздел 2. Классификация потребителей услуг	33	21	12	4		8		
Тема 2.2. Потребитель. Виды и типы потребителей услуг	16	10	6	2		4		
Тема 2.2. Предложение услуг различным клиентам	17	11	6	2		4		
Раздел 3. Общение и восприятие. Анализ поведения клиента	33	21	12	4		8		
Тема 3.1. Анализ поведения клиента. Анализ поведения гостя	16	10	6	2		4		
Тема 3.2. Требования к персоналу в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания	17	11	6	2		4		
Контроль промежуточной аттестации (час)	9							
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	зачет							
Общий объем, часов	108	63	36	12		24		
Модуль 1 (Семестр 4)								
Раздел 4. Модели потребительского поведения и сегментирование потребителей	29	17	12	4		8		
Тема 4.1. Теория потребительского поведения	14	8	6	2		4		
Тема 4.2. Мотивирование потребителя к принятию решения	15	9	6	2		4		

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Раздел 5. Формирование лояльности клиента предприятий туризма, гостиничного бизнеса и общественного питания	29	17	12	4		8		
Тема 5.1. Понятие и виды программ лояльности	14	8	6	2		4		
Тема 5.2. Анализ уровня лояльности клиентов	15	9	6	2		4		
Раздел 6. Разработка программы мероприятий, направленных на привлечение клиентов в средство размещения, предприятие общественного питания, туроператорскую или турагентскую фирму	30	18	12	4		8		
Тема 6.1. Виды мероприятий по привлечению клиентов в средство размещения	15	9	6	2		4		
Тема 6.2. Основные этапы программы привлечения клиентов в средство размещения, предприятие питания, туристскую фирму	15	9	6	2		4		
Контроль промежуточной аттестации (час)	18							
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Экзамен							
Общий объем, часов	108	52	38	12		24		2
Общий объем по дисциплине, часов	216	115	74	24		48		2

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов
--------------	------------------------------------------

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Модуль 1 (курс 3 Семестр 1-2)								
Раздел 1. Теоретические основы сервисной деятельности	34	30	4	2		2		
Тема 1.2. <i>Понятие и сущность услуги</i>	17	15	2	1		1		
Тема 1.2. Качество услуг и качество обслуживания в сфере сервиса	17	15	2	1		1		
Раздел 2. Классификация потребителей услуг	34	30	4	2		2		
Тема 2.2. Потребитель. Виды и типы потребителей услуг	17	15	2	1		1		
Тема 2.2. Предложение услуг различным клиентам	17	15	2	1		1		
Раздел 3. Общение и восприятие. Анализ поведения клиента	36	32	4			4		
Тема 3.1. Анализ поведения клиента. Анализ поведения гостя	18	16	2			2		
Тема 3.2. Требования к персоналу в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания	18	16	2			2		
Контроль промежуточной аттестации (час)	4							
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Зачет							
Общий объем, часов	108	92	12	4		8		
Модуль 1 (курс 3 Семестр 3-4)								
Раздел 4. Модели потребительского поведения и сегментирование потребителей	32	28	4	2		2		
Тема 4.1. Теория потребительского поведения	16	14	2	1		1		
Тема 4.2. Мотивирование потребителя к принятию решения	16	14	2	1		1		
Раздел 5. Формирование лояльности клиента предприятий туризма, гостиничного бизнеса и общественного питания	32	28	4	2		2		
Тема 5.1. Понятие и виды программ лояльности	16	14	2	1		1		
Тема 5.2. Анализ уровня лояльности клиентов	16	14	2	1		1		
Раздел 6. Разработка программы мероприятий, направленных на привлечение клиентов в средство размещения, предприятие общественного питания, туроператорскую или турагентскую фирму	33	29	4			4		
Тема 6.1. Виды мероприятий по привлечению клиентов в средство размещения	16	14	2			2		
Тема 6.2. Основные этапы программы привлечения клиентов в средство размещения, предприятие питания, туристскую фирму	17	15	2			2		
Контроль промежуточной аттестации (час)	9							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия из них: в форме практической подготовки	Практические занятия из них: в форме практической подготовки	Консультации из них: в форме практической подготовки	экзамен	
Форма промежуточной аттестации (указать)								
Общий объем, часов	108	85	14	4		8		2
Общий объем по дисциплине, часов	216	177	26	8		16		2

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель: в получении обучающимися теоретических знаний о сущности, функциях и закономерностях сервисной деятельности и практических навыков предпринимательской деятельности в сфере сервиса.

Перечень изучаемых элементов содержания: сервисная деятельность; услуга; потребитель услуги; клиент; гость; обслуживание; удовлетворенность потребителей; индекс удовлетворенности потребителей; качество услуг и качество обслуживания в сфере сервиса.

Тема 1. Понятие и сущность услуги

Цель: в получении обучающимися теоретических знаний об услугах в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания и практических навыков сервисной деятельности.

Тема 2. Качество услуг и качество обслуживания в сфере сервиса

Цель: в получении обучающимися знаний о качестве услуг и понятии удовлетворенность потребителя

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.1

Форма практического задания: написание эссе и подготовка и участие в круглом столе по темам:

- 1) Кастомизация услуги в туристском и гостиничном бизнесе, в общественном питании и иных сферах сервиса
- 2) Влияние новых технологий на традиционные формы обслуживания в сфере сервиса
- 3) Особенности оказания услуг в туризме, гостиничном бизнесе и общественном питании и их влияние на въездной туризм в России

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

1. Тщательная оценка возможных вариантов свидетельствует о следующем типе принятия решения:

Выберите один правильный ответ

- обыденное решение в рамках повторного приобретения
- расширенное решение проблемы в рамках первичной покупки
- импульсная покупка как один из вариантов ограниченного решения
- поиск разнообразия как вариант смены торговой марки

- ограниченное решение проблемы в рамках первичной покупки
2. Какие факторы определяют типологию процессов принятия решения потребителем:
Выберите все правильные ответы (один или несколько)
- уровень образования
 - время принятия решения
 - убеждения потребителя
 - сложность проблемы
 - степень научной достоверности
3. Преобладание эмоциональной составляющей в процессе приобретения свидетельствует о следующем типе принятия решения:
Выберите один правильный ответ
- поиск разнообразия как вариант смены торговой марки
 - ограниченное решение проблемы в рамках первичной покупки
 - расширенное решение проблемы в рамках первичной покупки
 - импульсная покупка как один из вариантов ограниченного решения
 - обыденное решение в рамках повторного приобретения
1. Основная задача компании на этапе оценки вариантов потребителем:
Выберите один правильный ответ
- активное воздействие на процесс формирования потребности
 - предоставление наиболее полной информации
 - разработка дифференцированного рыночного предложения
 - анализ степени удовлетворенности потребителя
 - наращивание объемов производства
2. Основная задача компании на этапе оценки реакции:
Выберите один правильный ответ
- анализ степени удовлетворенности потребителя
 - наращивание объемов производства
 - разработка дифференцированного рыночного предложения
 - активное воздействие на процесс формирования потребности
 - предоставление наиболее полной информации
3. Основная задача компании на этапе осознания проблемы потребителем:
Выберите один правильный ответ
- разработка дифференцированного рыночного предложения
 - активное воздействие на процесс формирования потребности
 - наращивание объемов производства
 - анализ степени удовлетворенности потребителя

предоставление наиболее полной информации

РАЗДЕЛ 2. КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ

Цель: в получении обучающимися знаний о потребителях услуг в туризме, гостеприимстве и общественном питании

Перечень изучаемых элементов содержания: Потребитель. Виды потребителей. Типы потребителей услуг. Признаки каждого из типов потребителей. Ключевые фразы каждого из типов потребителей. Способы взаимодействия и коммуникации с каждым из типов потребителя.

Тема 1. Потребитель. Виды и типы потребителей услуг.

Цель: в получении обучающимися теоретических знаний об основных видах и типах потребителей услуг и практических навыков взаимодействия с потребителями услуг в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания.

Тема 2. Предложение услуг различным клиентам

Цель: в получении обучающимися теоретических и практических знаний и умений об основных способах общения с разными типами клиентов

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2 –Составить 5-8 пунктов ответа на вопрос: Кто для нас Гость? Кто для нас клиент?

**Форма практического задания: Практическое задание
РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:**

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

1. Побудительные факторы маркетинга:

Авторство вопроса: Бражников Максим Алексеевич

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- обеспечение удобства приобретения продукции и услуг
- разработка процесса принятия решения о покупке
- разработка товара и комплекса сопровождающих услуг
- научно-техническое развитие

2. Условия, которые затормозят процесс восприятия нового вида продукции:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- снижение цен
- делимость процесса ознакомления
- низкая степень научной достоверности
- сложность продукции

3. Условия, которые обеспечат ускорение процесса восприятия нового вида продукции:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- снижение цен
- одобрение со стороны общества
- сложность продукции
- повышение риска

1. Анализ потребления как инструмент повышения эффективности обслуживания призван ответить на вопросы:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- как люди используют товары
- как люди осуществляют покупки
- почему люди используют товары
- почему люди осуществляют покупки

2. «Черный ящик» сознания потребителя:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- выбор объекта удовлетворения
- процесс принятия решений
- мотивы потребителя
- выбор места приобретения

3. Ответная реакция потребителя включает в себя выбор:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- времени покупки
- способа продвижения продукции
- места приобретения
- конкретного товара

экономических условий

РАЗДЕЛ 3. ОБЩЕНИЕ И ВОСПРИЯТИЕ. АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ КЛИЕНТА

Цель: формирование у слушателя знаний и умений в области эффективного общения и чтения языка тела клиента для качественного обслуживания.

Перечень изучаемых элементов содержания: мимика; жесты; язык тела; эмпатия; правила общения с гостями и клиентами; внешний вид; требования к персоналу; корпоративная этика; эффективное общение с потребителями услуг

Тема 1. Анализ поведения клиента. Анализ поведения гостя

Цель: в получении обучающимися знаний о мимике, жестах, языке тела, а также понятие эмпатии; зрительный контакт

Тема 2. Требования к персоналу в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания

Цель: в получении обучающимися теоретических и практических знаний об основных требованиях, включая требования к внешнему виду, туристского, гостиничного или предприятия общественного питания

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.3 – Деловая игра.

1. Обыграть зрительный контакт с гостем
2. Предложить реакцию сотрудника на различную мимику клиента
3. Предложить правила общения с гостем исходя из дистанции до него

Форма практического задания: моделирование практических ситуаций

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.3:

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

1. Что определяет уровень рыночного спроса с точки зрения ценообразования?

Выберите один правильный ответ

- безубыточность производства
- максимальная доля прибыли предприятия
- конкурентный паритет
- верхняя граница устанавливаемой цены на изделие
- нижняя граница устанавливаемой цены на изделие

2. Сервис как ключевой стимул потребления продукции и инструмент укрепления образа компании — основа принципа:

Выберите один правильный ответ

- удобства сервиса
- информационной отдачи
- соответствия производства сервису
- взвешенной ценовой политики
- эластичности сервиса
- обязательности предложения

3. Полная оплата потребления услуг после окончательного результата:

Выберите один правильный ответ

- метод высоких цен
- метод компенсации
- метод гарантируемого результата
- метод отвлекающего маневра
- метод стимулирования

1. Повышение роли и значения сервисного обслуживания обусловлено такими факторами, как:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- развитие средств коммуникаций
- обострение политической обстановки в мире
- увеличение объема производства изделий
- рост конструктивной сложности отдельных видов продукции

2. Задача формирования портфеля предоставляемых услуг — один из основных элементов в специфике:

Выберите один правильный ответ

- процесса производства и предоставления услуг как особого вида деятельности
- формализации персонификация услуг — максимально возможный учет индивидуальных потребностей, интересов и желаний отдельного клиента
- формализации материальность услуг — производство услуг предваряет процесс удовлетворения материальных потребностей

3. Что определяет уровень издержек производства и обращения с точки зрения ценообразования?

Выберите один правильный ответ

нижняя граница устанавливаемой цены на изделие
минимальная доля прибыли предприятия
конкурентный паритет
верхняя граница устанавливаемой цены на изделие
безубыточность производства

РАЗДЕЛ 4. МОДЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Цель: сформировать у обучающихся систему знаний о моделях потребительского поведения.

Перечень изучаемых элементов содержания: понятие сегмента потребителя; мотивирование потребителя к принятию решения; коммуникации с различными типами потребителей; правила делового общения; **теория потребительского поведения; сложное потребительское поведение; неуверенное потребительское поведение; привычное потребительское поведение; поисковое потребительское поведение.**

Тема 1. Теория потребительского поведения.

Цель: в получении обучающимися теоретических знаний об основных типах поведения потребителей и практических навыков в умении определять этот тип.

Тема 2. Мотивирование потребителя к принятию решения

Цель: в получении обучающимися теоретических знаний об основных методах мотивирования потребителей к принятию решений

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: круглый стол

- 1) Факторы, влияющие на принятие решения
- 2) К какому типу потребителя вы относитесь
- 3) Как эмоциональность и открытость влияют на потребительское поведение
- 4) Что может заставить вас принять решение в случае неуверенности в его правильности

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

1. Гарантийный сервис сложной и высокотехнологичной техники включает в себя элементы:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- настройка изделия в соответствии с запросами потребителя
- согласование графика технического обслуживания
- разработка условий оплаты и сроков выполнения работ
- периодический профилактический осмотр
- организация мест парковки транспорта

2. Выбор поставщика технологического оборудования предопределен следующими факторами:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- обучение персонала
- простота услуги
- широта функций технического обслуживания
- возможность прогрессивной интеграции
- номенклатура выпуска

3. Сервис в послегарантийный период включает в себя:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- апробирование техники в ограниченных масштабах
- организация курсов обучения, направленных на повышение эффективности использования техники
- обмен изделия
- выполнение полного спектра ремонтных работ

своевременность поставок запасных частей
разработка процедуры наблюдения изделия в процессе его непосредственной эксплуатации

1. Этап предпродажного сервиса, в рамках которого производится упаковка и маркировка товаров, их сортировка, отмечается прохождением предпродажного контроля:

Выберите один правильный ответ

- проверка изделия
- консервация
- демонстрация работоспособности изделия
- распаковка и проверка перед продажей
- комплектование технической документацией

2. Установите последовательность этапов предпродажного сервиса.

Расставьте в правильном порядке

- демонстрация возможностей и работоспособности изделия
- комплектование необходимой технической документацией
- передача потребителю
- проверка изделия
- распаковка и проверка перед продажей
- консервация

3. В системе организации послепродажного сервиса следует выделить:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- постгарантийный сервис
- гарантийный сервис
- смешанное обслуживание

торговое обслуживание

РАЗДЕЛ 5. ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТА ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА, ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Цель: в получении обучающимися теоретических знаний об основных программах лояльности предприятий и организаций туристской и гостиничной индустрии и практических навыков управления предприятиями в сфере сервиса.

Перечень изучаемых элементов содержания: лояльность; понятие и виды программ лояльности; этапы создания программы лояльности; способы и критерии оценки лояльности клиентов.

Тема 1. Понятие и виды программ лояльности.

Цель: в получении обучающимися теоретических знаний об основных программах лояльности предприятий и организаций туристской индустрии и практических навыков управления предприятиями в сфере сервиса.

Тема 2. Анализ уровня лояльности клиентов

Цель: в получении обучающимися теоретических знаний о лояльности клиентов и практических навыков в управлении предприятиями в сфере сервиса.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5

Форма практического задания: кейс

1. Сформировать критерии оценки лояльности клиентов
2. Провести анализ существующей программы лояльности и указать ее особенности

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

1. Установите последовательность этапов зарождения сервиса.

Расставьте в правильном порядке

- организация массовых зрелищ
- развитие торговых услуг и финансового обращения
- семейные услуги
- удовлетворение общественных потребностей
- самообслуживание и взаимопомощь

потребность в путешествиях

2. Установите последовательность развития потребностей.

Расставьте в правильном порядке

высвобождение значительной доли свободного времени в рамках ряда общественных групп
научно-технический прогресс способствует развитию средств коммуникации

обращение предпринимателей к массовой аудитории с помощью средств массовой информации

формирование паттернов потребительского поведения под воздействием рода рекламных обращений

зарождение новых социальных потребностей и увеличение объема потребительского рынка;
расширение масштабов рынка на основе разработки новых способов удовлетворения потребностей

возникновение новых форм и способов удовлетворения однотипных потребностей

процесс расширения потребностей обеспечивает дифференциацию потребительских групп

развитие крупномасштабного сегмента в сфере организации сервисной деятельности

3. Проектирование системы логистики, обеспечивающей сбалансированность процесса производства и потребления услуг — основа принципа:

Выберите один правильный ответ

удобства сервиса

обязательности предложения

информационной отдачи

соответствия производства сервису

взвешенной ценовой политики

1. Приобретение специальной литературы относится к потребностям:

Выберите один правильный ответ

эпизодического характера

периодического характера

постоянного характера

всем перечисленным

2. К основным мотивам потребителя относятся:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

общение

выгода

содействие

самоутверждение

удобство

самосохранение

познание

3. Установите иерархическую последовательность уровней в теории содержания потребностей А. Маслоу.

Расставьте в правильном порядке

потребности в безопасности и самосохранении

потребности в общении и любви

потребности в самореализации

потребности в самоутверждении и признании

физиологические потребности

РАЗДЕЛ 6. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ МЕРОПРИЯТИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ В СРЕДСТВО РАЗМЕЩЕНИЯ, ПРЕДПРИЯТИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ, ТУРОПЕРАТОРСКУЮ ИЛИ ТУРАГЕНТСКУЮ ФИРМУ

Цель: в получении обучающимися теоретических знаний об основных маркетинговых инструментах привлечения клиентов предприятий и организаций туристской и гостиничной индустрии, а также на предприятия общественного питания.

Перечень изучаемых элементов содержания: основные маркетинговые инструменты; продвижение услуг; эффективность продвижения

Тема 1. Виды мероприятий по привлечению клиентов в средство размещения.

Цель: в получении обучающимися теоретических знаний об основах маркетинга; маркетинговых стратегиях; основных маркетинговых инструментах привлечения клиентов и практических навыков управления предприятиями в сфере сервиса.

Тема 2. Основные этапы программы привлечения клиентов в средство размещения, предприятие питания, туристскую фирму

Цель: в получении обучающимися теоретических знаний об основных этапах разработки программ привлечения клиентов и гостей, а также практических навыков управления предприятиями в сфере сервиса.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6

Форма практического задания: кейс

Предложить 5-8 мероприятий по привлечению гостя в отель, предприятие общественного питания, иное сервисное предприятие

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

1. Этап жизненного цикла семьи, который характеризуется высокой интенсивностью покупок (приоритет — товары длительного пользования и путешествия):

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

2. В составе рынка организаций выделяют следующие ключевые сегменты:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- рынок государственных закупок
- рынок товаров промышленного назначения
- рынок первичных товаров
- рынок перепродаж

3. Какой из факторов, определяющих поведение организации, относится к межличностным отношениям, а не к особенностям личности?

Авторство вопроса: Бражников Максим Алексеевич

Выберите один правильный ответ

- служебное положение
- тип личности
- уровень доходов
- статус

1. Группа факторов, обуславливающих выбор определенного покупателя в отношении конкретного способа и объекта удовлетворения потребности:

Выберите один правильный ответ

- социальные
- психологические
- личностные
- культурные

2. Переменные, определяющие черты социального класса:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

- уровень образования
- семья
- финансовая обеспеченность
- ситуационные факторы
- этап жизненного цикла

3. Возможность торга (обсуждения) цены между продавцом и покупателем в процессе

совершения покупки во многом обусловлена:
 Выберите один правильный ответ
 культурными традициями
 этапом жизненного цикла потребителя
 экономическим положением потребителя
 социальным положением потребителя и продавца

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 3)		
Раздел 1. Теоретические основы сервисной деятельности.	7	Выполнение кейс - задания
	8	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2. Классификация потребителей услуг.	7	Выполнение кейс - задания
	8	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 3. Общение и восприятие. Анализ поведения клиента	7	Выполнение кейс - задания
	8	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Общий объем по модулю/семестру, часов	45	
Модуль 2. (семестр 4)		
Раздел 4. Модели потребительского поведения и сегментирование потребителей	5	Выполнение кейс - задания
	6	Самостоятельное изучение

		материала раздела/темы
Раздел 5. Формирование лояльности клиента предприятий туризма, гостиничного бизнеса и общественного питания	5	Выполнение кейс - задания
	6	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 6. Разработка программы мероприятий, направленных на привлечение клиентов в средство размещения, предприятие общественного питания, туроператорскую или турагентскую фирму	6	Выполнение кейс - задания
	6	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Общий объем по модулю/семестру, часов	34	
Общий объем по модулю/семестру, часов	79	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 3)		
Раздел 1. Теоретические основы сервисной деятельности.	10	Выполнение кейс - задания
	11	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2. Классификация потребителей услуг.	10	Выполнение кейс - задания
	11	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 3. Общение и	10	Выполнение кейс - задания

восприятие. Анализ поведения клиента	11	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Общий объем по модулю/семестру, часов	63	
Модуль 2. (семестр 4)		
Раздел 4. Модели потребительского поведения и сегментирование потребителей	8	Выполнение кейс - задания
	9	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 5. Формирование лояльности клиента предприятий туризма, гостиничного бизнеса и общественного питания	8	Выполнение кейс - задания
	9	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 6. Разработка программы мероприятий, направленных на привлечение клиентов в средство размещения, предприятие общественного питания, туроператорскую или турагентскую фирму	9	Выполнение кейс - задания
	9	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Общий объем по модулю/семестру, часов	52	
Общий объем по модулю/семестру, часов	115	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
--------------	------------------	----------------------------

Модуль 1. (курс 3 семестр 1-2)

Раздел 1. Теоретические основы сервисной деятельности.	15	Выполнение кейс - задания
	15	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2. Классификация потребителей услуг.	15	Выполнение кейс - задания
	15	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 3. Общение и восприятие. Анализ поведения клиента	16	Выполнение кейс - задания
	16	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Общий объем по модулю/семестру, часов	92	

Модуль 2. (курс 3 семестр 3-4)

Раздел 4. Модели потребительского поведения и сегментирование потребителей	14	Выполнение кейс - задания
	14	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 5. Формирование лояльности клиента предприятий туризма, гостиничного бизнеса и общественного питания	14	Выполнение кейс - задания
	14	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 6. Разработка программы мероприятий, направленных на привлечение клиентов в средство размещения, предприятие общественного питания, туроператорскую или турагентскую фирму	13	Выполнение кейс - задания
	16	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

Общий объем по модулю/семестру, часов	85	
Общий объем по модулю/семестру, часов	177	

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Определить состав первоочередных задач по видам профессиональной деятельности (научно-исследовательская, организационно-управленческая, образовательная) в рамках дисциплины «Сервисология».
2. Что определяет предмет исследования науки сервисологии? Выделить объект изучения. Ответ подкрепить примерами.
3. Чем объяснить усиление роли сервисной деятельности на современном этапе развития экономических отношений? Какие параметры и показатели следует привести в подтверждение?
4. Дать определение услуги. В чем заключено отличие реальной услуги от идеальной услуги? Чем отличается услуга от товара? Что еще можно сказать о типах и видах услуг?
5. Перечислить основные виды сервисной деятельности. В чем заключается их различие с точки зрения организации сервисной деятельности? Привести примеры из реальной жизни.
6. Назвать функциональные особенности сферы обслуживания как института сервисной деятельности.
7. Что определяет понятие «спрос», какие параметры характеризуют его динамику? Определить роль и значение каждого параметра с позиции сервисного предприятия

Название кейс-заданий к Разделу 1

Кейс «КОНКУРЕНТНАЯ БОРЬБА»

Подготовка к выполнению задания

Каждому студенту (команде) выдает задание преподаватель, ведущий практические занятия по изучаемой дисциплине.

Получив задание, студент обязан:

- изучить методические указания;
- подготовить исходную информацию (табл. 1.3) и форму для разработки производственной программы и оценки результатов деятельности команды (табл. 1.4).

Исходные данные

При построении производственной программы предприятия должны быть соблюдены условия, представленные в табл. 1.4.

Содержание отчета

Основные результаты выполненной работы должны быть представлены в виде отчета, который должен содержать следующее:

- 1) краткое описание выполненной работы — вариантов формирования производственной программы по этапам (периодам);
- 2) исходные данные, соответствующие первоначальному этапу разработки программы;
- 3) результаты выполненных расчетов (табл. 1.4) по всем этапам (раундам) задания;
- 4) модель формирования производственной программы.

Таблица 1.1.

Исходная игровая ситуация						
Исходный показатель		A	B	C	D	E
Себестоимость изделия, рублей	9	100	80	60	40	20
Нормативная цена, рублей	р ₀	150	120	90	60	30
Производственная мощность, штук	Q _{max}	600				
Емкость рынка по изделию, штук	ε,	500				
Начальный капитал, рублей	D	50 000				
Значимость продвижения	Г	2				
Значимость сопровождения	Л	3				

Таблица 1.2

Учет игровой ситуации каждого участника						Раунд №.
Команда «название предприятия»	A	B	C	D	E	Всего
Оценочный показатель						
Первоначальная сумма в банке, рублей						50 000
Объем выпуска, единиц						
Себестоимость, рублей	100	80	60	40	20	
Издержки по продвижению, рублей						
Издержки по сопровождению, рублей						
РАСХОДЫ, рублей на единицу						
РАСХОДЫ НА ПРОГРАММУ						
Объявленная цена, рублей						
Рыночная цена, рублей						
Коэффициент предпочтения						
Объем продаж, единиц						
ПРИБЫЛЬ, рублей на единицу						
ДОХОД НА ПРОГРАММУ						
ПРИБЫЛЬ НА ПРОГРАММУ						

Итого по счету в банке, рублей		
--------------------------------	--	--

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

Основная литература

Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511247>

Бражников, М. А. Сервисология : учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 144 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13343-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519336>

Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512610>

Указывается из электронных библиотечных систем Университета и должна иметь «поисковую» ссылку.

Дополнительная литература

Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814>

Черников, В. Г. Сервисология : учебное пособие для вузов / В. Г. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 252 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13272-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519304>

Каменева, С. Е. Организация коммерческой деятельности в сфере услуг : учебное пособие для вузов / С. Е. Каменева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 76 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15300-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520455>

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Привести состав и дать краткую характеристику основных потребностей человека.
2. Выделить основные признаки классификации потребностей с позиции организации сервисной деятельности. Что дает такая классификация в плане обслуживания потребителей?
3. Назвать основные формы мотивационного конфликта. Определить основные этапы конкурентного выбора.
4. Теория иерархии потребностей. Определить состав и дать краткую характеристику каждому уровню. Ответ подкрепить примерами, построив игровую пирамиду потребностей.
5. Теория приобретенных потребностей. Определить состав факторов и дать краткую характеристику каждому уровню. Ответ подкрепить примерами в разрезе каждого уровня.
6. Теория уровней потребностей. Определить состав и дать краткую характеристику каждому уровню. Ответ подкрепить практическими примерами в разрезе каждого уровня.
7. Теория двухфакторной мотивации. Определить состав факторов и формирующих их элементов. Определить роль каждого из них в мотивации потребителя. Ответ подкрепить примерами.
8. Перечислить основные мотивы потребителя. Какие из этих мотивов приводят Вас к совершению покупки?
9. Определить состав основных этапов зарождения и развития сервисной деятельности. В

чем заключены особенности развития рынка услуг в рамках российской экономики?

Название кейс-заданий к Разделу 2

Кейс ЗАЧЕМ ИЗУЧАТЬ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ?

Причины изучения поведения потребителей могут быть различны. Вы — студент университета и изучаете курс сервисологии лишь потому, что это необходимо для диплома. Вы — руководитель компании, и ваше обучение связано с изучением ключевых тенденций в потребительской среде. Вы — потребитель, желающий «раскусить» действия фирм, чтобы приобретать лучшие услуги за меньшие цены.

На какие вопросы можно получить ответ в ходе изучения поведения потребителей? Список вопросов достаточно обширен, что дает возможность понять, насколько многогранна область исследований.

1. Почему Вы выбрали учебное заведение, в котором сейчас проходите обучение, и соответствующий профиль?
2. Почему Вы приобретаете одежду D&G, H&M, Columbia или какой-либо другой торговой марки в одном из сотен магазинов?
3. Как Вы ежедневно распределяете двадцать четыре часа между учебой в университете и работой, активным отдыхом и сном?
4. Как Вы обычно готовите еду — разогреваете полуфабрикаты или используете доставку на дом? Вы отдаете предпочтение определенным брендам?
5. Если бы был выбор: сходить на спортивное мероприятие или в музей, на концерт или провести вечер за игрой, что бы Вы выбрали?
6. Когда Вы планируете приобрести собственный автомобиль? Это будет новая машина или поддержанная? Какой модели?
7. Какая реклама Вам нравится, что отталкивает в рекламных обращениях? Это влияет на Ваши решения о покупках?

Вероятно, не составит особого труда ответить на эти вопросы, но объяснить причины, побуждающие отвечать по-иному, сложнее.

Основные вопросы

1. Ответить на вопросы и объяснить причины Вашего поведения.
2. Объяснить, в чем заключено отличие Вашего выбора от иных реакций потребителей.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

Основная литература

Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511247>

Бражников, М. А. Сервисология : учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 144 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13343-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519336>

Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512610>

Указывается из электронных библиотечных систем Университета и должна иметь «поисковую» ссылку.

Дополнительная литература

Скобкин, С. С. *Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814>*

Черников, В. Г. *Сервисология : учебное пособие для вузов / В. Г. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 252 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13272-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519304>*

Каменева, С. Е. *Организация коммерческой деятельности в сфере услуг : учебное пособие для вузов / С. Е. Каменева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 76 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15300-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520455>*

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Сформулировать состав действий, которые определяют потребительское поведение. Дать краткую характеристику каждому из них.
2. Выделить ключевые принципы исследования поведения потребителей. Почему исследователям необходимо неукоснительно следовать соблюдению этих принципов?
3. Представить принципиальную модель исследования поведения потребителя. Определить основные задачи исследования.
4. Перечислить основные этапы восприятия (решения потребителя стать пользователем) нового товара или услуги.
5. Какими характеристиками товара определяется темп его восприятия на рынке? Ответ подкрепить практическими примерами.
6. Дать краткую характеристику основных потребительских групп по времени восприятия новинки.
7. Привести примеры методов наблюдения поведения потребителя в различных ситуациях.
8. Провести сравнительную характеристику методов анализа потребителя: почтовая анкета, телефонный опрос, личное интервью.
9. Дать определение эксперименту как методу исследования поведения и реакций потребителей.

Название кейс-заданий к Разделу 3

1. Кейс: ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ: ОЦЕНКА ПОСЕЩАЕМОСТИ СТУДЕНТАМИ АУДИТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Постановка задачи

Область исследования — курс дисциплины «Сервисология» (или любая другая параллельно изучаемая наука).

Постановка проблемы. Студенты плохо посещают занятия, недостаточно внимательны на лекциях. Следствие — результат обучения: низкие экзаменационные оценки.

Цель исследования — а) изучить причины низкой посещаемости; б) проанализировать возможности исправления создавшегося положения; в) изыскать способы повышения интереса к дисциплине.

1. Составить план проведения кабинетных исследований.

Архив: расписание занятий; рабочая книжка преподавателя; экзаменационная ведомость; журнал посещаемости.

Внешние источники информации: преподаватели, ведущие занятия на этом же курсе по другим дисциплинам; консультации специалистов; опыт других вузов; педагогическая литература.

2. Сформулировать рабочую гипотезу. В качестве примера можно предложить ряд

вариантов. Посещаемость зависит от ряда факторов:

- отношение лектора к учебному процессу и студентам: опыт, доступность, строгость, лояльность, равнодушие;
- отношение студента к дисциплине — полезность, интерес;
- время проведения занятий — время суток, порядковый номер пары, день недели, цикл в семестре;
- удобство места — тип аудитории, расположение корпуса, техническая обеспеченность.

Провести локальное исследование в рамках выбранного курса в разрезе нескольких дисциплин (три-четыре предмета) на основе опроса как посещающих занятия студентов, так и отсутствующих (их мнение может иметь решающее значение!).

Программа исследования

3. Разработать план сбора информации, который должен быть нацелен на сбор первичной информации.

3.1. Метод сбора информации:

- опрос студентов;
- развитие исследования — проведение эксперимента в нескольких параллельных группах.

3.2. Орудие исследования: анкета — необходимо разработать перечень вопросов.

3.3. Характерные черты выборки:

- единица выборки — студент исследуемого курса;
- объем выборки — группа;
- процедура — охватить около 80 % студентов из группы, в том числе не посещающих лекции.

3.4. Способ связи:

- личный контакт с аудиторией в рамках проведения специально выбранного занятия;
- почтовая (электронная) анкета для студентов и слушателей, которые не посещают занятия.

4. Анализ информации. Оценка факторов и показателей. Проверить наличие и степень взаимозависимости следующих связей:

- посещаемость — часы проведения занятия;
- посещаемость — интерес студента;
- посещаемость — этап семестра;
- посещаемость — отношение преподавателя.

5. Основные выводы. Основные выводы должны содержать обобщение особо значимых результатов исследования.

Рекомендации по возможности должны иметь практический характер: как повысить посещаемость на занятиях и привить интерес к дисциплине.

Примерный перечень вопросов анкеты

1. Считаете ли Вы, что перечисленные ниже факторы обуславливают Вашу внимательность и влияют на посещаемость занятий по дисциплине:

- время суток;
- день недели;
- порядковый номер пары;
- время года;
- корпус;
- тип аудитории;
- техническая оснащенность.

Оценить степень важности каждого фактора по следующей шкале: суперважно, очень важно, довольно важно, не очень важно, совсем не важно.

2. Попробуйте оценить изучаемую дисциплину со следующих позиций: интересный

предмет — скучный предмет; жизненно необходимый — бесполезный; современный — традиционный.

3. Считаете ли Вы, что посещаемость влияет на оценку?

4. Каковы Ваши ценности и целевые установки в учебе (учиться на отлично, получить знания, сдать и забыть, просто сдать, как получится)?

5. Влияет ли на Ваше отношение к дисциплине то, каким образом производится оценка полученных знаний?

6. Как часто Вы пропускаете занятия?

— никогда;

— иногда по уважительной причине;

— иногда без уважительной причины;

— часто;

— никогда не посещаю.

7. Какие занятия пропускаете чаще: лекционные, практические, одинаково, затрудняюсь ответить?

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.

Основная литература

Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511247>

Бражников, М. А. Сервисология : учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 144 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13343-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519336>

Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512610>

Указывается из электронных библиотечных систем Университета и должна иметь «поисковую» ссылку.

Дополнительная литература

Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814>

Черников, В. Г. Сервисология : учебное пособие для вузов / В. Г. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 252 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13272-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519304>

Каменева, С. Е. Организация коммерческой деятельности в сфере услуг : учебное пособие для вузов / С. Е. Каменева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 76 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15300-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520455>

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Какие группы факторов обуславливают формирование потребительского поведения? В чем заключается влияние каждой группы факторов?

2. Объяснить, в чем проявляется влияние культурного уровня и этнической принадлежности на поведение потребителя. Ответ подкрепить примерами.

3. Определить роль социального положения в формировании поведения потребителя.

- Перечислить основные переменные, характеризующие отличительные черты социального класса.
4. Какое влияние на поведение потребителя оказывает семья? Что необходимо учитывать при разработке программы сервисного обслуживания?
 5. Выбрать по своему усмотрению отдельную социальную группу. Продемонстрировать влияние этой группы на формирование отличительных особенностей поведения потребителей.
 6. Дать краткую характеристику ситуационным факторам, которые оказывают влияние на поведение индивида при выборе и покупке товаров и услуг.
 7. Перечислить основные параметры личности, определяющие потребительское поведение. Какую роль факторы личного порядка играют при разработке программы обслуживания клиентов?
 8. Дать характеристику психологическим параметрам индивида, определяющим особенности поведения покупателя. Ответ подкрепить примерами.
 9. В чем заключено отличие поведения потребителей в условиях промышленной среды от потребительского рынка?
 10. Установить перечень факторов, определяющих поведение организации на рынке при заключении сделки.

Название кейс-заданий к Разделу 4

Кейс СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА

Сегментирование рынка — деление потребителей на достаточно однородные группы по степени их реакции на определенное обращение к рынку (составляющие элементы комплекса маркетинга).

Сегментирование рынка является основным инструментом современной теории и практики маркетинга. Реализация концепции рыночной сегментации связана с выявлением наиболее общих характеристик и индивидуальных отличий определенных групп потребителей с целью удовлетворения конкретных потребностей.

Маркетинговый опыт зарубежных компаний, анализ статистических данных и социологических исследований свидетельствуют о наличии устойчивой зависимости, согласно которой лишь 20 % потребителей приобретают 80 % данного вида продукции (так называемый закон Парето или 20/80) [17, с. 12]. Следовательно, каждый производитель посредством сегментирования должен выйти именно на тех потребителей, которые и составляют искомые 20 %.

Техника проведения целевого маркетинга требует выполнения трех основных этапов:

1. Выбор основных принципов и условий проведения сегментации — поиск оптимальной структуры рынка, в наибольшей степени отвечающей возможностям компании.
2. Поиск и отбор наиболее привлекательных с точки зрения удовлетворения тех или иных потребностей потребителей — разработка стратегии охвата рынка.
3. Определение конкурентоспособного положения товаров и услуг в искомом сегменте — позиционирование продукции с точки зрения формирования четких отличий от аналогов конкурентов.

Проблема заключается в том, что рынок может быть дифференцирован по сотне (и более) различных параметров. Задача состоит в том, чтобы выбрать из бесконечного числа вариантов сегментирования наиболее эффективный.

Постановка задачи

Изучив настоящие методические указания, студент должен выполнить практическую работу по сегментированию рынка:

1. Согласовать с преподавателем сферу предполагаемой деятельности (рынок, отрасль, тип

и наименование предоставляемых потребителю услуг). Сформировать перечень услуг, производство которых будет осуществлять компания.

2. Обосновать выбор факторов сегментации рынка и установить границы (значения) используемых переменных (на основе анализа текущей статистической информации). Разработать модель сегментации рынка (сетка сегментации).

3. Составить профиль полученных сегментов и провести их оценку (по критериям привлекательности рынка) с целью разработки стратегии охвата рынка, используя факторы, обуславливающие выбор стратегии. Составление профиля — выявление наиболее характерных черт полученных сегментов, их описание.

Профиль сегмента может быть описан с помощью дополнительных факторов, не вошедших в основную сетку сегментации, и (или) по различным параметрам предлагаемой продукции (на основе показателей качества). На основе составленного профиля производят анализ сходства и различий полученных сегментов.

4. Осуществить оценку позиций конкурирующих видов продукции на основе карты потребительских предпочтений. Разработать стратегию позиционирования товара, представленную в форме основных элементов комплекса маркетинга.

Основной задачей реализации процесса позиционирования является разработка и продвижение на рынок товара таким образом, чтобы рыночный сегмент смог выделить конкретные привлекательные черты такого предложения.

5. Подготовить презентацию стратегии охвата рынка и позиционирования товара в виде отчета, форма которого должна быть согласована с преподавателем, ведущим курс практических занятий.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 4.

Основная литература

Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511247>

Бражников, М. А. Сервисология : учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 144 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13343-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519336>

Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512610>

Указывается из электронных библиотечных систем Университета и должна иметь «поисковую» ссылку.

Дополнительная литература

Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814>

Черников, В. Г. Сервисология : учебное пособие для вузов / В. Г. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 252 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13272-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519304>

Каменова, С. Е. Организация коммерческой деятельности в сфере услуг : учебное пособие для вузов / С. Е. Каменова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 76 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15300-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520455>

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 5

1. В каких формах выражено содержание сервисной деятельности? Какие факторы определяют возрастающую роль сервисного обслуживания на современном этапе развития?
2. В чем заключены особенности функционирования рынка услуг? Ответ подкрепить практическими примерами.
3. Что понимается под формой обслуживания? Составить перечень основных форм в зависимости от технологии обслуживания.
4. Раскрыть содержание основных функций сервисной организации как системы. Определить состав необходимых ресурсов сервисной организации и меры по повышению эффективности их использования.
5. Сформулировать основные принципы организации сервисной деятельности. Дать краткую характеристику каждому из них.
6. Определить состав организационных форм сервиса. Представить классификацию подходов к организации сервисной деятельности.
7. Представить развернутую характеристику поиску и генерации идей как этапу процесса разработки услуг. Составить перечень основных источников новых идей и инструментов их сбора.
8. В чем заключены задачи проектирования новой услуги как этапа процесса разработки услуг? Какова роль пробного маркетинга в рамках рассматриваемого этапа?
9. Какие принципы перманентности инноваций необходимо учитывать на этапе организации производства?
10. В чем выражены особенности разработки механизма ценообразования на рынке услуг? Какие факторы определяют выбор метода ценообразования? Определить роль каждого из факторов.

Название кейс-заданий к Разделу 5

Кейс УСС — YOUR CONCEPT CAR

Разработка товара на основе анализа потребления

Представьте, что вам дали полное право разработать современный автомобиль [34]. И не просто автомобиль, а вашу собственную концепцию, задачей которой является удовлетворение группы потребителей, которую автомобильные компании определяют как самую требовательную, — женщины.

Компания Volvo именно так поступила с УСС, автомобильным проектом, который разрабатывался и управлялся женской командой в расчете на потребителей-женщин. Девизом проекта концепт-кара стала фраза: «Если вы удовлетворите ожидания женщин, то вы превзойдете ожидания мужчин». В США 54 % покупателей Volvo — это женщины, и их доля продолжает расти.

Удовлетворение потребности

Исследование, проведенное компанией Volvo, показывает, что в США женщины участвуют в покупке около 65 % автомобилей и влияют на продажи около 80 % всех автомобилей. Однако на протяжении десятилетий мужчины принимали большинство решений, касающихся дизайна, разработки и производства автомобилей.

После предварительных исследований проект стартовал, и финальный продукт был представлен в марте 2004 г. Команда установила, что покупатели-женщины хотят того же, что и мужчины, — престижа и стиля. Но им нужно и нечто большее:

— разумные способы хранения вещей;

- автомобиль, в который легко садиться и из которого удобно выходить;
- хороший внешний вид;
- машина, которую можно персонализировать;
- минимальное техническое обслуживание;
- машина, которую легко парковать.

Эти потребности можно удовлетворить различными способами, включая некоторые простые решения, которые сразу вызвали вопрос: «Почему этого никто еще не сделал раньше?». Сильная сторона YCC заключается в концентрации внимания непосредственно на потребностях потребителей. Чтобы понять, как женщины на самом деле используют свои машины, команда выяснила структуру потребления.

YCC дает понять женщинам то, что они хотят в их автомобиле. Прислушиваясь к своим целевым потребителям, команда сделала подголовник, позволяющий женщинам носить прическу «конский хвост». Для водителей, которые чаще используют заднее сиденье для перевозки продуктов, спортивных сумок и ноутбуков, а не для перевозки пассажиров, задние сиденья YCC сделаны как сиденья в кинотеатрах, оставаясь поднятыми, пока они не понадобятся для пассажиров. Это освобождает пространство сзади для загрузки и выгрузки. Двери в форме крыльев чайки разработаны таким образом, чтобы потребителю никогда не приходилось лезть через грязную поверхность, чтобы добраться до заднего сиденья. Порог двери открывается вниз и открывает чистый интерьер.

Улучшение места для хранения вещей включило в себя смещение рычага переключения передач и ручного тормоза. Передняя панель снабжена неглубоким отделением для ключей, мобильных телефонов и т. п. с выдвигающимся задним отделением, в котором можно хранить кошелек вдали от посторонних глаз. Также там есть место для ноутбука, «cool box» и корзина для мусора.

Отделка интерьера представлена в восьми вариантах сменных обивок, включая кожу и лен, подушки сидений украшены вышивкой. Интерьер выполнен в скандинавских традициях — светлый, свободный, используемые материалы ассоциируются с привлекательными домашними интерьерами.

Система «Ergo vision», установленная у дилеров, сканирует тела водителей и формирует на основе полученных данных оптимальные положения для управления автомобилем. Эти данные в цифровом виде сохраняются в ключе автомобиля.

Когда покупатель вставляет ключ, сиденье, руль, педали, подголовник и ремни безопасности автоматически принимают заданные позиции. Также покупатель может задать дополнительные параметры, но автомобиль бдительно предупреждает потребителя, если данные создают неоптимальную зрительную ось.

Автомобиль сам может менять клиренс — «высокий» для лучшего видения дороги и «низкий» — для спортивной езды. Автомобиль автоматически поднимается при открытой двери — это облегчает пассажирам посадку в автомобиль и выход из него.

Для улучшения видимости и безопасности экстерьер разработан с низкой передней частью и длинным задним окном, чтобы все четыре угла машины были видны водителю. Крылья находятся в зоне видимости и покрыты прочным материалом. Бампер идет по всему автомобилю. Полировка экстерьера похожа на антипригарное покрытие сковородки с легко очищаемой краской, которая отталкивает грязь. Обивку сидений и ковры также можно мыть.

Повседневная эксплуатация автомобиля не требует проникновения под капот. Бачок с жидкостью для омывания стекол находится прямо за крышкой бензобака. Оба горлышка снабжены сферическими клапанами, благодаря чему крышки становятся ненужными. У машины поднимается вся передняя часть, так что в ней нет капота, потому что доступ к двигателю может потребоваться только механикам. Когда необходимо обслуживание, автомобиль автоматически сообщает об этом в сервисный центр и даже предлагает время приема. Также автомобиль проводит самостоятельные диагностики и информирует сервисный центр о том, какие детали и материалы понадобятся, когда автомобиль приедет на станцию.

Для параллельной парковки достаточно нажать две кнопки. Первое нажатие кнопки помощи

при парковке определяет, хватает ли места для парковки между двумя машинами. Если ответ положителен, второе нажатие кнопки направляет машину на свободное место, но оставляет водителю контроль над торможением и газом.

Двигатель УСС разработан так, чтобы соответствовать самым жестким стандартам выбросов при помощи Integrated Starter Generator (ISG). ISG позволяет автомобилю выключать двигатель, пока он стоит на светофорах, но при этом немедленно начинать двигаться при нажатии на педаль газа. Коробка передач может быть установлена в полностью автоматический режим, а переключаются скорости на рулевой колонке. Переключение передачи при не- выключенном сцеплении гарантирует, что переключение скорости проходит на нужных оборотах, что приводит к мягкому вождению и эффективному потреблению топлива.

Компания Volvo может никогда не начать производство УСС, но многие идеи, разработанные женским исследовательским центром, найдут применение в последующих автомобилях компании, а также в автомобилях других производителей. Компания Volvo является дочерней компанией Ford Motor Company, и упор шведских производителей автомобилей на детали и безопасность проникает в кон- цепт-кары и производственные модели всех подразделений Ford.

Основные вопросы

1. Какие элементы внешнего и внутреннего дизайна автомобиля Volvo УСС являются наиболее ценными и значимыми для потребителей женского пола?
2. Что предпочитают в автомобиле мужчины? Как отреагируют мужчины на «женские» элементы дизайна?
3. Какие еще элементы, важные при использовании потребителями автомобиля, должны учитываться в моделях будущего? Что хотелось бы реализовать в ближайшее время?
4. Используя модель процесса принятия решения потребителями, подумайте, какой маркетинг вы бы порекомендовали для Volvo УСС.
5. Если бы вы были руководителем по маркетингу в другой компании, которая занимается производством автомобилей, как бы вы отреагировали на Volvo УСС?

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 5.

Основная литература

Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511247>

Бражников, М. А. Сервисология : учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 144 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13343-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519336>

Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512610>

Указывается из электронных библиотечных систем Университета и должна иметь «поисковую» ссылку.

Дополнительная литература

Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814>

Черников, В. Г. Сервисология : учебное пособие для вузов / В. Г. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 252 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13272-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519304>

Каменева, С. Е. Организация коммерческой деятельности в сфере услуг : учебное пособие для вузов / С. Е. Каменева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 76 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15300-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520455>

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 6

1. Какие этапы определяют содержание предпродажного сервиса? Определить основные задачи на каждом из этапов.
2. Что отражает стратегия смешанного обслуживания? В чем заключены стратегические приоритеты сервисной деятельности с точки зрения реализации стратегии смешанного обслуживания?
3. Определить состав основных элементов организации торгового обслуживания. Ответ проиллюстрировать практическими примерами.
4. Установить перечень ключевых вопросов планирования предпродажного обслуживания потенциальных потребителей.
5. В чем заключен состав гарантийных обязательств поставщика или производителя? Выбрать определенный вид продукции и сформулировать необходимый перечень гарантий.
6. Определить комплекс услуг, который охватывает период послегарантийного обслуживания потребителей.
7. Что включает в себя понятие фирменный сервис? Какие причины определяют возрастающую роль фирменного сервиса на современном этапе развития? В чем заключены преимущества фирменного сервиса?
8. Определить состав основных работ сервисных служб предприятия (производителя) до поступления изделия потребителю как стадии организации фирменного сервиса.
9. Установить перечень и содержание задач фирменного сервиса на этапе сервисного сопровождения продукции в период эксплуатации изделия (по всем этапам жизненного цикла).

Название кейс-заданий к Разделу 6

1. Кейс FAMILY FURNITURE

Компания Family Furniture (FF) основана в 1953 г., вскоре после начала строительного бума, который произошел в результате сдерживания спроса на дома после Второй мировой войны [33]. Созданная фирма преуспевала во второй половине XX в., демонстрируя хорошую организацию службы работы с покупателями, привлекательное оформление магазинов, большой ассортимент и умеренные цены.

В настоящее время FF владеет магазином площадью 40 000 м² с большим складом и средствами для перевозки грузов. В ее распоряжении находится еще один магазин площадью 25 000 м² в быстро развивающемся пригороде. Родной город вырос до 600 000 человек, став процветающим центром с крупнейшим университетом в штате и несколькими небольшими колледжами и университетами. Хотя фирма не расположена в крупном городе, рядом, в пределах 200 км, находятся еще три города с общим населением около 1 млн жителей.

Со временем владельцы поменялись, первые партнеры ушли, и собственником стали Вы — исполнительный директор, осуществляющий контроль маркетинговых операций. Выкуп права владения по большей части произведен за счет ссуд, которые год за годом погашались за счет прибыли. Если в конце двух последних десятилетий прибыль была значительной, то сейчас она начала снижаться из-за вялых продаж. Это отразилось на затратах на пособия по здоровью для сотрудников и издержках на логистику.

Конкуренция

На протяжении многих лет крупнейшими конкурентами являются другие мебельные магазины. Несколько мебельных магазинов ушли из бизнеса или объединились с оставшимися магазинами. Несмотря на то, что некоторые из них до сих пор остаются эффективными, все-таки они меньше, чем FF.

В городе, в котором располагается FF, нет магазинов ИКЕА, но один магазин есть в городе, расположенном в 125 милях, и некоторые покупатели ездят туда, чтобы приобрести мебель и бытовые принадлежности. Все большую обеспокоенность вызывают сообщения, что часть клиентов покупают мебель у *Pottery Barn* и *Crate & Barrel*, магазины которых расположены в двух региональных торговых центрах города. Некоторые потребители заказывают мебель через компьютерную сеть с прямой доставкой на дом. Массовые продавцы осуществляют поставки некоторых предметов мебели, продавая их в разобранном виде, а большие магазины, такие как *Sam's* и *Costco*, доставляют ограниченный ассортимент дорогостоящих кожаных диванов. Магазины *Big box*, продающие мебель для офисов, также предлагают столы, стулья, настольные лампы и некоторые другие предметы, которые продает FF, а специализированные магазины по продаже ковров конкурируют с товарными линиями ковров, которые компания FF успешно продавала на протяжении многих лет.

Изменение рынка

Общение с покупателями в магазине на протяжении последних месяцев позволяет сделать ряд выводов. Покупатели чаще всего были немолоды — большинству из них было 45 лет и больше. Однако в городе много молодых потенциальных потребителей, которые закончили местные университеты и устроились на работу в городе или его окрестностях. В городе растет число латиноамериканцев, которые живут и работают в городе. Сохраняется стабильный уровень афроамериканцев — около 12 %. Из-за наличия в городе университета в обществе также есть хорошо образованные американцы азиатского происхождения, которые получают высокую заработную плату. Безработица в городе низкая, на уровне 4—5 % (даже во время спада в начале 2000-х, потому что рабочая сила в основном состояла из «белых воротничков» — хорошо образованных работников).

Особую озабоченность вызывает то, что магазины посещает мало молодых потребителей.

Целевым рынком FF всегда были семьи со средним и высоким доходом (члены семьи — старше 45 лет). Обычно магазин был нацелен на женщин, как правило, замужних и принимающих решения о покупках за всю семью. Однако статья в отраслевом журнале мебельной промышленности заставляет задуматься о последствиях того, что среди населения США 50 % членов домохозяйств не состоят в браке. Те, кто сочетается браком, откладывают это до тридцати лет. Интересно, правильно ли со стороны компании — быть нацеленной в своих маркетинговых планах на женщин, а не на мужчин, особенно в городе, в котором много молодых одиноких профессионалов, живущих в районе университета и дорогих районах с новыми квартирами.

В самом начале программа продвижения FF строилась на рекламе в газетах. Позже рекламный бюджет стал предусматривать телевизионную рекламу во время новостей в самое лучшее эфирное время. Местное рекламное агентство отвечало за подготовку творческого содержания рекламы. Обычно в этой рекламе показывалось расположение и ассортимент FF, и делался акцент на дружелюбное обслуживание опытного персонала магазина. Фирма FF обращает внимание на качество мебели, включая известные национальные бренды, и не знает, как ответить некоторым конкурентам, которые используют рекламу по принципу «нет, нет, нет», где подчеркивается «отсутствие первого взноса, процентов и выплат до следующего года».

Недавно в компанию обратилось небольшое рекламное агентство, которое предложило использовать нетрадиционные маркетинговые приемы, включая участие в общественных делах, изменение сайта и приобретение нескольких ключевых слов в поисковой системе.

Во время разговора с профессором маркетинга в одном из местных университетов Вы рассказали о необходимости проведения исследования с целью понимания изменений рынка, как потребители предпринимают решения о покупке мебели и оптимизации маркетингового

бюджета. В ходе дальнейшего обсуждения профессор согласился рассмотреть эти вопросы в рамках исследовательского проекта, который будут осуществлять студенты на следующем занятии.

Результаты исследования

На занятии по маркетингу студенты провели исследование, которое состояло из трех компонентов: вспомогательное исследование и опрос потребителей на основных целевых рынках.

Выборка составлена таким образом, чтобы выделить потребителей на рынках, на которых FF обладала небольшим проникновением:

- молодежь — средний возраст 30 лет;
- мужчины;
- хорошо образованные специалисты.

Фокус-группы и вопросы для проведения опроса были разработаны с использованием модели процесса решений, которая оценивала осознание потребности, процессы поиска, альтернативные оценки, покупки, потребление, а также оценки и отказы после потребления.

Основные результаты проведенного исследования представлены в табл. 7.2—7.5.

Таблица 7.2

Что подтолкнуло вас к последнему приобретению мебели

Мотивация	Процент респондентов
Переезд	36
Необходимость большего количества мебели	36
Улучшение дома	15
Другое	13

Примечание: в исследовании использовались вопросы без предлагаемых ответов.

«Необходимость большего количества мебели» включает такие ответы, как *необходимость, офис на дому и создание CD-библиотеки.*

«Улучшение дома» включает такие ответы, как *необходим комфорт, перепланировка помещения, замена старой мебели и жена хочет сделать косметический ремонт.*

«Другое» включает ответы: *появилось больше денег, получение работы, импульсная покупка, начал жить один, хорошее предложение, увеличение семьи и просто решение жены.*

Таблица 7.3

Распределение потенциальных потребителей по доходам

Мотивация	Процент респондентов
от \$50 000 до \$75 000	42
от \$75 000 до \$100 000	25
свыше \$ 100 000	18
меньше \$50 000	15

Таблица 7.4

Причины выбора конкретного магазина

Мотивация	Процент респондентов
Реклама	3

Прошлый опыт	28
Распродажа или продвижение продукции	36
Рекомендация друзей	17
Другое	23

Примечание: «Другое» включает широкий спектр ответов, в том числе *тип мебели, распродажа на дому, качество, местоположение, стиль, который мне нравится, бренд.*

Таблица 7.5

Предпочитаемые формы оплаты

Тип предложения по форме оплаты	Процент
Скидка при оплате наличными (10 или 15 %)	8
Отсутствие процентов и оплаты в течение первых 6 месяцев	1
Отсутствие процентов и оплаты в течение первых 18 месяцев	1
Отсутствие процентов в течение первых 12 месяцев	5
Отсутствие процентов в течение первых 6 месяцев	12
Отсутствие процентов в течение первых 3 месяцев	1
Отсутствие процентов в течение первых 18 месяцев	1
Отсутствие оплаты в течение первых 2 лет	2
Отсутствие оплаты в течение первых 6 месяцев	1
Отсутствие оплаты в течение первого года	2
Скидка 20 % при распродаже	1

Примечание: 40 % опрошенных респондентов отметили, что сделали бы покупку и без специального предложения по оплате. 11 % сказали, что без специального предложения по оплате купили бы что-то, но не все, а 18 % не стали бы ничего покупать без специального предложения по оплате.

Результаты исследования фокус-группы

Люди хотят принимать компетентные, обдуманые решения о покупке мебели, но часто совершают импульсивные покупки. Часто респонденты отвечали, что их последняя покупка была совершена без предварительных исследований, потому что они остро нуждались в предмете. Но в следующий раз они намерены рассмотреть все варианты, посоветоваться с семьей, друзьями и коллегами, присмотреться к ценам и качеству, прежде чем совершать покупку. Столкнувшись с реальной потребностью, потребители часто забывают о своих намерениях, если им кажется, что предложение является выгодным.

Самые распространенные причины приобретения мебели непосредственно связаны с событиями: свадьба, рождение ребенка, развод или переезд. На втором месте — замена старой или нефункциональной мебели. Несмотря на свои намерения, покупатели совершают достаточно импульсивные покупки, потому что потребность в мебели вытесняет потребность совершения запланированных покупок.

Люди больше готовы поверить информации, которую они получали от друзей или членов семьи, чем принять рекламу. Один человек описал рекламу мебели как «сомнительную». Однако некоторые люди сказали, что зайти в магазин, в котором они, в конце концов, совершили покупку, их заставила большая надпись «SALE».

Потребители отмечали, что не склонны покупать мебель, если не могут физически опробовать ее и самим почувствовать ее удобство и качество. Многие заявили, что станут искать идеи стилей и бренды по каталогу и в режиме on-line, но затем захотят посмотреть похожий по стилю товар в магазине, чтобы лично опробовать мебель.

Многие отметили, что использовали специальные предложения по оплате, но все-таки предпочитают накопить денег или использовать кредитную карту вместо того, чтобы покупать в кредит. Причины включают нежелание снижать свою кредитоспособность, неуверенность в понимании того, как работают финансовые предложения, и опасения, что проценты могут превзойти получаемую скидку.

Респонденты — это профессионалы с высоким уровнем оплаты, и они серьезно относятся к своей кредитоспособности. Некоторые заявили, что программа вознаграждений была бы более уместна для кредитной карты магазина. Большинство отметило, что они воспользовались бы кредитной картой магазина только для того, чтобы получить предложение по оплате типа «нет, нет». Затем выплатили бы долг (за счет бы перевода баланса на другую кредитную карту) и закрыли бы счет. Общей причиной этого заявления было мнение, что кредитные карты магазинов могут обладать очень высокими процентами, если товар полностью не оплачивается до истечения рекламного периода.

Некоторые потребители заявили, что они будут избегать кредитных карт магазинов за исключением ситуаций острой нужды в покупке мебели. С другой стороны, некоторые респонденты сообщили, что они будут использовать финансовые предложения по следующим причинам: на данный момент у них низкий доход, но они ожидают улучшения ситуации. Они хотят почувствовать, что они могут наслаждаться образом жизни, который превосходит их возможности, если сделать отсрочку платежей на длительный период. У них есть настоятельная потребность в связи с текущим состоянием или жизненным событием, но не хватает средств, чтобы купить то, что им нужно, без использования специальных предложений по оплате.

Основные вопросы

1. На основе изучения материала и собственного исследования ответьте на вопрос, насколько важны молодые профессионалы для Family Furniture как целевой рынок.
2. Используя модель многоступенчатого процесса принятия решений потребителями, опишите, как потребители в этом сегменте рынка обычно принимают решение о покупке мебели.
3. Как компании FF следует ответить на действия конкурентов?
4. Какую стратегию продвижения товаров и работы со средствами информации вы посоветуете Family Furniture?

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 6.

Основная литература

Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511247>

Бражников, М. А. Сервисология : учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 144 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13343-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519336>

Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512610>

Указывается из электронных библиотечных систем Университета и должна иметь «поисковую» ссылку.

Дополнительная литература

Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814>

Черников, В. Г. Сервисология : учебное пособие для вузов / В. Г. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 252 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13272-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519304>

Каменева, С. Е. Организация коммерческой деятельности в сфере услуг : учебное пособие для вузов / С. Е. Каменева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 76 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15300-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520455>

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры

полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Выполнение тестовых заданий.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

Написание эссе.

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет и экзамен**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
------------------------------	------------------------------------------------

академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
-------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Теоретические основы сервисной деятельности	ОПК-3	Компьютерное тестирование	<p>1. Основная задача компании на этапе оценки вариантов потребителем: Выберите один правильный ответ активное воздействие на процесс формирования потребности предоставление наиболее полной информации разработка дифференцированного рыночного предложения анализ степени удовлетворенности потребителя наращивание объемов производства</p> <p>2. Основная задача компании на этапе оценки реакции: Выберите один правильный ответ анализ степени удовлетворенности потребителя наращивание объемов производства разработка дифференцированного рыночного предложения активное воздействие на процесс формирования потребности предоставление наиболее полной информации</p> <p>3. Основная задача компании на этапе осознания проблемы потребителем: Выберите один правильный ответ разработка дифференцированного рыночного предложения активное воздействие на процесс формирования потребности наращивание объемов производства анализ степени удовлетворенности потребителя</p>

				предоставление наиболее полной информации
		ОПК-7	Компьютерное тестирование	<p>1. Тщательная оценка возможных вариантов свидетельствует о следующем типе принятия решения: Выберите один правильный ответ</p> <p>обыденное решение в рамках повторного приобретения расширенное решение проблемы в рамках первичной покупки импульсная покупка как один из вариантов ограниченного решения поиск разнообразия как вариант смены торговой марки ограниченное решение проблемы в рамках первичной покупки</p> <p>2. Какие факторы определяют типологию процессов принятия решения потребителем: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <p>уровень образования время принятия решения убеждения потребителя сложность проблемы степень научной достоверности</p> <p>3. Преобладание эмоциональной составляющей в процессе приобретения свидетельствует о следующем типе принятия решения: Выберите один правильный ответ</p> <p>поиск разнообразия как вариант смены торговой марки ограниченное решение проблемы в рамках первичной покупки расширенное решение проблемы в рамках первичной покупки импульсная покупка как один из вариантов ограниченного решения обыденное решение в рамках повторного приобретения</p>
2.	Раздел 2. Классификация потребителя и услуг.	ОПК-3	Компьютерное тестирование	<p>1. Анализ потребления как инструмент повышения эффективности обслуживания призван ответить на вопросы: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <p>как люди используют товары как люди осуществляют покупки почему люди используют товары</p>

				<p>почему люди осуществляют покупки</p> <p>2. «Черный ящик» сознания потребителя: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <ul style="list-style-type: none"> выбор объекта удовлетворения процесс принятия решений мотивы потребителя выбор места приобретения <p>3. Ответная реакция потребителя включает в себя выбор: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <ul style="list-style-type: none"> времени покупки способа продвижения продукции места приобретения конкретного товара экономических условий
		ОПК-7	Компьютерное тестирование	<p>1. Побудительные факторы маркетинга: Авторство вопроса: Бражников Максим Алексеевич Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <ul style="list-style-type: none"> обеспечение удобства приобретения продукции и услуг разработка процесса принятия решения о покупке разработка товара и комплекса сопровождающих услуг научно-техническое развитие <p>2. Условия, которые затормозят процесс восприятия нового вида продукции: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <ul style="list-style-type: none"> снижение цен делимость процесса ознакомления низкая степень научной достоверности сложность продукции <p>3. Условия, которые обеспечат ускорение процесса восприятия нового вида продукции: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <ul style="list-style-type: none"> снижение цен одобрение со стороны общества сложность продукции

				повышение риска
3.	Раздел 3. Общение и восприятие. Анализ поведения клиента	ОПК-3	Компьютерное тестирование	<p>1. Повышение роли и значения сервисного обслуживания обусловлено такими факторами, как: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <ul style="list-style-type: none"> развитие средств коммуникаций обострение политической обстановки в мире увеличение объема производства изделий рост конструктивной сложности отдельных видов продукции <p>2. Задача формирования портфеля предоставляемых услуг — один из основных элементов в специфике: Выберите один правильный ответ</p> <ul style="list-style-type: none"> процесса производства и предоставления услуг как особого вида деятельности формализации персонификация услуг — максимально возможный учет индивидуальных потребностей, интересов и желаний отдельного клиента формализации материальность услуг — производство услуг предваряет процесс удовлетворения материальных потребностей <p>3. Что определяет уровень издержек производства и обращения с точки зрения ценообразования? Выберите один правильный ответ</p> <ul style="list-style-type: none"> нижняя граница устанавливаемой цены на изделие минимальная доля прибыли предприятия конкурентный паритет верхняя граница устанавливаемой цены на изделие безубыточность производства
		ОПК-7	Компьютерное тестирование	<p>1. Что определяет уровень рыночного спроса с точки зрения ценообразования? Выберите один правильный ответ</p> <ul style="list-style-type: none"> безубыточность производства максимальная доля прибыли предприятия конкурентный паритет верхняя граница устанавливаемой цены на изделие

				<p>нижняя граница устанавливаемой цены на изделие</p> <p>2. Сервис как ключевой стимул потребления продукции и инструмент укрепления образа компании — основа принципа: Выберите один правильный ответ</p> <ul style="list-style-type: none"> удобства сервиса информационной отдачи соответствия производства сервису взвешенной ценовой политики эластичности сервиса обязательности предложения <p>3. Полная оплата потребления услуг после окончательного результата: Выберите один правильный ответ</p> <ul style="list-style-type: none"> метод высоких цен метод компенсации метод гарантируемого результата метод отвлекающего маневра метод стимулирования
	Раздел 4. Модели потребительского поведения и сегментирование потребителей	ОПК-3	Компьютерное тестирование	<p>1. Этап предпродажного сервиса, в рамках которого производится упаковка и маркировка товаров, их сортировка, отмечается прохождение предпродажного контроля: Выберите один правильный ответ</p> <ul style="list-style-type: none"> проверка изделия консервация демонстрация работоспособности изделия распаковка и проверка перед продажей комплектование технической документацией <p>2. Установите последовательность этапов предпродажного сервиса. Расставьте в правильном порядке</p> <ul style="list-style-type: none"> демонстрация возможностей и работоспособности изделия комплектование необходимой технической документацией передача потребителю проверка изделия

				<p>распаковка и проверка перед продажей консервация</p> <p>3. В системе организации послепродажного сервиса следует выделить: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <p>постгарантийный сервис гарантийный сервис смешанное обслуживание торговое обслуживание</p>
		ОПК-7	Компьютерное тестирование	<p>1. Гарантийный сервис сложной и высокотехнологичной техники включает в себя элементы: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <p>настройка изделия в соответствии с запросами потребителя согласование графика технического обслуживания разработка условий оплаты и сроков выполнения работ периодический профилактический осмотр организация мест парковки транспорта</p> <p>2. Выбор поставщика технологического оборудования предопределен следующими факторами: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <p>обучение персонала простота услуги широта функций технического обслуживания возможность прогрессивной интеграции номенклатура выпуска</p> <p>3. Сервис в послегарантийный период включает в себя: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <p>апробирование техники в ограниченных масштабах организация курсов обучения, направленных на повышение эффективности использования техники</p> <p>обмен изделия выполнение полного спектра ремонтных работ своевременность поставок запасных частей разработка процедуры наблюдения изделия в процессе его непосредственной</p>

				эксплуатации
	Раздел 5. Формирование лояльности клиента предприятий туризма, гостиничного бизнеса и общественного питания	ОПК-3	Компьютерное тестирование	<p>1. Приобретение специальной литературы относится к потребностям: Выберите один правильный ответ эпизодического характера периодического характера постоянного характера всем перечисленным</p> <p>2. К основным мотивам потребителя относятся: Выберите все правильные ответы (один или несколько) общение выгода содействие самоутверждение удобство самосохранение познание</p> <p>3. Установите иерархическую последовательность уровней в теории содержания потребностей А. Маслоу. Расставьте в правильном порядке потребности в безопасности и самосохранении потребности в общении и любви потребности в самореализации потребности в самоутверждении и признании физиологические потребности</p>
		ОПК-7	Компьютерное тестирование	<p>1. Установите последовательность этапов зарождения сервиса. Расставьте в правильном порядке организация массовых зрелищ развитие торговых услуг и финансового обращения семейные услуги удовлетворение общественных потребностей самообслуживание и взаимопомощь</p>

				<p>потребность в путешествиях</p> <p>2. Установите последовательность развития потребностей. Расставьте в правильном порядке</p> <p>высвобождение значительной доли свободного времени в рамках ряда общественных групп</p> <p>научно-технический прогресс способствует развитию средств коммуникации</p> <p>обращение предпринимателей к массовой аудитории с помощью средств массовой информации</p> <p>формирование паттернов потребительского поведения под воздействием рода рекламных обращений</p> <p>зарождение новых социальных потребностей и увеличение объема потребительского рынка;</p> <p>расширение масштабов рынка на основе разработки новых способов удовлетворения потребностей</p> <p>возникновение новых форм и способов удовлетворения однотипных потребностей</p> <p>процесс расширения потребностей обеспечивает дифференциацию потребительских групп</p> <p>развитие крупномасштабного сегмента в сфере организации сервисной деятельности</p> <p>3. Проектирование системы логистики, обеспечивающей сбалансированность процесса производства и потребления услуг — основа принципа: Выберите один правильный ответ</p> <p>удобства сервиса</p> <p>обязательности предложения</p> <p>информационной отдачи</p> <p>соответствия производства сервису</p> <p>взвешенной ценовой политики</p>
	Раздел 6. Разработка программы мероприятий	ОПК-3	Компьютерное тестирование	<p>1. Группа факторов, обуславливающих выбор определенного покупателя в отношении конкретного способа и объекта удовлетворения потребности: Выберите один правильный ответ</p> <p>социальные</p> <p>психологические</p>

	, направленные на привлечение клиентов в средство размещения, предприятие общественного питания, туроператорскую или турагентскую фирму		вание	<p>личностные культурные</p> <p>2. Переменные, определяющие черты социального класса: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <p>уровень образования семья финансовая обеспеченность ситуационные факторы этап жизненного цикла</p> <p>3. Возможность торга (обсуждения) цены между продавцом и покупателем в процессе совершения покупки во многом обусловлена: Выберите один правильный ответ</p> <p>культурными традициями этапом жизненного цикла потребителя экономическим положением потребителя социальным положением потребителя и продавца</p>
		ОПК-7	Компьютерное тестирование	<p>1. Этап жизненного цикла семьи, который характеризуется высокой интенсивностью покупок (приоритет — товары длительного пользования и путешествия): Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)</p> <p>2. В составе рынка организаций выделяют следующие ключевые сегменты: Выберите все правильные ответы (один или несколько)</p> <p>рынок государственных закупок рынок товаров промышленного назначения рынок первичных товаров рынок перепродаж</p> <p>3. Какой из факторов, определяющих поведение организации, относится к межличностным отношениям, а не к особенностям личности? Авторство вопроса: Бражников Максим Алексеевич Выберите один правильный ответ</p> <p>служебное положение тип личности уровень доходов статус</p>

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-3	<ol style="list-style-type: none">1. Понятие и сущность услуги2. Качество услуг и качество обслуживания в сфере сервиса3. Кастомизация услуги в туристском и гостиничном бизнесе, в общественном питании и иных сферах сервиса4. Влияние новых технологий на традиционные формы обслуживания в сфере сервиса5. Особенности оказания услуг в туризме, гостиничном бизнесе и общественном питании и их влияние на въездной туризм в России6. Классификация потребителей услуг.7. Потребитель. Виды потребителей.8. Типы потребителей услуг.9. Признаки каждого из типов потребителей.10. Ключевые фразы каждого из типов потребителей.11. Способы взаимодействия и коммуникации с каждым из типов потребителя.12. Анализ поведения клиента.13. Анализ поведения гостя.14. Мимика; жесты; язык тела; эмпатия; правила общения с гостями и клиентами.15. Внешний вид; требования к персоналу.16. Корпоративная этика; эффективное общение с потребителями услуг.17. Требования к персоналу в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания.18. Стандарты сервиса.19. Чек лист.

	<p>20. Контроль выполнения стандартных операционных процедур персоналом в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания.</p>
<p>ОПК-7</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поведение потребителей и маркетинг: взаимосвязь областей знаний. 2. Роль поведения потребителей в принятии маркетинговых решений. 3. Потребительская ориентация организации: внешний и внутренний маркетинг. 4. Процесс принятия потребительского решения и его факторы. 5. Факторная модель потребительского поведения 6. Факторы глобализации рынков. Интернет-маркетинг и поведение потребителей. 7. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение. 8. Демография и культура в потребительском поведении. 9. Международные стандарты обслуживания. 10. Правила коммуникации с гостями. Стереотипы; предрассудки и их корректировка. 11. Лояльность. Понятие и виды программ лояльности. 12. Этапы создания программы лояльности. 13. Способы и критерии оценки лояльности клиентов. 14. Мотивирование потребителя к принятию решения. 15. Коммуникации с различными типами потребителей. 16. Правила делового общения. 17. Теория потребительского поведения: сложное потребительское поведение; неуверенное потребительское поведение; привычное потребительское поведение; поисковое потребительское поведение. 18. Потребитель. Виды потребителей.

	<p>19. Типы потребителей услуг. Признаки каждого из типов потребителей. Ключевые фразы каждого из типов потребителей.</p> <p>20. Способы взаимодействия и коммуникации с каждым из типов потребителя.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511247>

Бражников, М. А. Сервисология : учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 144 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13343-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519336>

Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512610>

Указывается из электронных библиотечных систем Университета и должна иметь «поисковую» ссылку.

5.1.2. Дополнительная литература

Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814>

Черников, В. Г. Сервисология : учебное пособие для вузов / В. Г. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 252 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13272-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519304>

Каменева, С. Е. Организация коммерческой деятельности в сфере услуг : учебное пособие для вузов / С. Е. Каменева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 76 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15300-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520455>

Указывается из электронных библиотечных систем Университета и должна иметь «поисковую» ссылку.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/

2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

**Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/

2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет)

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет)

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме **указать форму** (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью/ специализацией* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – <i>бакалавриата</i> по направлению подготовки 43.03.02 <i>Туризм</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516	Протокол заседания Ученого совета факультета № <u>2</u> от « <u>27</u> » <u>апреля</u> 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20____ года	____.____.____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20____ года	____.____.____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20____ года	____.____.____



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
27 апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА

Направление подготовки
43.03.02 «Туризм»

Направленность
«Экономика впечатлений»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	5
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	6
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	6
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	8
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	19
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	27
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	27
3.2. Задания для самостоятельной работы	31
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	37
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	38
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	38
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	38
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	39
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	39
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	40
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	42
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	42
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	49
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	51

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	51
5.1.1. Основная литература	52
5.1.2. Дополнительная литература	52
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	53
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	53
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля).....	55
5.4.1. Средства информационных технологий	55
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	55
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	55
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)....	56
5.6. Образовательные технологии.....	56
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	58

Рабочая программа дисциплины (модуля) «География туризма» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) «География туризма» разработана рабочей группой в составе: канд. геогр. наук, доцента Хетагуровой В.Ш..

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент



В.Ш. Хетагурова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ООО «Спутник»
директор

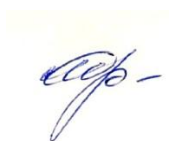


А.В. Горбачевская

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Кандидат исторических наук,
Ведущий советник Отдела по
взаимодействию с органами
государственной власти АНО «Больше,
чем путешествие», Москва



М.С. Федорова

(подпись)

Кандидат экономических наук, доцент
Доцент кафедры ресторанно-
гостиничного бизнеса и гастрономии
(РГСУ)



И.Г. Шадская

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) - формирование у студентов основных теоретических знаний о географии туризма и применении знаний в профессиональной деятельности

Задачи дисциплины (модуля):

1. изучить географию отдельных стран и регионов, на базе которых развивается как международный, так и внутренний туризм;
2. изучить процессы формирования основных туристских потоков;
3. изучить анализ международных и региональных особенностей развития туризма.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата*, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-5 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ПК-5 Способен находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма	ПК-5.1 Проводит исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов ПК-5.2 Применяет современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма ПК-5.3 Использует методы анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма	<i>Знать:</i> – факторы определяющие пространственные особенности развития туризма в отдельных странах и регионах; – классификацию туристско-рекреационных ресурсов различных стран и регионов мира; – причины формирования специализированных территориальных туристско-рекреационных систем факторах их эффективного развития. – современные методы оценки состояния и использования туристско-рекреационных ресурсов территорий различных стран и регионов мира. <i>Уметь:</i> – на основе анализа международных туристских связей, выявлять зоны притяжения туристов; – выявлять и оценивать рекреационные туристско-рекреационных потенциал отдельных стран и регионов мира;

			<ul style="list-style-type: none"> – способность проводить мониторинговые исследования туристского рынка; – систематизировать туристские ресурсы стран, составлять базы данных туристско-рекреационного потенциала территорий различных стран и регионов мира. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью к ориентации в организации туристско-рекреационного пространства; – методами оценки состояния и использования туристско-рекреационных ресурсов, их качественными и количественными параметрами; – разработкой мероприятий по использованию туристско-рекреационных ресурсов в туристской деятельности и индустрии гостеприимства.
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет б зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	4		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	112	56	56		
Лекционные занятия	36	18	18		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	72	36	36		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации / Иная контактная работа	4	2	2		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	68	34	34		
Контроль промежуточной аттестации	36	18	18		

Форма промежуточной аттестации	ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	216	108	108		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	4		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	76	38	38		
Лекционные занятия	24	12	12		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	48	24	24		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации / Иная контактная работа	4	2	2		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	104	52	52		
Контроль промежуточной аттестации	36	18	18		
Форма промежуточной аттестации	ЭКЗ	ЭКЗ	ЭКЗ		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	216	108	108		

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 2		Курс 3	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	28		14	14	
Лекционные занятия	8		4	4	
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	16		8	8	
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации / Иная контактная работа	4		2	2	
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	170		85	85	
Контроль промежуточной аттестации	18		9	9	
Форма промежуточной аттестации	ЭКЗ		ЭКЗ	ЭКЗ	
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	216		108	108	

**2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
			Всего	Лекционные занятия	из них, в форме практической подготовки	Семинарские / практические занятия	из них, в форме практической подготовки	Консультации /		
Модуль 1 (Семестр 3)										
РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ МАКРОРЕГИОНЫ МИРА	28	10	18	6			12			
Тема 1.1. География туризма в постиндустриальную эпоху	14	6	8	2			6			
Тема 1.2. Туристско-рекреационные макрорегионы мира	14	4	10	4			6			
РАЗДЕЛ 2. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЕВРОПЕЙСКОГО МАКРОРЕГИОНА	30	12	18	6			12			
Тема 2.1 Туристский потенциал туристских мезорегионов Зарубежной Европы: Северная, Центральная и Западная Европа, Альпийский туристский микрорегион	14	6	8	2			6			
Тема 2.2 Туристский потенциал туристских	16	6	10	4			6			

мезорегионов Зарубежной Европы: Восточная и Южная Европа									
РАЗДЕЛ 3. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА БЛИЖНЕВОСТОЧНОГО МАКРОРЕГИОНА. ГЕОГРАФИЯ АФРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	30	12	18	6		12			
Тема 3.1. Туристская география Западной, Юго-Западной Азии и Средней Азии.	14	6	8	2		6			
Тема 3.2. Туристская география и рекреация стран Африки	16	6	10	4		6			
Консультации	2		2					2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	экс								
Общий объем Модуля 1, часов	108	34	56	18		36		2	
Модуль 2 (Семестр 4)									
РАЗДЕЛ 4. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	28	10	18	6		12			
Тема 4.1. Туристская география в Юго-Восточной,	14	6	8	2		6			

Центральной и Восточной Азии									
Тема 4.2. Туристская география и рекреация в Австрии и Океании	14	4	10	4		6			
РАЗДЕЛ 5. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЮЖНО- АЗИАТСКОГО МАКРОРЕГИОНА.	30	12	18	6		12			
Тема 5.1 Туристско-рекреационный потенциал туристского мезорегиона Южной Азии	14	6	8	2		6			
Тема 5.2 География стран Южной Азии	16	6	10	4		6			
РАЗДЕЛ 6. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АМЕРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	30	12	18	6		12			
Тема 6.1. Развитие туристско-рекреационных центров в странах и регионах Северной Америки	14	6	8	2		6			
Тема 6.2. Развитие туристско-рекреационных центров в странах и регионах Карибской и Южной Америки	16	6	10	4		6			
Консультации	2		2					2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	ЭКЗ								

Общий объем Модуля 2, часов	108	34	56	18		36		2	
Общий объем по дисциплине, часов	216	68	112	36		72		4	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них, в форме практической подготовки</i>	Семинарские / практические занятия	<i>из них, в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа	<i>из них, в форме практической подготовки</i>
Модуль 1 (Семестр 3)									
РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННЫЕ МАКРОРЕГИОНЫ МИРА	28	16	12	4		8			
Тема 1.1. География туризма в постиндустриальную эпоху	14	8	6	2		4			
Тема 1.2. Туристско-рекреационные макрорегионы мира	14	8	6	2		4			
РАЗДЕЛ 2. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЕВРОПЕЙСКОГО МАКРОРЕГИОНА	30	18	12	4		8			
Тема 2.1 Туристский потенциал туристских мезорегионов Зарубежной Европы: Северная, Центральная и Западная Европа, Альпийский туристский микрорегион	14	8	6	2		4			

Тема 2.2 Туристский потенциал туристских мезорегионов Зарубежной Европы: Восточная и Южная Европа	16	10	6	2		4			
РАЗДЕЛ 3. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА БЛИЖНЕВОСТОЧНОГО МАКРОРЕГИОНА. ГЕОГРАФИЯ АФРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	30	18	12	4		8			
Тема 3.1. Туристская география Западной, Юго-Западной Азии и Средней Азии.	14	8	6	2		4			
Тема 3.2. Туристская география и рекреация стран Африки	16	10	6	2		4			
Консультации	2		2					2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	экз								
Общий объем Модуля 1, часов	108	52	38	12		24		2	
Модуль 2 (Семестр 4)									
РАЗДЕЛ 4. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	28	16	12	4		8			
Тема 4.1. Туристская география в Юго-Восточной,	14	8	6	2		4			

Центральной и Восточной Азии									
Тема 4.2. Туристская география и рекреация в Австрии и Океании	14	8	6	2		4			
РАЗДЕЛ 5. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЮЖНО- АЗИАТСКОГО МАКРОРЕГИОНА.	30	18	12	4		8			
Тема 5.1 Туристско-рекреационный потенциал туристского мезорегиона Южной Азии	14	8	6	2		4			
Тема 5.2 География стран Южной Азии	16	10	6	2		4			
РАЗДЕЛ 6. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АМЕРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	30	18	12	4		8			
Тема 6.1. Развитие туристско-рекреационных центров в странах и регионах Северной Америки	14	8	6	2		4			
Тема 6.2. Развитие туристско-рекреационных центров в странах и регионах Карибской и Южной Америки	16	10	6	2		4			
Консультации	2		2					2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	экз								
Общий объем Модуля 2, часов	108	52	38	12		24		2	

Общий объем по дисциплине, часов	216	104	76	24		48		4	
-----------------------------------------	------------	------------	-----------	-----------	--	-----------	--	----------	--

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них, в форме практической подготовки</i>	Семинарские / практические занятия	<i>из них, в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа	<i>из них, в форме практической подготовки</i>
Модуль 1 (Курс 2, Сессия 3-4)									
РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННЫЕ МАКРОРЕГИОНЫ МИРА	32	30	2	2					
Тема 1.1. География туризма в постиндустриальную эпоху	16	14	2	2					
Тема 1.2. Туристско-рекреационные макрорегионы мира	16	16							
РАЗДЕЛ 2. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЕВРОПЕЙСКОГО МАКРОРЕГИОНА	34	28	6	2		4			
Тема 2.1 Туристский потенциал туристских мезорегионов Зарубежной Европы: Северная, Центральная и Западная Европа, Альпийский туристский микрорегион	16	14	2	2					

Тема 2.2 Туристский потенциал туристских мезорегионов Зарубежной Европы: Восточная и Южная Европа	18	14	4	2		2			
РАЗДЕЛ 3. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА БЛИЖНЕВОСТОЧНОГО МАКРОРЕГИОНА. ГЕОГРАФИЯ АФРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	31	27	4			4			
Тема 3.1. Туристская география Западной, Юго-Западной Азии и Средней Азии.	16	14	2			2			
Тема 3.2. Туристская география и рекреация стран Африки	15	13	2			2			
Консультации	2		2					2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	9								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>									
Общий объем Модуля 1, часов	108	85	14	4		8		2	
Модуль 2 (Курс 3, Сессия 1-2)									
РАЗДЕЛ 4. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	32	30	2	2					
Тема 4.1. Туристская география в Юго-Восточной,	16	14	2	2					

Центральной и Восточной Азии									
Тема 4.2. Туристская география и рекреация в Австрии и Океании	16	16							
РАЗДЕЛ 5. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЮЖНО- АЗИАТСКОГО МАКРОРЕГИОНА.	34	28	6	2		4			
Тема 5.1 Туристско-рекреационный потенциал туристского мезорегиона Южной Азии	16	14	2	2					
Тема 5.2 География стран Южной Азии	18	14	4	2		2			
РАЗДЕЛ 6. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АМЕРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	31	27	4			4			
Тема 6.1. Развитие туристско-рекреационных центров в странах и регионах Северной Америки	15	13	2			2			
Тема 6.2. Развитие туристско-рекреационных центров в странах и регионах Карибской и Южной Америки	16	14	2			2			
Консультации	2		2					2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	9								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>									
Общий объем Модуля 2, часов	108	85	14	4		8		2	

Общий объем по дисциплине, часов	216	170	28	8		16		4	
----------------------------------	-----	-----	----	---	--	----	--	---	--

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ МАКРОРЕГИОНЫ МИРА

Перечень изучаемых элементов содержания

Мировой и отечественный опыт развития географии туризма как научной дисциплины. Туристско-рекреационные потребности и мотивы в туристской деятельности. Методы учета туристских потоков. Географические закономерности формирования и распространения мировых туристских потоков. Объект, предмет и задачи географии туризма. Рекреационные мотивации и потребности человека. Представление о рекреационной системе и подсистемах. Матрица связей подсистем территориальной рекреационной системы. География туризма и рекреационная география – соотношение понятий. Взаимодействие географии с другими науками. Генерализованное представление о разделении функций в исследовании ТРС между географическими дисциплинами. Факторы и этапы туристско-рекреационного районообразования. Принципы и методы районирования. Исторический подход к проведению туристско-рекреационного районирования. Культурное наследие. Природное наследие. География Всемирного наследия ЮНЕСКО. Туристское районирование мира: геокультурный подход. Туристско-рекреационные зоны и туристские макрорайоны мира. Геоисторические регионы. Районообразующие факторы. Ключевые признаки культурного районирования территорий. Иерархия туристских районов. Туристские макрорегионы мира, мезорегионы, микрорегионы

Тема 1.1. География туризма в постиндустриальную эпоху

Объект, предмет и задачи географии туризма. Рекреационные мотивации и потребности человека. Представление о рекреационной системе и подсистемах. Матрица связей подсистем территориальной рекреационной системы. География туризма и рекреационная география – соотношение понятий. Взаимодействие географии с другими науками. Генерализованное представление о разделении функций в исследовании ТРС между географическими дисциплинами. Мировой и отечественный опыт развития географии туризма как научной дисциплины. Туристско-рекреационные потребности и мотивы в туристской деятельности. Методы учета туристских потоков. Географические закономерности формирования и распространения мировых туристских потоков.

Тема 1.2. Туристско-рекреационные макрорегионы мира

Факторы и этапы туристско-рекреационного районообразования. Принципы и методы районирования. Исторический подход к проведению туристско-рекреационного районирования. Культурное наследие. Природное наследие. География Всемирного наследия ЮНЕСКО. Туристское районирование мира: геокультурный подход. Туристско-рекреационные зоны и туристские макрорайоны мира. Геоисторические регионы. Районообразующие факторы. Ключевые признаки культурного районирования территорий. Иерархия туристских районов. Туристские макрорегионы мира, мезорегионы, микрорегионы.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1: ОСНОВЫ ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ МАКРОРЕГИОНЫ МИРА

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание кейс-задания:

Провести зонирование выбранной территории макрорегиона мира (по выбору студента)

В основу туристско-рекреационного зонирования положены следующие признаки:

1. географическое положение входящих в состав макрорегиона мезорегионов;
2. действие основных факторов развития туризма на данной территории (рекреационные потребности местного населения, условия их удовлетворения, рекреационные ресурсы);
3. характеристика рекреационного потенциала – природных рекреационных ресурсов (ландшафтов, биоклимата, гидроминеральных ресурсов), экологического состояния природной среды, историко-культурного потенциала (памятников культурного наследия и объектов социальной инфраструктуры), степень развития туристской инфраструктуры и материальной базы туризма;
4. функциональная структура туризма и доминирующие направления;
5. проблемы и перспективы рекреационного освоения.

Отчет представляется в виде карты рекреационного зонирования и пояснительной записки.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЕВРОПЕЙСКОГО МАКРОРЕГИОНА

Перечень изучаемых элементов содержания:

Туристский потенциал туристских мезорегионов Зарубежной Европы и их природные, социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы, культурно-исторические факторы, формирующие туристско-рекреационный потенциал территорий. Северная Европа. Североευропейский туристский мезорегион: Норвежско-Исландский, Датско-Шведский, Финляндский и Восточно-Балтийский микрорегионы. Западноевропейский туристский мезорегион. Британский туристский микрорегион: Великобритания и Ирландия. Туристский микрорегион Бенилюкс: Бельгия, Нидерланды и Люксембург. Французский микрорегион: Франция и Монако. Германский туристский микрорегион. Альпийский туристский микрорегион: Швейцария, Лихтенштейн и Австрия. Центральноевропейский туристский микрорегион: Польша, Чехия, Словакия и Венгрия. Центральная и Восточная Европа: Придунайский туристский микрорегион (Сербия, Македония, Болгария и Румыния) и Восточноевропейский туристский микрорегион (Молдавия, Украина и Белоруссия). Южная Европа: Пиренейский полуостров; Аппенинский полуостров и Мальта; Далмация; Греция.

Тема 2.1 Туристский потенциал туристских мезорегионов Зарубежной Европы: Северная, Западная Европа, Альпийский туристский микрорегион

Туристский потенциал туристских мезорегионов Зарубежной Европы и их природные, социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы, культурно-исторические факторы, формирующие туристско-рекреационный потенциал территорий. Северная Европа.

Североевропейский туристский мезорегион: Норвежско-Исландский, Датско-Шведский, Финляндский и Восточно-Балтийский микрорегионы. Западноевропейский туристский мезорегион. Британский туристский микрорегион: Великобритания и Ирландия. Туристский микрорегион Бенилюкс: Бельгия, Нидерланды и Люксембург. Французский микрорегион: Франция и Монако. Германский туристский микрорегион. Альпийский туристский микрорегион: Швейцария, Лихтенштейн и Австрия.

Тема 2.2 Туристский потенциал туристских мезорегионов Зарубежной Европы: Центральная, Восточная и Южная Европа

Центральная и Восточная Европа: Придунайский туристский микрорегион (Сербия, Македония, Болгария и Румыния) и Восточноевропейский туристский микрорегион (Молдавия, Украина и Белоруссия). Южная Европа: Пиренейский полуостров; Аппенинский полуостров и Мальта; Далмация; Греция.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 2: ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЕВРОПЕЙСКОГО МАКРОРЕГИОНА

Форма практического задания: дискуссия

Вопросы для обсуждения к разделу 1:

1. Характеристика памятников наследия, включенных в список ЮНЕСКО Североевропейского туристского мезорегиона.
2. Доисторическая Северная Европа.
3. Древняя земля викингов.
4. Средневековые столицы Балтии.
5. Британские острова в древности
6. Культурная специфика стран Бенилюкс.
7. «Низменные земли» в средние века.
8. Древнейшая и античная Франция.
9. Римско-романская Германия.
10. Подунавье в дохристианскую эпоху.
11. Археология Мальты и Апеннинского полуострова.
12. Туристский потенциал Восточной Европы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – кейс-задание

РАЗДЕЛ 3. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА БЛИЖНЕВОСТОЧНОГО МАКРОРЕГИОНА. ГЕОГРАФИЯ АФРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА

Перечень изучаемых элементов содержания

Туристский потенциал туристских мезорегионов Ближневосточного макрорегиона и Африканского макрорегиона и их природные, социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы, культурно-исторические факторы, формирующие туристско-рекреационный потенциал территорий. Туристская география Западной Азии, Юго-Западной Азии, Центральной Азии. Туристская география стран Африки. Туризм в Египте и Ливии. Туристский потенциал африканских стран расположенных ниже Сахары.

Тема 3.1. Туристская география Западной, Юго-Западной Азии и Средней Азии.

Перечень изучаемых элементов содержания

Западно-азиатский туристский мезорегион: Левант (Ливан, Сирия, Израиль, Иордания, Палестина). Малая Азия (Турция и Кипр). Закавказье. Арабский восток (Машрик): Саудовская Аравия, ОАЭ, Бахрейн, Катар, Оман, Йемен, Кувейт, Ирак. Индоиранский Средний Восток. Среднеазиатский туристский мезорегион: Казахстан, Узбекистан, Туркменистан, Таджикистан, Кыргызстан. Страны-лидеры Западной и Средней Азии на международном туристском рынке. Рейтинг стран-лидеров Западной и Средней Азии по туристским прибытиям и доходам. Гаагская декларация по туризму.

Тема 2. Туристская география и рекреация стран Африки

Перечень изучаемых элементов содержания

Туристский потенциал туристских мезорегионов Африки. Северная Африка (Магриб, Ливия, Египет). Африка ниже Сахары: Западно-Приатлантический макрорайон; Западный внутренний макрорайон; Восточный макрорайон; Верхне-Нильский район; Островной район; Южный район (Южная Африка).

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия 3: ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА БЛИЖНЕВОСТОЧНОГО МАКРОРЕГИОНА. ГЕОГРАФИЯ АФРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА

Форма практического задания: кейс-задание

Используя дополнительные источники информации подготовить и защитить туристический рекламный буклет по одной из представленных тем:

1. Финикия и античный Левант.
2. Библейский Восток.
3. Арабский Ближний Восток.
4. Культурное своеобразие туристского микрорегиона Левант.
5. Малая Азия и остров Кипр в древнюю и античную эпохи.
6. Христианское наследие Византии.
7. Мусульманская Турция.
8. Закавказье: Грузия, Армения, Азербайджан, Абхазия и Южная Осетия.
9. Дохристианское Закавказье.
10. Византийско-христианское Закавказье.
11. Мусульманское Закавказье.
12. Культурная специфика Арабского Востока.
13. Древнейшее Междуречье (Месопотамия).
14. Древняя Аравия.
15. Индоиранский Средний Восток.
16. Культурное многообразие Персии.
17. Афганистан – перекресток культур.
18. Калейдоскоп цивилизаций в долине Нила.
19. Древнейшее и античное наследие Средней Азии.
20. Исламский Туркестан.
21. Средняя Азия в эпоху позднего средневековья.

22. Египет: путешествие в прошлое.
23. Сказочный мир Мадагаскара
24. Познаем Южную Африку
25. Голос Африки: туры и предложения.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – кейс-задание

РАЗДЕЛ 4. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА

Перечень изучаемых элементов содержания

География туризма в странах Юго-Восточной, Центральной и Восточной Азии, Австралии и Океании. Современное состояние туристской индустрии Австралии и Океании и перспективы ее развития в будущем. Туристский потенциал туристских мезорегионов Австралии и Океании, их природных туристско-рекреационных ресурсах, культурно-исторических факторах, формирующих туристско-рекреационный потенциал территорий. Туристские мезорегионы Австралия и Океании. Туристский потенциал Австралии и Новой Зеландии. Природно-исторические памятники. Заповедники и Национальные парки Австралии и Океании.

Тема 4.1. Туристская география в Юго-Восточной, Центральной и Восточной Азии

Перечень изучаемых элементов содержания

Туристско-рекреационные зоны Юго-Восточной Азии: Индокитай; Островной макрорайон (Индонезия и Филиппины). Туристско-рекреационные зоны Восточной Азии: Япония; Корейский макрорайон; Северо-Восточный и Восточный Китай; Южный Китай. Туристско-рекреационные зоны Центральной Азии: Западный Китай; Тибет; Монголия.

Тема 4.2. Туристская география и рекреация в Австралии и Океании

Перечень изучаемых элементов содержания

Туристские мезорегионы Австралия и Океании. Туристский потенциал Австралии и Новой Зеландии. Природно-исторические памятники. Заповедники и национальные парки Австралии и Океании. Международный туризм в Австралии и Океании.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Тема практического занятия 4: ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА

Форма практического задания: кейс-задание

Дать комплексную характеристику территории одной из стран Азиатско-Тихоокеанского макрорегиона (по выбору студента) и представить ее в виде презентации. В целях проведения комплексной оценки конкретной территории для развития туризма и отдыха необходимо собрать и произвести анализ информации о следующих основных показателях:

1) ее параметрах: а) общие сведения; б) географическое положение; в) состав и физико-географическая структура; г) история формирования и развития; д) современный уровень экономического развития и народно-хозяйственное значение территории;

2) природных ресурсах: а) орографические условия; б) климатические условия и биоклимат; в) гидрологические условия; г) флористические и фаунистические ресурсы; д) особо охраняемые природные территории как туристский ресурс; е) ландшафт территории и его комплексная оценка;

3) культурно-исторических ресурсах: а) историко-культурные особенности; б) наличие объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО; в) материальное наследие; г) памятники истории и культуры; д) духовное наследие и традиционная культура; е) культурные ландшафты;

4) социально-экономических ресурсах и инфраструктурной обеспеченности: а) транспортная инфраструктура; б) инфраструктура размещения; в) инфраструктура питания; г) инфраструктура досуга и развлечений; д) прочие отрасли туристской инфраструктуры; е) трудовые ресурсы территории; ж) финансовые и материальные ресурсы туризма; з) управленческие ресурсы; и) информационные ресурсы; к) прочие социально-экономические ресурсы;

5) доступности территории для развития туризма и отдыха: а) транспортная; б) пространственная; в) временная; г) политическая; д) социально-экономическая; е) финансовая; ж) информационная; з) формальная; и) инфраструктурная;

6) пространственной организации туризма: а) формы организации туризма; б) основные факторы и закономерности территориальной организации туризма; в) территориальные системы туризма; г) туристское районирование территории; д) туристские центры региона, их профиль и специфика; е) туристские объекты и комплексы; ж) туристские маршруты;

7) традициях использования территории для развития туризма: а) период туристского освоения территории; б) степень туристской освоенности территории; в) современные формы туристского использования территории; г) традиционные направления развития туризма; д) уникальные направления развития туризма;

8) современном состоянии туризма: а) выездной туризм; б) въездной туризм; в) внутренний туризм; г) проблемы и перспективы развития туризма в регионе; д) структура управления туризмом; е) существующие проекты и программы развития туризма;

9) факторах развития туризма (с обязательным разделением на положительные и негативные): а) экологические; б) природные; в) социокультурные; г) экономические; д) правовые; е) политические; ж) инфраструктурные.

10) дать оценку современного состояния международного туризма в регионе.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – кейс-задание

РАЗДЕЛ 5. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЮЖНО-АЗИАТСКОГО МАКРОРЕГИОНА

Перечень изучаемых элементов содержания

Туристско-рекреационный потенциал туристского мезорегиона Южной Азии и ее природных туристско-рекреационных ресурсах, культурно-исторических факторах, формирующих туристско-рекреационный потенциал территорий региона. Южная Азия: Пакистан, Индия, Бангладеш. Гималайский макрорайон. Цейлон (Шри-Ланка). Дневняя Индия. Буддийская Южная Азия. Брахманистская и индуистская Индия. Мусульманская Индия. Европейское колониальное наследие в Южной Азии. Основные тенденции в географии туризма Южно-Азиатского макрорегиона.

Тема 5.1 Туристско-рекреационный потенциал туристского мезорегиона Южной Азии

Туристско-рекреационный потенциал туристского мезорегиона Южной Азии и ее природных туристско-рекреационных ресурсах, культурно-исторических факторах, формирующих туристско-рекреационный потенциал территорий региона.

Тема 5.2 География стран Южной Азии

Южная Азия: Пакистан, Индия, Бангладеш. Гималайский макрорайон. Цейлон (Шри-Ланка). Дневняя Индия. Буддийская Южная Азия. Брахманистская и индуистская Индия. Мусульманская Индия. Европейское колониальное наследие в Южной Азии. Основные тенденции в географии туризма Южно-Азиатского макрорегиона.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 5

Тема практического занятия 5: ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЮЖНО-АЗИАТСКОГО МАКРОРЕГИОНА

Форма практического задания: кейс-задание

Дать комплексную характеристику территории одной из стран Южно-Азиатского макрорегиона (по выбору студента) и представить ее в виде презентации. В целях проведения комплексной оценки конкретной территории для развития туризма и отдыха необходимо собрать и произвести анализ информации о следующих основных показателях:

1) ее параметрах: а) общие сведения; б) географическое положение; в) состав и физико-географическая структура; г) история формирования и развития; д) современный уровень экономического развития и народно-хозяйственное значение территории;

2) природных ресурсах: а) орографические условия; б) климатические условия и биоклимат; в) гидрологические условия; г) флористические и фаунистические ресурсы; д) особо охраняемые природные территории как туристский ресурс; е) ландшафт территории и его комплексная оценка;

3) культурно-исторических ресурсах: а) историко-культурные особенности; б) наличие объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО; в) материальное наследие; г) памятники истории и культуры; д) духовное наследие и традиционная культура; е) культурные ландшафты;

4) социально-экономических ресурсах и инфраструктурной обеспеченности: а) транспортная инфраструктура; б) инфраструктура размещения; в) инфраструктура питания; г) инфраструктура досуга и развлечений; д) прочие отрасли туристской инфраструктуры; е) трудовые ресурсы территории; ж) финансовые и материальные ресурсы туризма; з) управленческие ресурсы; и) информационные ресурсы; к) прочие социально-экономические ресурсы;

5) доступности территории для развития туризма и отдыха: а) транспортная; б) пространственная; в) временная; г) политическая; д) социально-экономическая; е) финансовая; ж) информационная; з) формальная; и) инфраструктурная;

6) пространственной организации туризма: а) формы организации туризма; б) основные факторы и закономерности территориальной организации туризма; в) территориальные системы туризма; г) туристское районирование территории; д) туристские центры региона, их профиль и специфика; е) туристские объекты и комплексы; ж) туристские маршруты;

7) традициях использования территории для развития туризма: а) период туристского освоения территории; б) степень туристской освоенности территории; в) современные формы туристского использования территории; г) традиционные направления развития туризма; д) уникальные направления развития туризма;

8) современном состоянии туризма: а) выездной туризм; б) въездной туризм; в) внутренний туризм; г) проблемы и перспективы развития туризма в регионе; д) структура управления туризмом; е) существующие проекты и программы развития туризма;

9) факторах развития туризма (с обязательным разделением на положительные и негативные): а) экологические; б) природные; в) социокультурные; г) экономические; д) правовые; е) политические; ж) инфраструктурные.

10) дать оценку современного состояния международного туризма в регионе.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – кейс-задание

РАЗДЕЛ 6. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АМЕРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА

Перечень изучаемых элементов содержания

Туристский потенциал туристских мезорегионов Американского макрорегиона и его природные, социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы, культурно-исторические факторы, формирующие туристско-рекреационный потенциал территорий. Страны Северной, Южной, Центральной Америки, островные государства и территории Карибского бассейна.

Тема 6.1. Развитие туристско-рекреационных центров в странах и регионах Северной Америки

Страны-лидеры на международном туристском рынке в Северной Америке. Регионы и центры туризма Северной Америки. Международный туризм в странах Северо-Американского континента. Особенности развития туризма в США. Особенности развития туризма в Канаде. Международный туризм в США и Канаде. Рейтинг стран – лидеров по туристским прибытиям и доходам на Американском континенте. Восток США: Приозерный район; Район Огайо; Новая Англия; Приатлантический район; Аппалачи. Запад США: Скалистые горы; Внутренние плато (Колумбия, Большой бассейн, Колорадо); Западные хребты. Тихоокеанский запад США: Северный район; Южный район. Центр США: Центрально-Северный район; Центрально-Южный район. Юго-Восток США: Флорида; Побережье Мексиканского залива. Аляска: Южный район; Центральный район; Северный район. Гавайские острова: Юго-Восточный район; Северо-Западный район. Канада: Приозерный район; Приатлантический район; Спеднезападный район; Тихоокеанский макрорайон; Северный район.

Тема 6.2. Развитие туристско-рекреационных центров в странах и регионах Карибской и Южной Америки

Туризм в странах Центральной Америки. Карибская Америка: Мексика; Островной район (Вест-Индия). Центральная Америка. Южная Америка: Северный макрорайон; Бразилия; Южный макрорайон; Макрорайон Анды.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 6

Тема практического занятия 6: ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АМЕРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА

Форма практического задания: кейс-задание

Дать комплексную характеристику территории одной из стран Американского макрорегиона (по выбору студента) и представить ее в виде презентации. В целях проведения комплексной оценки конкретной территории для развития туризма и отдыха необходимо собрать и произвести анализ информации о следующих основных показателях:

1) ее параметрах: а) общие сведения; б) географическое положение; в) состав и физико-географическая структура; г) история формирования и развития; д) современный уровень экономического развития и народно-хозяйственное значение территории;

2) природных ресурсах: а) орографические условия; б) климатические условия и биоклимат; в) гидрологические условия; г) флористические и фаунистические ресурсы; д) особо охраняемые природные территории как туристский ресурс; е) ландшафт территории и его комплексная оценка;

3) культурно-исторических ресурсах: а) историко-культурные особенности; б) наличие объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО; в) материальное наследие; г) памятники истории и культуры; д) духовное наследие и традиционная культура; е) культурные ландшафты;

4) социально-экономических ресурсах и инфраструктурной обеспеченности: а) транспортная инфраструктура; б) инфраструктура размещения; в) инфраструктура питания; г) инфраструктура досуга и развлечений; д) прочие отрасли туристской инфраструктуры; е) трудовые ресурсы территории; ж) финансовые и материальные ресурсы туризма; з) управленческие ресурсы; и) информационные ресурсы; к) прочие социально-экономические ресурсы;

5) доступности территории для развития туризма и отдыха: а) транспортная; б) пространственная; в) временная; г) политическая; д) социально-экономическая; е) финансовая; ж) информационная; з) формальная; и) инфраструктурная;

6) пространственной организации туризма: а) формы организации туризма; б) основные факторы и закономерности территориальной организации туризма; в) территориальные системы туризма; г) туристское районирование территории; д) туристские центры региона, их профиль и специфика; е) туристские объекты и комплексы; ж) туристские маршруты;

7) традициях использования территории для развития туризма: а) период туристского освоения территории; б) степень туристской освоенности территории; в) современные формы туристского использования территории; г) традиционные направления развития туризма; д) уникальные направления развития туризма;

8) современном состоянии туризма: а) выездной туризм; б) въездной туризм; в) внутренний туризм; г) проблемы и перспективы развития туризма в регионе; д) структура управления туризмом; е) существующие проекты и программы развития туризма;

9) факторах развития туризма (с обязательным разделением на положительные и негативные): а) экологические; б) природные; в) социокультурные; г) экономические; д) правовые; е) политические; ж) инфраструктурные.

10) дать оценку современного состояния международного туризма в регионе.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6

форма рубежного контроля – кейс-задание

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) Очной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 3)		

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ МАКРОРЕГИОНЫ МИРА	10	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 2. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЕВРОПЕЙСКОГО МАКРОРЕГИОНА	12	Подготовка реферата
РАЗДЕЛ 3. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА БЛИЖНЕВОСТОЧНОГО МАКРОРЕГИОНА. ГЕОГРАФИЯ АФРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	12	Подготовка эссе
Общий объем Модуля 1, часов	34	
Модуль 2 (Семестр 4)		
РАЗДЕЛ 4. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	10	Подготовка реферата
РАЗДЕЛ 5. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЮЖНО-АЗИАТСКОГО МАКРОРЕГИОНА.	12	Кейс-задание
РАЗДЕЛ 6. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АМЕРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	12	Кейс-задание
Общий объем по модулю/семестру, часов	34	

Общий объем по дисциплине (модулю), часов	68	
-------------------------------------------	----	--

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 3)		
РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ МАКРОРЕГИОНЫ МИРА	16	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 2. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЕВРОПЕЙСКОГО МАКРОРЕГИОНА	18	Подготовка реферата
РАЗДЕЛ 3. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА БЛИЖНЕВОСТОЧНОГО МАКРОРЕГИОНА. ГЕОГРАФИЯ АФРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	18	Подготовка эссе
Общий объем Модуля 1, часов	52	
Модуль 2 (Семестр 4)		
РАЗДЕЛ 4. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	16	Подготовка реферата
РАЗДЕЛ 5. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЮЖНО-	18	Кейс-задание

АЗИАТСКОГО МАКРОРЕГИОНА.		
РАЗДЕЛ 6. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АМЕРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	18	Кейс-задание
Общий объем по модулю/семестру, часов	52	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	104	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (Курс 2, сессия 3-4)		
РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННЫЕ МАКРОРЕГИОНЫ МИРА	30	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 2. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЕВРОПЕЙСКОГО МАКРОРЕГИОНА	28	Подготовка реферата
РАЗДЕЛ 3. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА БЛИЖНЕВОСТОЧНО ГО МАКРОРЕГИОНА. ГЕОГРАФИЯ АФРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	27	Подготовка эссе
Общий объем Модуля 1, часов	85	

Модуль 2 (Курс 3, Сессия 1-2)

РАЗДЕЛ 4. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АЗИАТСКО- ТИХООКЕАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	30	Подготовка реферата
РАЗДЕЛ 5. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЮЖНО- АЗИАТСКОГО МАКРОРЕГИОНА.	28	Кейс-задание
РАЗДЕЛ 6. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АМЕРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	27	Кейс-задание
Общий объем по модулю/семестру, часов	85	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	170	

3.2. Задания для самостоятельной работы**Задания для самостоятельной работы к Разделу 1****Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:**

1. Роль международного туризма в постиндустриальную эпоху
2. Факторы международной конкурентоспособности национального туристского комплекса.
3. Международный туризм как важная часть сферы внешнеэкономических связей страны
4. Характеристика современной географии международного туризма.
5. Системный метод исследования географии туризма
6. Социологический метод исследования географии туризма
7. Оценочный метод исследования географии туризма
8. Метод типологии и классификации
9. Картографический метод и ГИС-технологии в географии туризма.
10. Методы сбора информации о развитии туризма.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм как геополитическая сила / А. Ю. Александрова, М. В. Шипугина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 100 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597731> (дата обращения: 08.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1557-3. – DOI 10.23681/597731. – Текст : электронный.

2. География мира в 3 т. Том 2. Социально-экономическая география мира : учебник и практикум для вузов / Н. В. Каледин [и др.] ; под редакцией Н. В. Каледина, Н. М. Михеевой. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12217-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512517> (дата обращения: 09.03.2023)

3. Григорьев, А. А. География всемирного наследия : учебное пособие для вузов / А. А. Григорьев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07236-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531086> (дата обращения: 09.03.2023).

4. Куприна, Л. Е. Туристская картография : учебное пособие для вузов / Л. Е. Куприна. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 229 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15506-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515138> (дата обращения: 09.03.2023).

5. Шульгина, Д. П. Культурное и природное наследие России : учебник для вузов / Д. П. Шульгина, О. В. Шульгина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10874-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517567> (дата обращения: 09.03.2023).

Перечень тем рефератов к Разделу 2

1. Доисторическая Северная Европа: наскальные рисунки в Альте (Норвегия); Наскальные рельефы в Тануме (Швеция); Погребальный комплекс бронзового века Саммаллахденмяки; Вега или Вегаэйн (Норвегия).
2. Лапландия (Швеция).
3. Сельский ландшафт в южной части Эленд (Швеция).
4. Древняя земля викингов: Бирка (Швеция), Елинг (Дания), Национальный парк Тингвеллир (Исландия), деревянная церковь в Урнесе (Норвегия).
5. Средневековые столицы Балтии: Таллин (Эстония)4 Рига (Латвия); Вильнюс (Литва).
6. «Деревянная» Скандинавия: «Церковный поселок» Гаммельстад Лулео (Швеция); старый портовый квартал Брюгген в городе Берген (Норвегия); старая часть города Раума (Финляндия); старая церковь в деревне Петяявеси (Финляндия).
7. «Каменная» Скандинавия: Кафедральный собор в городе Роскилле (Дания); Город-порт Висбю (Швеция); Замок Кронборг (Дания); Военно-морской порт Карлскруна (Швеция); Крепость Суоменлинна (Финляндия); Королевская резиденция Дротнингхольм (Швеция); Скугсчуркогорден – «Лесное кладбище» в Стокгольме (Швеция).
8. «Индустриальная» Скандинавия: Горнопромышленный город Рёрус (Норвегия); Горнопромышленный район «Большая Медная гора» в городе Фалун (Швеция); Завод Энгельсберг (Швеция); Деревоперерабатывающая фабрика в Верле (Финляндия); Радиостанция Варберг в Гриметоне (Швеция).
9. Протестантская (лютеранская) религия – культурная специфика Северной Европы.
10. Британские острова в древности.
11. Средневековая Англия.
12. Англия поместий, парков и дворцов.
13. Индустриальная Англия: Фабричный поселок Солтейр; Фабричный поселок Нью-Ланарк; Горнопромышленный ландшафт Блэнавон; Горнопромышленный ландшафт Корнуолла и Западного Девоншира; Мост Айрон-Бридж; долина реки Дервент; Ливерпуль: «город

мореходов и торговцев».

14. Новаторство на «землях, отвоеванных у моря»: Нидерланды и Бельгия.
15. Романская архитектура Франции.
16. Шедевры французской готики.
17. Франция эпохи Возрождения.
18. Франция эпохи барокко, классицизма и модерна.
19. Германия эпохи готики.
20. Германия эпохи Возрождения, барокко и классицизма.
21. Германия эпохи модерна и функционализма.
22. Альпийская романтика пейзажей.
23. Альпийская мозаика средневековых городов.
24. «Коронованные» столицы Центральной Европы.
25. Средневековые города Центральной Европы.
26. Замки и монастыри Центральной Европы.
27. Сельская идиллия Центральной Европы: Историческая деревня Влколинец (Словакия), Историческое село Холлокё (Венгрия), Историческая деревня Голешовице (Чехия), Деревянные церкви на юге Малой Польши, Церкви Мира в Яворе и Свиднице (Польша), Мускауер-Парк (Польша), Винодельческий район Токай (Венгрия), Национальный парк Хортобадь (Венгрия), Культурный ландшафт Ферте (Венгрия).
28. Центральная Европа первой половины XX в.
29. Средневековые города и замки Восточной Европы.
30. Православные святыни Восточной Европы.
31. Древнейшие памятники Пиренейского полуострова.
32. Античная Испания.
33. Мавританская Испания.
34. Романская и готическая архитектура Испании.
35. Испания эпохи Возрождения и барокко.
36. Португальская архитектура в стилях мануэлино и барокко.
37. Испанская архитектура в стиле модерн.
38. Древнегреческая Италия.
39. Древнеримская Италия.
40. Раннесредневековая Италия.
41. Италия эпохи готики.
42. Шедевры итальянского Возрождения.
43. Италия эпохи барокко и классицизма.
44. Античная Иллирия.
45. Средневековые «жемчужины» Далмации.
46. Турецкое наследие Балкан.
47. Античная Греция (Эллада).
48. Византийско-христианская Греция.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

1. География мира в 3 т. Том 3. Регионы и страны мира : учебник и практикум для вузов / Н. В. Каледин [и др.] ; под редакцией Н. В. Каледина, Н. М. Михеевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 428 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03139-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/512618> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Социально-экономическая география : учебник для вузов / М. М. Голубчик, С. В. Макар, А. М. Носонов, Э. Л. Файбусович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11477-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510962> (дата обращения: 09.03.2023).

3. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13905-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/519623> (дата обращения: 08.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Перечень тем эссе к Разделу 3:

1. Малая Азия — этнокультурный «тигель» азиатского моста в Европу.
2. Кавказ — западный перекресток народов на пороге ближневосточного узла.
3. Внутреннее ядро иранского мира — цитадель созидания культуры.
4. Средняя Азия — восточный перекресток на пороге «миров за стенами».
5. Внутренняя периферия Азии — степной коридор Казахстана.
6. Туркестан вдоль магистрали цивилизаций.
7. Мотивы и особенности паломничества к Христианским святыням на Святой Земле.
8. Религиозные центры христианства в странах Юго-Западной Азии.
9. Религиозные центры и объекты ислама в странах Юго-Западной Азии.
10. Центры паломничества в исламе на территории стран Ближнего Востока.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.

1. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13905-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/519623> (дата обращения: 08.03.2023).

2. География мира в 3 т. Том 2. Социально-экономическая география мира : учебник и практикум для вузов / Н. В. Каледин [и др.] ; под редакцией Н. В. Каледина, Н. М. Михеевой. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12217-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/512517> (дата обращения: 09.03.2023)

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Перечень тем рефератов к Разделу 4:

1. Непал – родина Будды.
2. Тибет – мировой центр буддизма.
3. Монголия – страна кочевых монастырей.
4. Китай в древнейшую эпоху.
5. Священные горы Китая – святыни даосизма и конфуцианства.
6. Китай династий Цинь и Хань.
7. Китай средневековых династий.
8. Китай династий Мин и Цин.
9. Корея древняя и буддийская.
10. Япония синтоистская и буддийская.
11. Древние столицы Японии.
12. Юго-Восточная Азия в древнейшую Эпоху.
13. Буддийски Бирма и Сиам.
14. Индуистско-буддийское наследие бывшего французского Индокитая.

15. Смешанное культурное наследие Индонезии.
16. Испанское наследие Филиппин.
17. Культурная специфика Австралии, Новой Зеландии и Океании.
18. Удивительные переплетения культуры и природы «Южной земли».
19. Озерный район Уилландра (Австралия).
20. Национальный парк Какаду (Австралия).
21. Национальный парк Улуру-Катаюта (Австралия).
22. Национальный парк Парулулу (Австралия).
23. Остров Фрейзер (Австралия).
24. Национальный парк Тонгариро (Новая Зеландия).
25. Здание Королевской выставки и сады Карлтон (Австралия). Сиднейский оперный театр.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 4.

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм как геополитическая сила / А. Ю. Александрова, М. В. Шипугина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 100 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597731> (дата обращения: 08.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1557-3. – DOI 10.23681/597731. – Текст : электронный.
2. География мира в 3 т. Том 2. Социально-экономическая география мира : учебник и практикум для вузов / Н. В. Каледин [и др.] ; под редакцией Н. В. Каледина, Н. М. Михеевой. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12217-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512517> (дата обращения: 09.03.2023)
3. Григорьев, А. А. География всемирного наследия : учебное пособие для вузов / А. А. Григорьев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07236-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531086> (дата обращения: 09.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Выполнение кейс-задания к Разделу 5:

На основе комплексного физико-географического и экономико-географического анализа изучить географические тенденции развития туризма в стране или регионе Южно-Азиатского макрорегиона (по выбору студента).

Примерный план характеристики развития туризма в стране (регионе):

1. Экономико-географическое положение страны (региона) на международном туристском рынке.
2. Ключевые факторы развития международного туризма.
3. Туристско-рекреационный потенциал и его использование в международном туризме:
 - 3.1 природные туристско-рекреационные ресурсы
 - 3.2 культурно-исторические ресурсы
 - 3.3 социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы
4. Виды и формы международного туризма. Крупнейшие туристские центры.
5. Особенности динамики и структуры международного туризма:
 - 5.1 общие тенденции динамики и интенсивности развития туризма (прибытия, доходы, расходы).
 - 5.2 географическая структура туристских потоков

- 5.3 программы развития туризма в стране
6. Влияние туризма на отраслевую и территориальную структуру хозяйства:
- 6.1 экономическое значение туризма, его роль в хозяйственном комплексе страны
- 6.2 территориальная структура туристского хозяйства, районы туристской специализации.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 5.

1. География мира в 3 т. Том 3. Регионы и страны мира : учебник и практикум для вузов / Н. В. Каледин [и др.] ; под редакцией Н. В. Калединой, Н. М. Михеевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 428 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03139-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/512618> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Социально-экономическая география : учебник для вузов / М. М. Голубчик, С. В. Макара, А. М. Носонов, Э. Л. Файбусович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11477-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510962> (дата обращения: 09.03.2023).
3. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13905-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/519623> (дата обращения: 08.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6

Выполнение кейс-задания к Разделу 6:

Изучите географическую структуру туристских потоков в исследуемом регионе Американского макрорегиона (по выбору студента). Сделайте вывод об основных закономерностях и современных тенденциях пространственного развития туризма в регионе.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 6.

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм как геополитическая сила / А. Ю. Александрова, М. В. Шипугина. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 100 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597731> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-4499-1557-3. — DOI 10.23681/597731. — Текст : электронный.
2. География мира в 3 т. Том 2. Социально-экономическая география мира : учебник и практикум для вузов / Н. В. Каледин [и др.] ; под редакцией Н. В. Калединой, Н. М. Михеевой. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12217-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512517> (дата обращения: 09.03.2023)
3. География мира в 3 т. Том 3. Регионы и страны мира : учебник и практикум для вузов / Н. В. Каледин [и др.] ; под редакцией Н. В. Калединой, Н. М. Михеевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 428 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03139-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/512618> (дата обращения: 08.03.2023).

4. Григорьев, А. А. География всемирного наследия : учебное пособие для вузов / А. А. Григорьев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07236-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531086> (дата обращения: 09.03.2023).

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный - полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Выполнение тестовых заданий.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

Написание эссе.

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является экзамен, экзамен, которые проводятся в устной форме.

4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

1. текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
2. промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

3. академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
4. выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
5. прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ МАКРОРЕГИОНЫ МИРА	ПК-5	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте характеристику стран-лидеров по числу туристских прибытий в мире. 2. По каким показателям можно сравнить развитие туризма в странах? Прокомментируйте каждый из показателей. 3. Перечислите страны-лидеры по расходам на международный туризм и объясните, как меняется их соотношение в последние годы. 4. Охарактеризуйте роль международного туризма в постиндустриальную эпоху. 5. Назовите факторы международной конкурентоспособности национального туристского комплекса. 6. Почему международный туризм является важной частью сферы внешнеэкономических стран? 7. Охарактеризуйте современную географию международного туризма. 8. Охарактеризуйте основные методы сбора информации о развитии туризма. 9. В чем суть системного метода исследования географии туризма? 10. В чем суть социологического метода исследования географии туризма? 11. В чем суть оценочного метода исследования географии туризма? 12. Охарактеризуйте оценочные методы в туристско-рекреационных исследованиях. 13. Охарактеризуйте метод классификации стран мира по уровню развития международного туризма.

				<p>14. Охарактеризуйте типологический метод и принципы туристской типологии стран мира.</p> <p>15. Опишите возможности и роль ГИС-технологий при проведении туристско-рекреационных исследований.</p> <p>16. Картографический метод и ГИС-технологии в географии туризма.</p> <p>17. Охарактеризуйте роль социальных исследований и принцип проведения социологических опросов для выявления возможностей и приоритетных направлений развития туризма на территории.</p> <p>18. Покажите динамику туристских прибытий по регионам мира.</p> <p>19. На основе статистики ОНВТО проанализируйте основные тенденции в географии международных туристских потоков.</p> <p>20. Охарактеризуйте основные подходы к изучению туристско-рекреационных потребностей.</p>
2.	РАЗДЕЛ 2. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЕВРОПЕЙСКОГО МАКРОРЕГИОНА	ПК-5	Кейс-задание	<p>Опираясь на краткие характеристики объектов Всемирного культурного наследия, общегеографические и тематические карты, атласы автомобильных дорог и другие дополнительные источники информации, разработайте программу культурно-познавательного тура продолжительностью 7-10 дней по выбранному Вами туристскому микрорегиону:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Норвежско-Исландский (включая Фарерские острова) микрорегион. – Датско-Шведский микрорегион. – Финляндский микрорегион. – Восточно-Балтийский (Эстония, Латвия, Литва) микрорегион. – Британский туристский микрорегион: Великобритания и Ирландия. – Туристский микрорегион Бенилюкс. – Французский микрорегион: Франция и Монако. – Германский туристский микрорегион. – Альпийский туристский микрорегион: Швейцария, Лихтенштейн и Австрия. – Центральноевропейский туристский микрорегион: Польша, Чехия, Словакия и Венгрия. – Придунайский туристский микрорегион: Сербия, Македония, Болгария, Румыния. – Восточноевропейский микрорегион: Молдавия, Украина, Белоруссия. – Пиренейский туристский микрорегион: Андорра, Испания, Португалия.

				<p>– Апеннинно-Мальтийский туристский микрорегион: Италия, Ватикан, Сан-Марино.</p> <p>– Далматинский туристский микрорегион: Словения, Хорватия, Босния и Герцеговина, Черногория, Албания.</p> <p>– Греческий туристский микрорегион.</p> <p>Разработка программы тура осуществляется путем последовательного выполнения следующих этапов работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определение состава и местоположения объектов Всемирного культурного наследия и прочих достопримечательностей; – определение сроков путешествия; – определение количества и состав туристов; – разработка маршрута тура и определение возможных экскурсий; – определение продолжительности пребывания в каждом пункте маршрута; – определение мест проживания туристов; – определение видов транспорта для совершенствования путешествия; – определение расстояний между пунктами маршрута и расчет времени для переезда; – составление программы тура.
3.	<p>РАЗДЕЛ 3. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА БЛИЖНЕВО СТОЧНОГО МАКРОРЕГ ИОНА. ГЕОГРАФИ Я АФРИКАНС КОГО</p>	ПК-5	Кейс- задание	<p>Опираясь на краткие характеристики объектов Всемирного культурного наследия, общегеографические и тематические карты, атласы автомобильных дорог и другие дополнительные источники информации, разработайте программу культурно-познавательного тура продолжительностью 7-10 дней по выбранному Вами туристскому региону:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Туристский микрорегион: Левант • Малоазиатский туристский микрорегион: Турция, Кипр. • Закавказье – один из трех микрорегионов Западноазиатского туристского мезорегиона. • Туристский мезорегион Арабский Восток (Маширик): Саудовская Аравия, ОАЭ, Бахрейн, Катар, Оман, Йемен, Кувейт, Ирак.

	МАКРОРЕГИОНА			<ul style="list-style-type: none"> • Туристский мезорегион Средний Восток. • Среднеазиатский туристский мезорегион: Казахстан, Узбекистан, Туркменистан, Таджикистан, Кыргызстан. • Магриб. Ливия. Египет. • Западно-Приатлантический макрорайон Африки. • Западный внутренний макрорайон Африки. • Верхне-Нильский район Африки. • Островная Африка. • Южная Африка. <p>Разработка программы тура осуществляется путем последовательного выполнения следующих этапов работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определение состава и местоположения объектов Всемирного культурного наследия и прочих достопримечательностей; – определение сроков путешествия; – определение количества и состав туристов; – разработка маршрута тура и определение возможных экскурсий; – определение продолжительности пребывания в каждом пункте маршрута; – определение мест проживания туристов; – определение видов транспорта для совершенствования путешествия; – определение расстояний между пунктами маршрута и расчет времени для переезда; – составление программы тура.
4.	РАЗДЕЛ 4. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО МАКРОРЕГ	ПК-5	Кейс-задание	<p>Опираясь на краткие характеристики объектов Всемирного культурного наследия, общегеографические и тематические карты, атласы автомобильных дорог и другие дополнительные источники информации, разработайте программу культурно-познавательного тура продолжительностью 7-10 дней по выбранному Вами туристскому региону:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Туристский макрорайон Индокитай. 2. Островной туристский макрорайон - Индонезия и Филиппины.

	ИОНА			<p>3. Туристский макрорайон — Япония. 4. Корейский туристский макрорайон 5. Северо-Восточный и Восточный Китай. 6. Туристский макрорайон — Южный Китай. 7. Туристский макрорайон — Западный Китай. 8. Туристский макрорайон — Тибет. 9. Туристский макрорайон — Монголия. 10. Туристский мезорегион – Австралия. 11. Туристский мезорегион – Новая Зеландия. 12. Туристский мезорегион – Океания.</p> <p>Разработка программы тура осуществляется путем последовательного выполнения следующих этапов работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определение состава и местоположения объектов Всемирного культурного наследия и прочих достопримечательностей; – определение сроков путешествия; – определение количества и состав туристов; – разработка маршрута тура и определение возможных экскурсий; – определение продолжительности пребывания в каждом пункте маршрута; – определение мест проживания туристов; – определение видов транспорта для совершенствования путешествия; – определение расстояний между пунктами маршрута и расчет времени для переезда; – составление программы тура.
5.	РАЗДЕЛ 5. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЮЖНО- АЗИАТСКО ГО	ПК-5	Кейс- задание	<p>Опираясь на краткие характеристики объектов Всемирного культурного наследия, общегеографические и тематические карты, атласы автомобильных дорог и другие дополнительные источники информации, разработайте программу культурно-познавательного тура продолжительностью 7-10 дней по выбранному Вами туристскому региону:</p> <p>1. Пакистан.</p>

	МАКРОРЕГИОНА			<p>2. Индия. 3. Бангладеш. 4. Гималайский макрорайон. 5. Цейлон (Шри-Ланка). 6. Дневняя Индия. 7. Буддийская Южная Азия. 8. Брахманистская и индуистская Индия. 9. Мусульманская Индия. 10. Европейское колониальное наследие в Южной Азии.</p> <p>Разработка программы тура осуществляется путем последовательного выполнения следующих этапов работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определение состава и местоположения объектов Всемирного культурного наследия и прочих достопримечательностей; – определение сроков путешествия; – определение количества и состав туристов; – разработка маршрута тура и определение возможных экскурсий; – определение продолжительности пребывания в каждом пункте маршрута; – определение мест проживания туристов; – определение видов транспорта для совершенствования путешествия; – определение расстояний между пунктами маршрута и расчет времени для переезда; – составление программы тура.
6.	РАЗДЕЛ 6. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА АМРИКАНСКОГО МАКРОРЕГИОНА	ПК-5	Кейс-задание	<p>Опираясь на краткие характеристики объектов Всемирного культурного наследия, общегеографические и тематические карты, атласы автомобильных дорог и другие дополнительные источники информации, разработайте программу культурно-познавательного тура продолжительностью 7-10 дней по выбранному Вами туристскому региону:</p> <p>1. Восток США: Приозерный район; Район Огайо; Новая Англия; Приатлантический район; Аппалачи.</p>

2. *Запад США: Скалистые горы; Внутренние плато (Колумбия, Большой бассейн, Колорадо); Западные хребты.*
3. *Тихоокеанский запад США: Северный район; Южный район.*
4. *Центр США: Центрально-Северный район; Центрально-Южный район.*
5. *Юго-Восток США: Флорида; Побережье Мексиканского залива.*
6. *Аляска: Южный район; Центральный район; Северный район.*
7. *Гавайские острова: Юго-Восточный район; Северо-Западный район.*
8. *Канада: Приозерный район; Приатлантический район; Среднезападный район; Тихоокеанский макрорайон; Северный район.*
9. *Карибская Америка: Мексика; Островной район (Вест-Индия).*
10. *Центральная Америка.*
11. *Южная Америка*
12. *Бразилия.*
13. *Аргентина.*
14. *Южный макрорайон*
15. *Макрорайон Анды.*

Разработка программы тура осуществляется путем последовательного выполнения следующих этапов работы:

- определение состава и местоположения объектов Всемирного культурного наследия и прочих достопримечательностей;*
- определение сроков путешествия;*
- определение количества и состав туристов;*
- разработка маршрута тура и определение возможных экскурсий;*
- определение продолжительности пребывания в каждом пункте маршрута;*
- определение мест проживания туристов;*
- определение видов транспорта для совершенствования путешествия;*
- определение расстояний между пунктами маршрута и расчет времени для переезда;*
- составление программы тура.*

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
МОДУЛЬ 1	
ПК-5	<ol style="list-style-type: none">1. Объект, предмет и задачи географии туризма2. Место географии туризма в системе наукоемкие3. Интегративное значение географии туризма для развития научных знаний о туризме4. Общественные предпосылки возникновения географии туризма как научной дисциплины5. Географические исследования туризма в XIX веке6. Социально-экономические предпосылки становления географии туризма в начале XX века.7. Развитие географии туризма во второй половине XX века. Ведущие зарубежные школы туристско-географических исследований.8. Пространственные модели туристских путешествий. Модель жизненного цикла Р. Батлера.9. Модель развития туристской дестинации С. Плога.10. Модели пространственной организации туристских потоков.11. Основные методы туристско-рекреационных исследований.12. Географические особенности формирования и распределения туристских потоков в мире.13. Факторы, влияющие на функциональные особенности и пространственное распространение туристских потоков.14. Характеристика основные туристских макрорегионов мира.15. Характеристика развития туризма в Европейском туристском регионе.16. Характеристика развития туризма в Ближневосточном туристском регионе.17. Характеристика развития туризма на Африканском континенте.18. Страны-лидеры на международном туристском рынке.19. Характеристика развития туризма в Северной Европе.20. Протестантский Север Европы — колыбель буржуазной цивилизации.21. Центральная Европа — зона культурного синтеза и средневекового расцвета.22. Характеристика развития туризма в Южной Европе.

	<ol style="list-style-type: none"> 23. Среднеземноморский Юг Европы — отпечаток античности. 24. Характеристика развития туризма в Восточной Европе. 25. Восточно-Европейский буферный пояс: имперское соперничество на окраине Западной Европы. 26. Балканы — смешанное наследие европейского моста в Азию. 27. Дальний Восток Евразии — зона фронта колонизации на бывшем фланге кочевого пояса. 28. Малая Азия - этнокультурный тигель азиатского моста в Европу. 29. Кавказ — западный перекресток народов на пороге ближневосточного узла. 30. Внутреннее ядро иранского мира — цитадель созидания культуры. 31. Средняя Азия — восточный перекресток на пороге «миров за стенами». 32. Казахстан — внутренняя периферия Азии. 33. Ближний Восток — колыбель мировых религий и узел цивилизации. 34. Страны Аравийского полуострова — зона развивающего туризма. 35. Египет и нильская ось культур. 36. Магриб — стык и периферия двух миров. 37. Африканские берега, опаленные инокультурным воздействием: исламизированный Сахель, исламизированные Суахили. 38. Африканские берега, опаленные инокультурным воздействием: территории евроколонизации. 39. Африка тропических лесов. 40. Южная Африка — столкновение переселенческих, европейской и африканской культур.
<p>МОДУЛЬ 2</p>	
<p>ПК-5</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика развития туризма в Тихо-океанском туристском регионе 2. Китайский Туркестан. 3. Монголия — открытый очаг кочевой экспансии. 4. Тибет - «уснувший очаг» экспансии. 5. Бассейн Хуанхэ — имперское ядро. 6. Бассейн Янцзы — зона культурного синтеза и «классической» цивилизации. 7. Тропический Юг Китая. 8. Характеристика развития туризма в Восточно-Азиатском туристском регионе. 9. Япония и Корея - «полуоткрытая» периферия избирательных заимствований. 10. Разбросанный мир Океании. 11. Характеристика развития туризма в Южно-Азиатском туристском регионе. 12. Северо-Запад Индии. 13. Центральная зона Индии -колыбель классической индийской цивилизации.

14. Периферии Юга и Востока Индии.
15. Характеристика развития туризма в Юго-Восточной Азии.
16. Полуостровной Индокитай — общая периферия «миров за стенами».
17. Островной или Малайский Индокитай — свервосприимчивая окраина Старого света.
18. Характеристика развития туризма в Американском туристском регионе
19. Последний фронтьер Европы: Австралия и Новая Зеландия.
20. Национальные парки и заповедники Австралии и Новой Зеландии: точки притяжения туристов.
21. Туристско-рекреационный потенциал Канады.
22. Особенности развития туризма в Канаде.
23. Канада и Гренландия: туризм в Северной Америке.
24. Горный и Тихоокеанский Запад США, включая Гавайи.
25. Америка доколумбовских цивилизаций — евроиндейский культурный сплав — мексиканский сектор.
26. Америка доколумбовских цивилизаций — евроиндейский культурный сплав — андский сектор.
27. Латинская Америка вне орбиты автохтонных цивилизаций — евронегритянский сплав.
28. Латинская Америка вне орбиты автохтонных цивилизаций — карибский сектор.
29. Латинская Америка вне орбиты автохтонных цивилизаций — бразильский сектор.
30. Латинская Америка в умеренном поясе поздней колонизации.
31. Североамериканский плавильный тигель: область просадки от Европы, смотревшей в будущее.
32. Североамериканский плавильный тигель: область присадки от Европы уходившей.
33. Североамериканский плавильный тигель: зона недванего фронта.
34. Реконаселенные убежища сминаемых внешним воздействием традиционных культур.
35. Характеристика развития туризма в туристском регионе Мезоамерики (Мексика, Центральная Америка, Карибская Америка).
36. Бразилия: специфика туризма в регионе.
37. Туристские потоки в Андские страны и перспективы развития туризма в регионе.
38. Туристские регионы Южной Америки с учетом культурной специфики.
39. География международного туризма и Всемирное наследие ЮНЕСКО.
40. Туристские районы мира.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. География мира в 3 т. Том 3. Регионы и страны мира : учебник и практикум для вузов / Н. В. Каледин [и др.] ; под редакцией Н. В. Каледина, Н. М. Михеевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 428 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03139-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/512618> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Социально-экономическая география : учебник для вузов / М. М. Голубчик, С. В. Макара, А. М. Носонов, Э. Л. Файбусович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11477-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510962> (дата обращения: 09.03.2023).
3. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13905-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/519623> (дата обращения: 08.03.2023).

5.1.2. Дополнительная литература

5. Александрова, А. Ю. Международный туризм как геополитическая сила / А. Ю. Александрова, М. В. Шипугина. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 100 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597731> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-4499-1557-3. — DOI 10.23681/597731. — Текст : электронный.
6. География мира в 3 т. Том 2. Социально-экономическая география мира : учебник и практикум для вузов / Н. В. Каледин [и др.] ; под редакцией Н. В. Каледина, Н. М. Михеевой. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12217-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512517> (дата обращения: 09.03.2023)
7. Григорьев, А. А. География всемирного наследия : учебное пособие для вузов / А. А. Григорьев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07236-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531086> (дата обращения: 09.03.2023).
8. Куприна, Л. Е. Туристская картография : учебное пособие для вузов / Л. Е. Куприна. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 229 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15506-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515138> (дата обращения: 09.03.2023).

9. Шульгина, Д. П. Культурное и природное наследие России : учебник для вузов / Д. П. Шульгина, О. В. Шульгина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10874-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517567> (дата обращения: 09.03.2023).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на

контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзаменам. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

**Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным	http://biblioclub.ru/

		материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения.

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроjectionное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения, демонстрационными материалами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – <i>бакалавриата</i> по направлению подготовки 43.03.02 <i>Туризм</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516	Протокол заседания Ученого совета факультета № <u>2</u> от « <u>27</u> » <u>апреля</u> 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20____ года	____.____.____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20____ года	____.____.____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20____ года	____.____.____



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
27 апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Направление подготовки

«43.03.02 Туризм»

Направленность

«Экономика впечатлений»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения

Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **Ошибка! Закладка не определена.**

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)..... **Ошибка! Закладка не определена.**

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотношенные с установленными индикаторами достижения компетенций **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) **Ошибка! Закладка не определена.**

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося **Ошибка! Закладка не определена.**

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) **Ошибка! Закладка не определена.**

2.3. Содержание дисциплины (модуля) **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **Ошибка! Закладка не определена.**

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)..... **Ошибка! Закладка не определена.**

3.2. Задания для самостоятельной работы **Ошибка! Закладка не определена.**

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) . **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) **Ошибка! Закладка не определена.**

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).. **Ошибка! Закладка не определена.**

4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций **Ошибка! Закладка не определена.**

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)..... **Ошибка! Закладка не определена.**

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося..... **Ошибка! Закладка не определена.**

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося **Ошибка! Закладка не определена.**

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций **Ошибка! Залкадка не определена.**

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)..... **Ошибка! Залкадка не определена.**

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) **Ошибка! Залкадка не определена.**

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .. Ошибка! Залкадка не определена.

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) **Ошибка! Залкадка не определена.**

5.1.1. Основная литература..... **Ошибка! Залкадка не определена.**

5.1.2. Дополнительная литература..... **Ошибка! Залкадка не определена.**

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)..... **Ошибка! Залкадка не определена.**

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) ... **Ошибка! Залкадка не определена.**

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) **Ошибка! Залкадка не определена.**

5.4.1. Средства информационных технологий **Ошибка! Залкадка не определена.**

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: **Ошибка! Залкадка не определена.**

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных **Ошибка! Залкадка не определена.**

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) **Ошибка! Залкадка не определена.**

5.6. Образовательные технологии..... **Ошибка! Залкадка не определена.**

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ..... Ошибка! Залкадка не определена.

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Маркетинг в индустрии впечатлений» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования –бакалавриатапо направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 516 от 08.06.2017 г., учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг индустрии впечатлений» разработана доктором экономических наук, доцентом Руденко Л.Г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства (выпускающая кафедра) Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент

В.Ш. Хетагурова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей :

ООО «Спутник»
директор

А.В. Горбачевская

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Кандидат исторических наук,
Ведущий советник Отдела по
взаимодействию с органами
государственной власти АНО «Больше,
чем путешествие», Москва

М.С. Федорова

(подпись)

Кандидат экономических наук, доцент
Доцент кафедры
ресторанно-
гостиничного бизнеса и
гастрономии (РГСУ)

И.Г. Шадская

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в формировании у студентов представления о маркетинге индустрии впечатлений как составной части маркетинга; в обеспечении знаний в области теоретических основ маркетинга индустрии впечатлений; в формировании навыков использования современного инструментария и технологий в изучаемой сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- дать представление о теоретических основах современной сферы услуг;
- освоение принципов, методов, функций и инструментария проведения маркетинговых исследований отраслей сервиса;
- изучить основы формирования маркетинговой стратегии предприятия сервиса;
- научить студентов принципам формирования продуктовой и ценовой стратегий организации;
- ознакомиться со спецификой сбытовой и коммуникационных стратегий предприятия изучаемой сферы.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-4; ПК-4 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Маркетинг	ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Знать: - теоретические основы методов исследования рынка, организации продажи и продвижения услуг организаций сферы индустрии впечатлений; Уметь: - определять перспективные направления исследований рынка индустрии впечатлений Уметь: - осуществлять продвижение и продажи услуг организаций сферы индустрии впечатлений, в том числе в сети Интернет
		ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	
	ПК-4 Способен осуществлять внутренние и	ПК-4.1 Организует ведение переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию	Знать: процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и методы ведения переговоров с туристами, согласование условий

	внешние профессиональные коммуникации	туристских услуг	договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг. <i>Уметь:</i> обеспечивать информационное консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия и проводить мероприятия по продвижению туристского продукта.
		ПК-4.2 Обеспечивает информационное консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия	
		ПК-4.3 Обеспечивает взаимодействие с турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кассами продажи билетов, и иными сторонними организациями, структурами	

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 8 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	4		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	148	92	56		
Лекционные занятия	48	30	18		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	96	60	36		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации	4	2	2		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	104	70	34		
Контроль промежуточной аттестации	36	18	18		
Форма промежуточной аттестации		экзамен	экзамен		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	288	180	108		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	4		

Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	100	50	50		
Лекционные занятия	32	16	16		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	64	32	32		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации	4	2	2		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	152	76	76		
Контроль промежуточной аттестации	36	18	18		
Форма промежуточной аттестации		экзамен	экзамен		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	288	144	144		

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 2		Курс 3	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	36			18	18
Лекционные занятия	16			8	8
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	16			8	8
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации	4			2	2
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	234			117	117
Контроль промежуточной аттестации	18			9	9
Форма промежуточной аттестации				экзамен	экзамен
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	288			144	144

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Модуль 1 (Семестр 3)										
Раздел 1. Содержание и социально-экономическая сущность маркетинга индустрии впечатлений.	32	14	18	6		12				
Тема 1.1. Ключевые характеристики и особенности маркетинга в индустрии впечатлений	16	8	8	2		6				
Тема 1.2. Концепция маркетинга индустрии впечатлений.	16	6	10	4		6				
Раздел 2. Маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	32	14	18	6		12				
Тема 2.1. Внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	16	8	8	2		6				
Тема 2.2. Внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	16	6	10	4		6				
Раздел 3. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии впечатлений	32	14	18	6		12				
Тема 3.1. Поведение потребителей в индустрии впечатлений: мотивация и ожидания	16	8	8	2		6				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>				
Тема 3.2. Сегментационный подход к выбору целевых рынков	16	6	10	4	6						
Раздел 4. Формирование стратегии маркетинга на предприятиях индустрии впечатлений	32	14	18	6	12						
Тема 4.1. Маркетинговые стратегии на предприятиях индустрии впечатлений	16	8	8	2	6						
Тема 4.2. Программа и бюджет маркетинга	16	6	10	4	6						
Раздел 5. Продуктовая политика предприятий индустрии впечатлений	34	14	18	6	12				2		
Тема 5.1. Управление структурой ассортимента	16	8	8	2	6						
Тема 5.2. Разработка нового продукта	18	6	10	4	6				2		
Контроль промежуточной аттестации (час)	18										
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	экзамен										
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	180	70	92	30	60				2		
Модуль 2(Семестр4)											
Раздел 6. Ценовая политика предприятий	30	12	18	6	12						

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
индустрии впечатлений										
Тема 6.1. Методы ценообразования	14	6	8	2		6				
Тема 6.2. Ценовая стратегия	16	6	10	4		6				
Раздел 7. Сбытовая политика предприятий индустрии впечатлений	30	12	18	6		12				
Тема 7.1. Сбытовая система предприятий индустрии впечатлений	14	6	8	2		6				
Тема 7.2. Разработка сбытовой политики	16	6	10	4		6				
Раздел 8. Маркетинговые коммуникации индустрии впечатлений	30	10	20	6		12			2	
Тема 8.1. Инструменты маркетинговых коммуникаций	12	4	8	2		6				
Тема 8.2. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии	18	6	12	4		6			2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18									
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	экзамен									
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	108	34	56	18		36			2	
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	288	104	146	48		96			4	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации
Модуль 1 (Семестр 3)										
Раздел 1. Содержание и социально-экономическая сущность маркетинга индустрии впечатлений.	31	19	12	4		8				
Тема 1.1. Ключевые характеристики и особенности маркетинга в индустрии впечатлений	15	9	6	2		4				
Тема 1.2. Концепция маркетинга индустрии впечатлений.	16	10	6	2		4				
Раздел 2. Маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	31	19	12	4		8				
Тема 2.1. Внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	15	9	6	2		4				
Тема 2.2. Внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	16	10	6	2		4				
Раздел 3. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии впечатлений	31	19	12	4		8				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Тема 3.1. Поведение потребителей в индустрии впечатлений: мотивация и ожидания	15	9	6	2		4				
Тема 3.2. Сегментационный подход к выбору целевых рынков	16	10	6	2		4				
Раздел 4. Формирование стратегии маркетинга на предприятиях индустрии впечатлений	33	19	14	4		8			2	
Тема 4.1. Маркетинговые стратегии на предприятиях индустрии впечатлений	15	9	6	2		4				
Тема 4.2. Программа и бюджет маркетинга	18	10	8	2		4			2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18									
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	экзамен									
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	144	76	50	16		32			2	
Модуль 2(Семестр4)										
Раздел 5. Продуктовая политика предприятий индустрии впечатлений	31	19	12	4		8				
Тема 5.1. Управление структурой ассортимента	15	9	6	2		4				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Тема 5.2. Разработка нового продукта	16	10	6	2	4					
Раздел 6. Ценовая политика предприятий индустрии впечатлений	31	19	12	4	8					
Тема 6.1. Методы ценообразования	15	9	6	2	4					
Тема 6.2. Ценовая стратегия	16	10	6	2	4					
Раздел 7. Сбытовая политика предприятий индустрии впечатлений	31	19	12	4	8					
Тема 7.1. Сбытовая система предприятий индустрии впечатлений	15	9	6	2	4					
Тема 7.2. Разработка сбытовой политик	16	10	6	2	4					
Раздел 8. Маркетинговые коммуникации индустрии впечатлений	33	19	14	4	8				2	
Тема 8.1. Инструменты маркетинговых коммуникаций	15	9	6	2	4					
Тема 8.2. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии	18	10	8	2	4				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18									
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	экзамен									
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	144	76	50	16	32				2	
Общий объем часов по	288	152	100	32	64				4	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
дисциплине (модулю)										

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Модуль 1, курс 3 (Семестр 1-2)										
Раздел 1. Содержание и социально-экономическая сущность маркетинга индустрии впечатлений.	32	28	4	2		2				
Тема 1.1. Ключевые характеристики и особенности маркетинга в индустрии впечатлений	16	14	2	1		1				
Тема 1.2. Концепция маркетинга индустрии	16	14	2	1		1				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
впечатлений.										
Раздел 2. Маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	32	28	4	2		2				
Тема 2.1. Внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	16	14	2	1		1				
Тема 2.2. Внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	16	14	2	1		1				
Раздел 3. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии впечатлений	32	28	4	2		2				
Тема 3.1. Поведение потребителей в индустрии впечатлений: мотивация и ожидания	16	14	2	1		1				
Тема 3.2. Сегментационный подход к выбору целевых рынков	16	14	2	1		1				
Раздел 4. Формирование стратегии маркетинга на предприятиях индустрии впечатлений	39	33	6	2		2			2	
Тема 4.1. Маркетинговые стратегии на предприятиях индустрии впечатлений	18	16	2	1		1				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Тема 4.2. Программа и бюджет маркетинга	21	17	4	1	1				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	экзамен									
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	144	117	18	8	8				2	
Модуль 2, курс 3 (Семестр 3-4)										
Раздел 5. Продуктовая политика предприятий индустрии впечатлений	32	28	4	2		2				
Тема 5.1. Управление структурой ассортимента	16	14	2	1		1				
Тема 5.2. Разработка нового продукта	16	14	2	1		1				
Раздел 6. Ценовая политика предприятий индустрии впечатлений	32	28	4	2		2				
Тема 6.1. Методы ценообразования	16	14	2	1		1				
Тема 6.2. Ценовая стратегия	16	14	2	1		1				
Раздел 7. Сбытовая политика предприятий индустрии впечатлений	32	28	4	2		2				
Тема 7.1. Сбытовая система предприятий индустрии впечатлений	16	14	2	1		1				
Тема 7.2. Разработка сбытовой политик	16	14	2	1		1				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Раздел 8. Маркетинговые коммуникации индустрии впечатлений	39	33	6	2	2				2	
Тема 8.1. Инструменты маркетинговых коммуникаций	18	16	2	1	1					
Тема 8.2. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии	21	17	4	1	1				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	экзамен									
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	144	117	18	8	8				2	
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	288	234	36	16	16				4	

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Содержание и социально-экономическая сущность маркетинга индустрии впечатлений

Перечень изучаемых элементов содержания

Роль маркетинга в компании и в рыночной экономике. Традиционная концепция маркетинга и её ограничения. Изменяющаяся роль маркетинга в компании. Динамика функций маркетинга. Эволюция роли маркетинга в компании. Изменение приоритетной роли маркетинга. Встраивание маркетинга в процедуру стратегического управления. Стратегические ориентиры маркетингового управления. Отличительные характеристики концепции рыночной ориентации. Характеристика туристского и гостиничного рынка. Маркетинг индустрии впечатлений как составляющая маркетинга услуг. Сущность, содержание, специфика маркетинга

индустрии впечатлений. Основные понятия и определения. World Tourism Organization (WTO) об основных функциях маркетинга индустрии впечатлений.

Тема 1.1. Ключевые характеристики и особенности маркетинга в индустрии впечатлений

Перечень изучаемых элементов содержания

Роль маркетинга в компании и в рыночной экономике. Традиционная концепция маркетинга и её ограничения. Изменяющаяся роль маркетинга в компании. Динамика функций маркетинга. Эволюция роли маркетинга в компании. Изменение приоритетной роли маркетинга. Встраивание маркетинга в процедуру стратегического управления. Стратегические ориентиры маркетингового управления. Отличительные характеристики концепции рыночной ориентации.

Тема 1.2. Концепция маркетинга индустрии впечатлений

Перечень изучаемых элементов содержания

Характеристика туристского и гостиничного рынка. Маркетинг индустрии впечатлений как составляющая маркетинга услуг. Сущность, содержание, специфика маркетинга индустрии впечатлений. Основные понятия и определения. World Tourism Organization (WTO) об основных функциях маркетинга индустрии впечатлений.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия: Ключевые характеристики и особенности маркетинга в индустрии впечатлений

Форма практического задания: решение кейс-задания.

Кейс-задание:

Проанализируйте ряд определений маркетинга, данных в отечественной литературе:

- а) маркетинг – это «такая система внутрифирменного управления, которая направлена на изучение и учет рыночного спроса... с тем, чтобы обеспечить фирме получение намеченного уровня рентабельности» (И.Н. Герчикова);
- б) маркетинг – «вид рыночной деятельности, при котором производителем используется системный подход и программно-целевой метод решения хозяйственных проблем, а рынок, его требования и характер реакции являются критериями эффективности деятельности» (П.С. Завьялов, В.Е. Демидов);
- в) маркетинг – это «реально существующая форма конкурентной борьбы крупных капиталистических компаний за рынки сбыта» (С.Н. Лавров, С.Ю. Злобин).

Вопросы для обсуждения:

1. Согласны вы с ними или нет, в чем конкретно, почему?
2. Как строгое следование этим определениям повлияло бы:
 - на жизнь общества?
 - на малый и средний бизнес?
 - на конкуренцию и сотрудничество предпринимателей?
 - на потребителей?

Тема практического занятия: Концепция маркетинга индустрии впечатлений

Форма практического задания: доклады

Темы докладов:

1. Развитие теории и практики маркетинга
2. Уровни и координация маркетинга в индустрии впечатлений
3. Маркетинг индустрии впечатлений на национальном уровне
4. Туристское предприятие - основное звено реализации концепции маркетинга
5. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий
6. Основные условия применения и принципы маркетинга в индустрии впечатлений
7. Технология реализации концепции маркетинга на туристском предприятии

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 2. Маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений

Перечень изучаемых элементов содержания

Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии впечатлений. Анализ внешней среды. Ее благоприятные возможности и опасности. STEP-анализ. Анализ внутренней среды: преимуществ и недостатков. SWOT– анализ. Формулирование целей предприятия. Информационное обеспечение маркетинга индустрии впечатлений. Характеристика процесса маркетинговых исследований в сфере индустрии впечатлений. Определение степени влияния факторов внутренней и внешней среды маркетинга индустрии впечатлений.

Тема 2.1. Внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений

Перечень изучаемых элементов содержания

Инструменты анализа внутренней среды и их использование в индустрии впечатлений. Анализ внутренней среды: преимуществ и недостатков. SWOT– анализ. Формулирование целей предприятия. Информационное обеспечение маркетинга индустрии впечатлений. Характеристика процесса маркетинговых исследований в сфере индустрии впечатлений. Определение степени влияния факторов внутренней среды маркетинга индустрии впечатлений.

Тема 2.2. Внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений

Перечень изучаемых элементов содержания

Перечень изучаемых элементов содержания

Инструменты анализа внешней среды и их использование в индустрии впечатлений. Анализ внешней среды. Ее благоприятные возможности и опасности. STEP-анализ. Информационное обеспечение маркетинга индустрии впечатлений. Характеристика процесса маркетинговых исследований в сфере индустрии впечатлений. Определение степени влияния факторов внешней среды маркетинга индустрии впечатлений.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия: Внутренняя маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений

Форма практического задания: решение кейс-задания.

Кейс задание: SWOT анализ отеля «Шереметев Парк Отель».

Отель находится в центре города Иваново, на побережье реки Уводь. Данный отель начал свою работу с октября 2006 года, название отелю было дано в связи с его расположением на Шереметьевском проспекте.

«Шереметев Парк Отель» – это 1-ый в городе отель, предлагающий гостям сервис уровня четырех звезд.

Отель за годы работы, начиная с 2006 года, уже получил много разных наград на конкурсах в области гостиничного бизнеса. Отель оказывает постояльцам разнообразные услуги, некоторые из которых включены в цену проживания, некоторые оказываются за дополнительную плату.

«Шереметев Парк Отель» объединяет в себе много параметров, важных для хорошего отдыха: это и велнес-центр, услуги которого помогают ощутить бодрость, омолодиться; Бизнес-центр, оказывающий услуги деловым гостям, рестораны Ресторан-Клуб "Шереметев" и «Буфет», и люксовые комфортабельные гостиничные номера.

Задание:

1) Используя методику SWOT анализа выявить сильные стороны (внутренний потенциал) (S), слабые стороны (внутренние недостатки) (W), внешние возможности (O), имеющиеся угрозы (T).

2) Сделать управленческие выводы.

Тема практического занятия: Внешняя маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений

Форма практического задания: решение кейс-задания.

Кейс-задание: «Гостиничный комплекс «DoubleTree by Hilton Moscow-Marina»

Цель кейса – формирование профессиональных знаний и управленческих компетенций бакалавров по разработке комплекса маркетинговых мероприятий по позиционированию, развитию и продвижению гостиничного комплекса в мегаполисе.

ОПИСАНИЕ СИТУАЦИИ

*«DoubleTree by Hilton Moscow-Marina»*ценит Ваше время, поэтому предлагает по достоинству оценить уникальную возможность воспользоваться всеми преимуществами бизнес-отеля, расположенного всего в нескольких шагах от единственного на территории Москвы водохранилища. Гостям нет нужды покидать пределы города, чтобы отдохнуть от городской суеты на живописном берегу или прогуляться под сенью вековых деревьев в парке».



Отель DoubleTree by Hilton Moscow - Marina — флагманский проект бренда DoubleTree by Hilton в Москве. Особая корпоративная культура сервиса и предельное внимание к деталям сети отелей бизнес-класса известны по всему миру. DoubleTree by Hilton Moscow - Marina – один из 14 дизайнерских отелей, отмеченных журналом AD, признанным экспертом в области архитектуры и дизайна.

Отель находится на Ленинградском шоссе (рис.1) — главной транспортной магистрали Москвы, которая соединяет аэропорт Шереметьево центром города. Корпоративные клиенты оценят близость бизнес-центров «Олимпия-Парк» и «Метрополис», а также возможность в минимальные сроки добраться до международного выставочного центра «Крокус-Экспо».

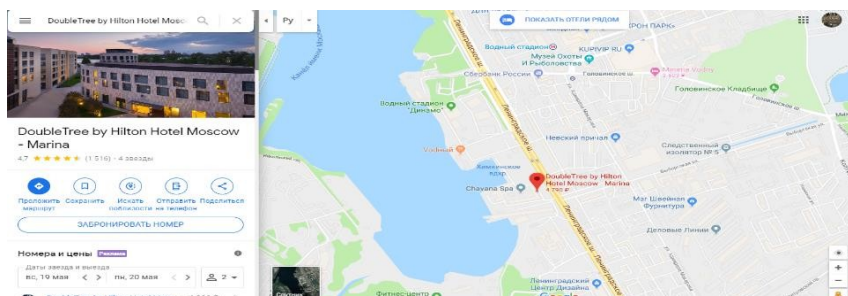


Рис.1. Месторасположение отеля.

- Аэропорт Шереметьево 16 км.
- Аэропорт Внуково 30 км.
- М.Водный стадион 10 мин.

В DoubleTree by Hilton создают незабываемые впечатления для гостей, обеспечивая комфортные условия и заботу, позволяя восполнить силы и почувствовать себя как дома. Визит гостя неизменно начинается с приятного комплимента — фирменного теплого печенья с шоколадной крошкой.

Об отеле

Отель DoubleTree by Hilton Moscow – Marina, слоган: «Ценим Ваше время и комфорт!».

Отель расположен на главной магистрали Москвы, Ленинградском шоссе, в непосредственной близости от крупных бизнес-центров. Отель предоставляет своим гостям все возможности для комфортной организации бизнеса без больших временных затрат. Пешая доступность станции метро «Водный стадион» позволяет добраться до центра города без пересадок за 25 минут. Также гости отеля могут воспользоваться услугами комфортных микроавтобусов марки «Мерседес». Находясь в акватории Химкинского водохранилища, отель предлагает своим клиентам возможность отдохнуть у воды от ритма мегаполиса и восстановить собственные силы, не покидая границ города. Благодаря партнерам, гости отеля могут выбрать любой вид отдыха: парусные регаты от яхт-клуба Royal Yacht Club и компании PROyachting, шезлонги на золотом песке пляжа Beach club летом, катание на лыжах по зеркалу водохранилища зимой или изысканная кухня в ресторане «Vодный». А любителям велосипедных и пеших прогулок придется по вкусу тенистые аллеи старейшего парка Москвы Покровского-Стрешнево.

К услугам гостей отеля DoubleTree by Hilton Moscow – Marina:

- 270 номеров, от уютных стандартных до элегантного президентского люкса
 - Представительская гостиная с живописным видом на акваторию водохранилища, снеками и безалкогольными напитками в течение дня
 - 11 многофункциональных конференц-залов с дневным освещением и вместимостью более 1000 человек
 - ARTЯШОК & LA VERANDA ресторан европейской кухни
 - Lobby Bar & Lounge с уютным камином
 - Удивительный мир Chavana Spa со специалистами с острова Бали
 - Круглосуточный Фитнес-Центр
 - Термальная зона: бассейн, хаммам, финская сауна, снежный фонтан и душ
- впечатлений
- Салон Красоты с полным комплексом услуг
 - Бесплатный Wi-Fi доступ в Интернет
 - Подземная парковка
 - Трансфер
 - Трансфер в «Крокус-Экспо»
 - Прачечная и химчистка
 - Круглосуточное обслуживание номеров
 - Банкомат

Номерной фонд:

В распоряжении гостей отеля DoubleTree by Hilton Moscow - Marina 270 уютных номеров.
Таблица 1. Номерной фонд отеля.

ТИП НОМЕРА	ОПИСАНИЕ
<u>Стандартный номер</u>	Площадь номера 28 кв.м. Кровать размера King/Twin Бесплатный Wi-Fi
<u>Стандартный номер с балконом</u>	Балкон Кровать размера King Бесплатный Wi-Fi

<u>Представительский номер</u>	Площадь номера 29 кв.м. Доступ в Представительскую гостиную Халат и тапочки
<u>Номер Делюкс</u>	Площадь номера 38 кв.м. Сейф Бесплатный Wi-Fi
<u>Представительский Делюкс</u>	Халат и тапочки Бесплатный Wi-Fi Доступ в Представительскую гостиную
<u>Номер Люкс</u>	Площадь номера 54 кв.м. 2 комнаты Доступ в Представительскую гостиную
<u>Президентский Люкс</u>	Площадь номера 110 кв.м. 3 комнаты Кухня
<u>Представительская гостиная</u>	Напитки и снеки в течение дня Живописный вид на Royal Yacht Club Высокоскоростной доступ в Интернет Во всех номерах отеля к услугам гостей: кровать размера King или Twin; матрац, разработанный по фирменной концепции Sweet Dreams by DoubleTree SleepExperience, 100% хлопок; рабочий стол с телефоном и розетками, необходимыми для работы с ноутбуком; сейф, вмещающий ноутбук 15''; бесплатный Wi-Fi доступ в Интернет; высокоскоростной Интернет за дополнительную плату; телевизионная панель; спутниковое телевидение; набор для приготовления чая и кофе; мини-бар; утюг и гладильная доска; фен и косметическое зеркало; ванна с нескользящим покрытием и душевая кабина; косметические принадлежности; махровый халат и тапочки.

Мероприятия и свадьбы

Отель DoubleTree by Hilton Moscow - Marina предлагает широкий выбор возможностей для проведения встреч любого уровня. Будь то презентация, конференция, семинар или просто торжественный ужин, в Вашем распоряжении 11 многофункциональных конференц-залов, оборудованных новейшей техникой, что позволяет проводить мероприятия любой сложности. Просторные залы с дневным освещением могут трансформироваться в зависимости от формата события.

Шеф-повар отеля позаботится об изысканном кулинарном сопровождении встреч – легкие закуски для фуршетов, изысканные десерты во время кофе-брейков, полноценные обеды и ужины в авторском исполнении шеф-повара.

Уникальное местоположение отеля, на берегу водохранилища в непосредственной близости от яхт-клуба Roayl Yacht Club и спортивных площадок спорт-комплекса «Динамо», позволяет выйти за рамки классического представления о тренингах, семинарах и тимбилдингах. Добавьте яркие штрихи, приняв участие в настоящих парусных регатах или турнирах по теннису и пляжному волейболу.

«Мы понимаем, что успех предприятия во многом зависит от уровня проведения и организации

бизнес-мероприятий и деловых встреч, поэтому предлагаем воспользоваться профессионализмом нашей команды»- отель предлагает услуги по организации мероприятий любого вида и уровня.

Организация питания:

LA VERANDA, полная воздуха и света, предлагает приятную альтернативу строгому и деловому ресторану. Рыба и мясо, приготовленные на гриле, классические блюда итальянской и японской кухни в авторском исполнении шеф-повара, легкие салаты и домашние десерты.

Зарядитесь энергией на целый день за завтраком в ресторане ARTЯШОК. В буфете Вы найдете все необходимое для здорового завтрака: мюсли, йогурт, цельнозерновой хлеб, каши и многое другое.

Просторный, полный воздуха Lobby Bar & Lounge - идеальное место для непринужденных бесед с коллегами и друзьями. Бармены предложат вам элитные спиртные напитки и изысканные коктейли под аккомпанемент легких закусок, салатов или домашних десертов.

А так же:

62 ресторана в пределах 1 км **10 развлечений** в пределах 1 км Социальные сети

Рис.2. Профиль отеля на

Анализируя деятельность СММ-специалист, так как аудитория очень низкая

Вопросы и задания для

1. Опишите сильные стороны
2. Какие дополнительные услуги предлагает комплекс.
3. Как расширить сферу предоставляемых услуг.
4. Как повысить осведомленность потребителя о существовании комплекса и повысить узнаваемость бренда.
5. Предложить комплекс мероприятий по продвижению.
6. Проанализировать ценовую политику гостиничного комплекса, выявить сильные и слабые стороны.
7. Оцените слоган и логотип отеля, опишите плюсы и минусы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 3. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии впечатлений

Перечень изучаемых элементов содержания

Потребительское поведение. Модель потребительского поведения. Факторы, влияющие на потребительское поведение. Культурные, социальные, личностные и психологические характеристики потребителя. Поведение потребителя в разных национальных культурах. Целевой

маркетинг и сегментация рынка. Этапы целевого маркетинга: сегментация рынка, выделение целевого рынка, позиционирование товара на целевом сегменте рынка. Признаки и критерии сегментации рынка. Основные сегменты рынка услуг туризма. Требования к эффективной сегментации. Разработка способов измерения привлекательности сегментов. Определение целевого рынка.

Тема 3.1. Поведение потребителей в индустрии впечатлений: мотивация и ожидания
Перечень изучаемых элементов содержания

Потребительское поведение. Модель потребительского поведения. Факторы, влияющие на потребительское поведение. Культурные, социальные, личностные и психологические характеристики потребителя. Поведение потребителя в разных национальных культурах.

Тема 3.2. Сегментационный подход к выбору целевых рынков

Перечень изучаемых элементов содержания

Целевой маркетинг и сегментация рынка. Этапы целевого маркетинга: сегментация рынка, выделение целевого рынка, позиционирование товара на целевом сегменте рынка. Признаки и критерии сегментации рынка. Основные сегменты рынка услуг туризма. Требования к эффективной сегментации. Разработка способов измерения привлекательности сегментов. Определение целевого рынка.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия: Поведение потребителей в индустрии впечатлений: мотивация и ожидания

Форма практического задания: решение кейс-задания.

Кейс-задание: Реальные методы удержания клиентов: опыт гостиничного бизнеса

Гостиничный бизнес, как и любой другой, находится в состоянии жесткой конкуренции. Чтобы удержаться на рынке, необходимо бороться за каждого клиента, следовательно, предоставлять такой набор услуг, благодаря которому он захочет остановиться в этом же отеле еще раз.

Специфика привлечения клиентов в гостиничном деле состоит в следующем: здесь нельзя точно спрогнозировать вероятность того, что клиент станет постоянным, даже если обслуживание в отеле было на самом высоком уровне и произвело хорошее впечатление. Клиенту может не понравиться сам город или вообще он собирался посетить это место всего один раз в жизни.

Другое дело, если профессия человека требует постоянных поездок. В этих случаях персонал гостиницы прилагает все усилия, чтобы постоялец остался доволен услугами, верен данному отелю и поделился своими впечатлениями со знакомыми.

Гостиницы, заинтересованные в своей репутации и максимальном количестве постояльцев, предлагают самое высокое качество обслуживания в совокупности с предложением дополнительных услуг, скидок, гарантий и выполнением индивидуальных заказов. Такая организация деятельности будет привлекательна и людям, находящимся в поиске подходящей гостиницы, и тем, кто уже знаком с комфортом и качеством обслуживания в данном отеле.

Но на выбор гостиницы влияет не только качество обслуживания и предоставление дополнительных услуг. Клиенту важна экономия времени и сил при процедуре оформления. Большинство отелей сейчас имеют свои Интернет-сайты.

Так, «Балчуг Кемпински Москва» предоставляет возможность ознакомиться со схемой здания, увидеть подробный план этажей, расположение номеров и залов, посмотреть вид комнаты. Также можно получить информацию о наличии свободных мест и забронировать номер через Интернет. Гостиница «Аэростар» предоставляет видеопросмотр внутреннего убранства помещения. Посредством Интернета «Балчуг» дает возможность подписки на новости, где можно получить информацию о событиях, мероприятиях, выставках, проходящих в отеле. Также благодаря сайту можно отправить виртуальную открытку с изображением этой гостиницы своим знакомым. Потребителю предоставляется возможность заранее изучить расценки на номера и рассчитать

стоимость проживания. Обеспечение отелями оперативного доступа к информации через Интернет на сегодняшний день дает неоспоримое преимущество перед конкурентами.

Кроме стандартного набора услуг для привлечения клиентов гостиницы предлагают и дополнительные. Например, «Балчуг Кемпински» дает своим клиентам возможность проживания с домашними животными. Также постояльцы, имеющие детей, могут воспользоваться услугами няни – служащей гостиницы. Такие крупные отели, как «Аэростар»,

«Балчуг», «Метрополь», «Украина» принимают активное участие в проведении праздников, приемов, конференций, различных общественных и культурных мероприятий, подготавливая для таких случаев банкетные или конференц-залы.

Также по желанию гостей организовываются деловые встречи, тематические вечера. Постояльцы отелей имеют доступ к Интернету. Предоставляются услуги прачечной и химчистки. Представительницы прекрасного пола могут, не выходя из гостиницы, воспользоваться услугами косметолога или парикмахера. Служащие гостиницы «Метрополь» организуют экскурсии в Кремль, в здании отеля находится касса билетов Большого театра.

Владельцы гостиницы стараются обеспечить своим клиентам максимально комфортное проживание и экономию времени. Отели «Балчуг» и «Метрополь» дают возможность заказать лимузин или воспользоваться услугами банка, который также находится в здании гостиницы. Также отели предоставляют возможность покупки или обмена авиабилетов.

Работники гостиниц берут на себя и организацию досуга своих клиентов. Постояльцы отелей и их гости в любое время, не выходя на улицу, могут посетить казино и приятно развлечься, также к их услугам кафе и рестораны, которые расположены в этом же здании. Гостиницы, высокодержателе своей марку, имеют в наличии и оздоровительный центр, где клиенты могут поддерживать форму, занимаясь фитнесом или плавать в бассейне, также в их распоряжении находятся сауна и солярий. Для обеспечения еще большего удобства постояльцев отели предоставляют услуги бутиков, цветочных магазинов, газетных киосков или отделов, торгующих сувенирами. Обычно эти заведения расположены на первом этаже гостиницы и создают в стенах одного здания небольшой городок, который дает возможность делать закупки, проводить деловые встречи, банковские операции и развлекаться, не выходя на улицу. Такая организация удобна клиенту гостиницы, и чем больше возможностей она будет ему предоставлять, тем больше вероятность, что именно этот отель он выберет в следующий раз или посоветует своим знакомым.

Привлекает клиентов и предоставление гарантий. Так, сеть мотелей «Хамптон Инн» гарантирует «высокое качество предоставляемых услуг». Если во время проживания в отеле у клиента возникают «обоснованные претензии» по поводу обслуживания, ему полностью возвращаются деньги. Также практикуется выплачивание компенсации за причиненное беспокойство или вручается ценный подарок. При возникновении спорных ситуаций или каких-либо проблем инцидент улаживается в пользу клиента, руководствуясь принципом: клиент всегда прав.

Эффективным способом увеличения клиентуры является предоставление всевозможных скидок. В основном такую привилегию получают люди, постоянно пользующиеся услугами определенной гостиницы, но применяется эта система и по отношению к другим постояльцам. Гостиница «Украина» предоставляет скидки в том случае, если клиент покупает целый пакет услуг, в который входят проживание, аренда залов и питание. Отель «Аэростар» дает возможность бесплатного проживания детям младше 12 лет, также он заключает договоры на корпоративной основе при перелете на самолете компании «Аэрофлот» и позволяет использовать набранные очки для повышения класса обслуживания. Благодаря этому сотрудничеству группа отелей «Кемпински» получила доступ к клиентской базе «Аэрофлота».

Для постоянных клиентов существует особая система поощрений. Предоставление скидок при оплате номера, возможность проживания в номере классом выше, чем оплаченный, специальные подарки и поздравления ко дню рождения, обустройство номера по индивидуальному заказу – все это будет залогом для гостиницы, что клиент не захочет расстаться со своими привилегиями, а следовательно не воспользуется услугами конкурентов.

Обычно отели располагают базой данных своих клиентов, где указываются их возраст, день рождения, семейное положение, вкусы и предпочтения. Например, если клиент при первом

посещении гостиницы выразил желание жить в номере с окнами, выходящими на север, такая особенность будет занесена в базу данных предпочтений этого постояльца.

Другим вариантом привлечения клиентов является совершенно противоположный способ – отказ гостиницы от предоставления дополнительных услуг, выполнения индивидуальных заказов и обеспечения высшего уровня комфорта. Все вышеперечисленные сервисы предназначены исключительно для обеспеченных клиентов, а человек среднего достатка отель такого уровня даже не будет рассматривать в качестве возможного места остановки. Поэтому гостиницы среднего класса имеют возможность максимально снизить цены на проживание. Таким образом, сокращение количества услуг, влекущее за собой снижение стоимости, также является средством привлечения и сохранения клиентов.

Возможные вопросы для обсуждения:

1. Предложите новые направления маркетинговой коммуникации отелей с целевым рынком.
2. Назовите посредников при сбыте гостиничных услуг. Каковы возможные способы продвижения для посредников?
3. При каком условии оказание широкого спектра дополнительных услуг способно повысить конкурентоспособность и привлечь клиента?
4. Какова стратегия маркетинга по отношению к различным сегментам потребителей?
5. Что дает производителям туруслуг обмен клиентскими базами? Между какими фирмами целесообразен такой обмен?¹

Тема практического занятия: Сегментационный подход к выбору целевых рынков

Форма практического задания: решение кейс-задания.

Кейс-задание: Методика сегментации потребительского рынка «с нуля»

Сегментация целевой аудитории — важный процесс, от того, на какой потребительской группе решит сосредоточить свои усилия компания, зависят дальнейшие решения относительно свойств товара, цены, способов продажи и рекламных кампаний. В данном примере мы пройдем все этапы сегментации потребительского рынка, определим критерии и принципы сегментирования потребителей и научимся выбирать наиболее привлекательную целевую аудиторию.

Шаг первый: составьте полный список критериев сегментирования

Выпишите все возможные критерии сегментации потребителей, которые придут вам в голову. Чем подробнее список, тем проще выделить микрониши, особенно на рынках с высоким уровнем дифференциации товара.

социально-демографические
пол
возраст
доход
семейное положение
жизненный цикл семьи
кол-во и возраст детей
род занятий
образование
сфера деятельности
географические
регион проживания
размер населенных пунктов
урбанизация города

¹ <https://www.vvsu.ru/files/BE632B05-5FE7-4E29-8B25-4858CD0288DA.pdf>

Затем, посмотрите внимательно на выписанные критерии и вычеркните те, которые точно не подходят для разделения потребителей рынка на однородные группы.

социально-демографические
пол
возраст
доход
семейное положение
жизненный цикл семьи
кол-во и возраст детей
род занятий
образование
сфера деятельности
географические
регион проживания
размер населенных пунктов
урбанизация города

В результате первых двух шагов у вас получится список возможных критериев сегментирования рынка. Из данного списка вам необходимо будет выбрать 2-3 ключевых критерия, которые наилучшим образом объясняют разницу в поведении компаний в отрасли. Остальные критерии из данного списка будут носить описательный характер и помогут вам подробно охарактеризовать каждый сегмент.

социально-демографические
возраст
<i>до 25 лет</i>
<i>25-40 лет</i>
<i>40-55 лет</i>
<i>55+</i>
доход
<i>низкий</i>
<i>средний</i>
<i>высокий</i>
семейное положение
<i>в браке</i>
<i>отсутствуют семейные отношения</i>
<i>состоят в гражданском браке</i>
<i>в разводе</i>

Несколько слов о том, откуда брать информацию для описания каждого критерия. Перед тем, как приступить к процессу рыночной сегментации, вам необходимо погрузиться в рынок и досконально изучить его. Нельзя без понимания рынка пытаться выделить сегменты. Ознакомьтесь с последними обзорами исследовательских агентств о вашем рынке, проведите глубинные интервью или фокус-группы с собственниками бизнеса или лицами, отвечающими за принятие решения на вашем рынке, опросите менеджеров по продажам, непосредственно контактирующих с клиентами.

Шаг второй: Опишите потребителей и не потребителей Вашего товара

По выделенным принципам сегментации опишите следующие группы покупателей вашего товара (важно: при описании групп старайтесь описать наиболее характерных представителей каждой группы, это упростит процесс сегментирования):

- Лояльные покупатели Вашего товара, которые покупают Ваш товар постоянно и с низкой вероятностью переключатся на конкурентов
- Нелояльные покупатели Вашего товара, которые покупают Ваш товар нерегулярно, наряду с товарами конкурентов
- Покупатели, которые никогда не купят Ваш товар

Такая характеристика потребительских групп поможет выявить причины высокой и низкой лояльности покупателей, посмотреть на данные группы в разрезе социальных, демографических, поведенческих и психографических признаков.

Критерии сегментирования	Лояльные покупатели	Непостоянные покупатели	Никогда не купят
социально-демографические			
возраст			
<i>до 25 лет</i>			1
<i>25-40 лет</i>		1	
<i>40-55 лет</i>	1	1	
<i>55+</i>	1		
доход			
<i>низкий</i>	1	1	
<i>средний</i>	1	1	
<i>высокий</i>			1
род занятий			
<i>собственники бизнеса</i>			1
<i>руководители среднего звена</i>		1	
<i>офисные сотрудники младшего звена</i>	1	1	
<i>пенсионеры</i>	1		
<i>студенты</i>			1
<i>домохозяйки</i>	1	1	

Шаг третий: Опишите потребителей ключевых игроков рынка

По этим же критериям сегментации опишите следующих потребителей конкурентов (важно: при описании групп старайтесь описать наиболее характерных представителей каждой группы, это упростит процесс сегментирования. Если конкурентов в каждой группе несколько, то лучше описать потребителей каждого по отдельности):

- потребителей основного конкурента, чьи товары стоят дешевле Ваших
- потребителей основного конкурента, чьи товары стоят на одном уровне с Вашими
- потребителей основного конкурента, чьи товары стоят дороже Ваших

Описание покупателей разных ценовых сегментов и разных игроков поможет в поиске ключевых отличий в уже устоявшихся и сформировавшихся моделях потребления. А значит поможет найти правильные критерии сегментирования.

Критерии сегментирования	Конкуренты с низкой ценой	Конкуренты с равной ценой	Конкуренты с высокой ценой
социально-демографические			
возраст			
<i>до 25 лет</i>		1	1
<i>25-40 лет</i>		1	1
<i>40-55 лет</i>		1	
<i>55+</i>	1	1	
доход			
<i>низкий</i>	1		
<i>средний</i>		1	
<i>высокий</i>			1
род занятий			
<i>собственники бизнеса</i>		1	1
<i>руководители среднего звена</i>		1	1
<i>офисные сотрудники младшего звена</i>		1	
<i>пенсионеры</i>	1		
<i>студенты</i>			1
<i>домохозяйки</i>			1

Шаг четвертый: Анализ различий и определение финальных критериев сегментирования. Самый важный шаг в процессе сегментации рынка. Не жалейте времени на подробный анализ. Внимательно проанализируйте таблицу и выделите те критерии сегментирования, по которым клиенты всех групп явно отличаются между собой. Из выделенного списка определите важные параметры, которые наилучшим способом описывают причину покупки, причину переключения и причину отказа от товара. Таких важных параметров у вас должно получиться не более 3. Выявленные критерии и будут являться основой для сегментирования. Остальные критерии будут являться описательными характеристиками сегмента.

Совет: обратите внимание на различия в поведенческих и психографических критериях. Именно данные критерии лучше всего подходят для основных критериев сегментирования. Социально-демографические и географические факторы в большинстве случаев являются описательными характеристиками аудитории и нужны для подробного описания аудитории сегмента и в последствии помогают спланировать таргетинг в рекламных кампаниях.

Шаг пятый: Определение и описание сегментов

На основе выбранных критериев сегментации разделите потребителей на сегменты.

Критерии сегментирования		Критерий 2		
		Вар 1	Вар 2	Вар 3
Критерий 1	Вар 1	Описание сегмента 1	Описание сегмента 4	Описание сегмента 6
	Вар 2	Описание сегмента 2	Описание сегмента 5	Описание сегмента 7
	Вар 3	Описание сегмента 3	Описание сегмента 6	Описание сегмента 8

Проверьте себя: Разные сегменты потребителей должны требовать различных характеристик товара, разный уровень сервиса, по-разному воспринимать качество одного и того же продукта, иметь различные привычки поведения и покупать различный набор торговых марок

Дайте название каждому сегменту и максимально подробно опишите каждый сегмент по следующим критериям:

- социально-демографические характеристики сегмента: пол, возраст, доход, образование, профессиональная квалификация, семейное положение и количество детей
- географические характеристики: регион проживания, тип населенного пункта и размер населенного пункта
- поведенческие характеристики: частота покупки и пользования товаром, кол-во покупаемых брендов, место покупки, свойства, которые ценят в товаре, отношение к товару компании
- психографические характеристики: ценности и жизненная позиция, образ жизни и мотивация покупки

Критерии сегментирования		Эффективность от использования	
		Могут оценить эффект	Не могут оценить эффект
Известность марки	важна	"Вовлеченные консерваторы"	"Не вовлеченные консерваторы"
	не важна	"Вовлеченные новаторы"	"Не вовлеченные новаторы"

С примером описания покупателей каждого сегмента можно ознакомиться в методике описания целевой аудитории рынка.

Шаг шестой: Оценка размера и потенциала сегментов

После того, как Вы разбили рынок на сегменты и описали их, необходимо оценить привлекательность сегмента для Вашей компании. Для этого решите три задачи:

1. Определите текущий размер (емкость) каждого сегмента
2. Оцените потенциал и перспективы развития каждого сегмента
3. Оцените конкурентоспособность и возможности роста товара компании в сегменте

Шаг седьмой: Выбор целевых сегментов рынка

Завершающий этап процесса сегментации рынка, на котором вы должны выбрать одну из 5 основных стратегий целевого маркетинга. Читайте о них подробнее в статье Понятие целевого сегментирования в маркетинге².

Задание:

Используя представленную методику проведите сегментацию потребителей/рынка для строительства нового отеля. Выберите самостоятельно регион и метод расположения отеля.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 4. Формирование стратегии маркетинга на предприятиях индустрии впечатлений

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие «маркетинговая стратегия» туристского предприятия. Группы маркетинговых стратегий. Модели принятия стратегических маркетинговых решений. Процесс разработки маркетинговой стратегии и программы маркетинга. Формирование бюджета маркетинга.

² <http://powerbranding.ru/segmentirovanie/potrebitelskii-rynok/>

Тема 4.1. Маркетинговые стратегии на предприятиях индустрии впечатлений
Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие «маркетинговая стратегия» туристского предприятия. Группы маркетинговых стратегий. Модели принятия стратегических маркетинговых решений.

Тема 1.2. Программа и бюджет маркетинга

Перечень изучаемых элементов содержания

Процесс разработки маркетинговой стратегии и программы маркетинга. Формирование бюджета маркетинга.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Тема практического занятия: Маркетинговые стратегии на предприятиях индустрии впечатлений.

Форма практического задания: решение кейс-задание.

Кейс-задание: Разработка стратегического плана маркетинга в компании Хилтон Интернэшнл

После приобретения Хилтон Интернэшнл в сентябре 1987 г. вторая по величине британская компания Ладброк стала оператором более чем 90 гостиниц в 44 странах. В момент сделки Хилтон славилась консервативной культурой обслуживания в сфере конгрессного бизнеса. Но ожидаемая конкуренция на международной арене с другими крупными цепями, такими, как Шератон, Хаятт, Мариотт и Интерконтиненталь, а особенно изменение спроса со стороны клиентов во всем мире бросали новый вызов.

И. Ладброк разработала программу исследования на ключевых рынках - в США, Великобритании, Германии, Австралии и Японии. Исследования показали, что ее имя было сильнее в США и Японии по отношению к Германии и Австралии. Имя Хилтон имело сильное значение при выборе отеля и примерно треть путешественников свой выбор останавливали на нем именно из-за торгового знака Хилтон и его репутации. Что касается составных торгового знака Хилтон, то Хилтон Итернэшнл и Хилтон Националь играли малую роль, а Хилтон Интернэшнл даже заняла последнее место среди семи исследуемых цепей.

Хилтон занял первое место в таких ключевых сферах имиджа, как престиж, бизнес-ориентация и эффективность, но и также он был определен как недружеский и малотрадиционалистский, с оттенком самодовольства. Опрос работников компании, проведенный по всему миру путем письменного опроса, также показал:

- Хилтон Интернэшнл должна стать клиентно-ориентированной;
- нужно увеличить тренинг персонала;
- персонал должен заново утвердиться

Новая система управления откликнулась на эти требования и разработала клиентно-ориентированную программу коммуникаций. Была пущена в ход глобальная кампания продвижения "Бери меня в Хилтон", которая означала, что Хилтон является естественным и подходящим выбором для закаленных, проницательных путешественников во всем мире.

Эти изменения сопровождались внутренним развитием. Среди высшего руководства внушалась мысль, что удовлетворение потребностей гостей зависит от акцентирования отдельного работника на культуре управления как главного барьера в деле достижения целей удовлетворения гостей. Исходя из этого, Хилтон Интернэшнл разработала стратегию по обслуживанию своих японских клиентов, отражающую утонченные формы ориентации продукта на клиента.

Количество японских гостей в отелях Хилтон Интернэшнл по всему миру росло быстрыми темпами и удвоилось с 1988 г., составляя 21% общего объема гостей компании. Повторное удвоение японских гостей прогнозировалось в 1995 г. Однако японцы меньше путешествуют, чем другие национальности, из-за культурного различия. Это послужило причиной принятия решения создания торгового знака, который смог бы удовлетворять специфичные потребности и деловых японских путешественников, и отдыхающих японцев.

Кульминацией исследований, проведенных компанией Хилтон, стала разработка так называемого торгового знака "Ва Но Куцуроги", предлагающего комфорт и обслуживание по-

японски. Эта концепция включает японоговорящий персонал; предлагает отдельные персональные депозитные ячейки; информацию об отеле, меню, список вин, инструкцию по безопасности на японском языке; восточные продукты, предпочтительно японской кухни; японское чаепитие с предложением зеленого чая; разные другие атрибуты, такие, как домашние тапочки, халат для купания и японские газеты. Эмблемой торгового знака послужила японская национальная эмблема - журавль Цуру. Целью всего этого служит привлечение как можно больше японских бизнесменов в отели компании Хилтон.

Инспекции с целью валидации проводили японские компании в зависимости от месторасположения отелей. Требовалось пятнадцать успешных проверок с повторением каждый год. В этой связи японские компании тесно работают с партнерами, предлагающими свои отели для разработки продукта, удовлетворяющего их сотрудников.

Компании, работая под торговым знаком Хилтон, также разрабатывают другие новые продукты, нацеленные на специфичный рынок:

Хилтон Клаб создала детальную централизованную базу данных о гостях. Это обеспечивает специальное обслуживание постоянных клиентов для получения их лояльности; Хилтон Миитинг 2000 является бизнес-обслуживанием, нацеленным на организацию небольших собраний.

В начале 1991 г. Хилтон Интернэшнл повторила часть своих исследований, проведенных на рынках Австралии, Германии и Японии в 1988 г. Результаты этих исследований показали, что на всех трех рынках Хилтон твердо сохраняет свою позицию и репутацию благодаря новой системе рекламы.

Результаты исследований также показали, что компания Ладброк в течение пяти лет не только создала торговый знак вместе с клиентами (их познанием), но и существенно улучшила показатели своей деятельности: загрузка увеличилась на 6% с 1986 по 1991 г. и даже в течение одного 1991 г. достигла уровня загрузки, превышающего уровень 1986 г.; общие поступления в тот же период увеличились на 97%; отношение валовой прибыли к объему продаж увеличилось на 28% в течение этого периода, отражая и экономию издержек, и улучшение привлечения средств с помощью торгового знака Хилтон, валовая прибыль увеличилась на 147% между 1986 и 1991 гг.

Эта программа исследования рынка внесла значительный вклад в решение многих проблем, в то время как успех компании Ладброк во многом зависел от управленческих навыков, интуиции и предпринимательских способностей ее менеджеров³.

Задание:

- 1) Прочитайте внимательно кейс.
- 2) Обновите статистические данные.
- 3) Формализуйте стратегические план маркетинга, выделив в нем структурные элементы.

Тема практического занятия: Программа и бюджет маркетинга

Форма практического задания: решение кейс-задания.

Кейс-задание. Составление бюджета маркетинга

Для реализации проекта рекламной кампании и дальнейшего эффективного продвижения курортного комплекса «Гамма» на рынке делового туризма необходимо совершенствование структуры и организации маркетинговой деятельности. Так как в гостинице не уделяется должного внимания изучению рынка, поведению потребителей, отсутствует четкая система проведения маркетинговых исследований и т.д. То есть в гостинице не уделяется внимание комплексной системе маркетинга. Предлагается ввести должности менеджера по рекламе и менеджера по маркетингу, новая структура отдела маркетинга представлена на рис. 1.

□

³ https://tourlib.net/books_tourism/papiran_men93.htm

Рис. 1. Новая структура отдела маркетинга курортного комплекса «Гамма»

Функции менеджера по маркетингу:

1. Разработка, согласование и представление на утверждение плановреализации услуг.
2. Ведение документации по всем маркетинговым мероприятиям гостиницы.
3. Проведение маркетинговых исследований рынка.
4. Разработка плана маркетинга.
5. Разработка бюджета маркетинга.
6. Составление отчетов о выполнении плана и бюджета маркетинга.
7. Оценка конкурентоспособности предлагаемых услуг и разработкарекомендаций по ее повышению.
8. Поиск новых видов услуг и их внедрение.
9. Сбор информации об удовлетворенности клиентов и ее анализ. 10. Анализ деятельности секции маркетинга гостиницы, разработка рекомендаций по повышению эффективности.

Функции менеджера по рекламе:

1. Разработка стратегии и тактики продвижения услуг гостиницы.
2. Рекламно-информационная поддержка услуг компании.
3. Контроль разработки и производства рекламных и информационных материалов.
4. Разработка медиапланов и контроль их исполнения.
5. Организация рекламы (наружной, транзитной, в СМИ и пр.).
6. Оценка эффективности рекламных мероприятий.
7. Поиск новых эффективных способов продвижения услуг компании.
8. Координация и контроль подрядчиков.

Оба специалиста секции маркетинга подчиняются коммерческому директору и имеют равное положение в компании. Их работа регламентируется должностными инструкциями и планами работы на месяц, цели и задачи, к которым разрабатывает их руководитель.

Необходимо рассчитать затраты и представить в таблице 1.

Предполагается, что специалисты секции маркетинга, отвечающие за маркетинговые процессы гостиницы, позволят повысить эффективность ее деятельности в целом и увеличить прибыль.

Таблица 1

Примерный бюджет отдела маркетинга на год

	Вид затрат	Количество	Цена руб.	Стоимость руб.
1.	Набор мебели офисной	2		
2.	Компьютеры	2		
3.	Лазерный принтер	1		
4.	Канцелярские расходы	12 мес.		
5.	Заработная плата	2 на 12 мес.		
	ИТОГО:			

Так же для успешного осуществления маркетинговой деятельности в отеле предлагается ряд рекомендаций:

- 1) Создание базы данных о постоянных клиентах, в ней фиксируются предпочтения гостя, такие, как тип номера, этаж, вид из окна, номер комнаты, отдаленность от лифтов и т.д.
- 2) Повышать квалификацию работников отеля в области маркетинга.
- 3) Осуществлять поиск зарубежных партнеров с целью обмена информацией;
- 4) Использование ревеню-менеджмента (экономическая техника, нацеленная на определение наилучшей ценовой политики для оптимизации дохода отеля на основе прогнозирования спроса)
- 5) Изучение потребительских предпочтений (опросы и анкетирование клиентов гостиницы)
- 6) Проводить дальнейшие маркетинговые исследования с целью изучения новых сегментов рынка;

Усовершенствование работы отдела маркетинга способствует повышению эффективности его деятельности, тем самым повышается одна из его основных функций – расширение сбыта и увеличение объема реализации продукции.

Для более эффективного продвижения курортного комплекса «Гамма» на рынке делового туризма следует обратить внимание на потребности и особенности данного сегмента в туристической отрасли.

Наиболее действенный способ — это реклама во всех средствах массовой информации. Разработка рекламной кампании требует последовательного подхода. Необходимо проанализировать каждый способ и выбрать самый эффективный.

Рекламная кампания — это комплекс рекламных мероприятий, разработанных в соответствии со стратегией маркетинга и направлений на различные сегменты клиентов туристского предприятия с целью вызвать их интерес к данному предприятию. Тем самым достичь поставленных стратегических и тактических задач. С помощью рекламных мероприятий устанавливается обратная связь с рынком, обеспечивается взаимодействие туруслуг с окружающей рыночной средой - посредники, конкуренты.

Следует уделить внимание распространению информации о гостинице, как о наилучшем месте для проведения конференции, семинаров и бизнес- встреч.

Постановка целей рекламной кампании курортного комплекса «Гамма»:

- 1) увеличение загрузки в межсезонье;
- 2) повышение имиджа отеля.

Определение задач рекламной кампании:

- 1) стимулирование турагентств в межсезонье по загрузке отеля;
- 2) увеличение дохода за счёт реализации услуг местной аудитории;
- 3) реализация программ по развитию туризма (семинары, форумы, конференции);

Целевые группы воздействия:

- 1) дипломатические представительства и международные организации;
- 2) представительства и филиалы иногородних банков, промышленные предприятия, имеющие связи с зарубежьем и другими регионами, филиалы и представительства иногородних и зарубежных компаний; иностранные и российские туристы; выставочные компании и консалтинговые фирмы;
- 3) научные институты;
- 4) местная аудитория.

Задачи рекламной кампании для покупателей в лице крупных фирм, участвующих в больших деловых мероприятиях (форумы, конгрессы, деловые встречи на высшем уровне):

- 1) стимулирование продаж;
- 2) повышение имиджа отеля как идеального места для делового туризма;
- 3) разработка элементов фирменной символики для определённых групп: майки, папки, ручки, кепки и т.п.

Задачи рекламной кампании для российских и иностранных туристов:

- 1) привлечь внимание к отелю через наружные средства рекламы;

- 2) возможность воспользоваться услугами бара, кафе, проживания в номерах (уик-энды) и ресторана.

Рассчитать объявленный бюджет и проедредставить в таблице 2.

Таблица 2

Бюджет рекламной кампании курортного комплекса «Гамма»

№ п/п	Статьи затрат на рекламоносители	Сроки исполнения	Стоимость, в тыс.руб.
1.	Выставки	Январь, февраль, март, сентябрь, октябрь	
2.	Рекламе в прессе	В течение года	
3.	Реклама на радио	По отдельному плану	
4.	Директ-мейл	В течение года	
5.	Полиграфия, сувениры	В течение года	
6.	Наружная реклама	К сезону	
7.	Размещение рекламы на известных Интернет-порталах	В течении года	
8.	Презентации, фестивали и другие крупные мероприятия PR	По календарному плану	
Итого:			

Задание:

- 1) Составить примерный бюджет отдела маркетинга на год;
- 2) Составить примерный бюджет рекламной кампании курортного комплекса «Гамма».

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 5. Продуктовая политика предприятий индустрии впечатлений

Перечень изучаемых элементов содержания

Цели и задачи управления товарным ассортиментом. Система управления товарным ассортиментом. Трудности и ошибки в управлении. Рабочие инструменты для управления. ABC и XYZ анализ. Матрица BCG.

Генерирование идеи продукта для избранного ранее целевого рынка. Оценка степени новизны продукта, определение его отличительных особенностей и преимуществ. Формулировка стратегии позиционирования, рекомендаций по комплексу маркетинга для поддержания соответствующей позиции. Выбор и разработка маршрута: посещаемые пункты, средства передвижения, последовательность, продолжительность. Формирование пакета услуг. Выбор формы обслуживания (тур- группы и/или индивидуалы), класса обслуживания. Предложение возможных дополнительных услуг. Описание долговременного подхода (по стадиям ЖЦТ).

Тема 5.1. Управление структурой ассортимента

Перечень изучаемых элементов содержания

Цели и задачи управления товарным ассортиментом. Система управления товарным ассортиментом. Трудности и ошибки в управлении. Рабочие инструменты для управления. ABC и XYZ анализ. Матрица BCG.

Тема 5.2. Разработка нового продукта

Перечень изучаемых элементов содержания

Генерирование идеи продукта для избранного ранее целевого рынка. Оценка степени новизны продукта, определение его отличительных особенностей и преимуществ. Формулировка стратегии позиционирования, рекомендаций по комплексу маркетинга для поддержания

соответствующей позиции. Выбор и разработка маршрута: посещаемые пункты, средства передвижения, последовательность, продолжительность. Формирование пакета услуг. Выбор формы обслуживания (тур- группы и/или индивидуалы), класса обслуживания. Предложение возможных дополнительных услуг. Описание долговременного подхода (по стадиям ЖЦТ).

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 5

Тема практического занятия: Управление структурой ассортимента.

Форма практического задания: решение практических задач.

Пример задачи для решения:

Задача. В целях укрепления позиции на рынке руководство отеля приняло решение расширить перечень дополнительных услуг. Перед службой логистики была поставлена задача усиления контроля за реализацией дополнительных услуг. Необходимо провести анализ ассортимента дополнительных услуг по методам **ABC** и **XYZ**, в результате чего распределить дополнительные услуги по группам и сформулировать соответствующие рекомендации по управлению сбытом.

Исходные данные

Номер услуги	Выручка за год по дополнительной услуге, руб.	Выручка за квартал, руб.			
		I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
1	15300	4000	3700	3500	4100
2	1280	240	300	340	400
3	2400	500	600	400	900
4	7800	3300	1000	1500	2000
5	320	50	70	180	20
6	1880	450	490	460	480
7	4940	1400	1040	1200	1300
8	6900	400	1600	2000	2900
9	14300	3600	3300	4000	3400

Тема практического занятия: Разработка нового продукта

Форма практического задания: решение кейс-задания.

Кейс-задание: Разработка продукта в компании Мариотт.

Несмотря на быстрый рост компании Мариотт в середине 80-х годов, ее руководство поняло, что ему не удастся сохранить и дальше 20%-ный годовой рост доходов. Более того, темп роста дорогостоящего сегмента рынка замедлится на 2% в год в конце 80-х годов. Также менеджеры компании поняли, что дальше будет сложнее найти недорогостоящие места для размещения будущих отелей, хотя планировалось строить от 80 до 90 тыс новых номеров. Таким образом, компания встала перед выбором между дальнейшим замедлением темпов своего роста и

сворачиванием своих проектов, несмотря на высокий уровень загруженности в собственных отелях (80%). Компания выбрала путь продолжения своего роста через захват новых сегментов рынка размещения.

После запуска нового продукта, концепции Кортярд, (три отеля в 1983 г) количество отелей этой концепции достигло теперь более двухсот.

Разработка своего нового продукта Кортярд со стороны компании Мариотт является хорошим примером применения многовариантного статистического анализа для разработки нового продукта в индустрии впечатлений. Результаты исследования подсказали компании Мариотт занять нишу на рынке отелей среднего класса, а концепция Кортярд послужила катализатором в процессе реструктуризации гостиничной индустрии и среднего ценового уровня Северной Америки (от 35 до 60 долл. за ночь за комфортабельный номер)

В прошлом свои новые отели компания в основном строила для бизнесменов и участников разных конференций, готовых платить от 70 до 90 долл. за ночь за относительно просторный номер и сравнительно хороший сервис в комфортабельных отелях, находящихся в крупных городах.

При разработке концепции Кортярд компания Мариотт придерживалась следующих трех критериев:

создание уверенности в том, что новая концепция предлагает клиентам хорошую стоимость,

минимизация предложения со стороны других собственных отелей;

построение такой позиции на рынке, которая обеспечила бы управление значительным конкурентным преимуществом.

Процесс разработки продукта состоял из следующих этапов.

- отбор команды для разработки продукта;
- анализ окружающей среды и конкурентов;
- анализ клиентуры;
- генерация идей;
- уточнение продукта;
- позиционирование продукта;
- мониторинг результатов.

Отбор команды для разработки продукта проводился по двум критериям: во-первых, команда должна была иметь маленький размер для сохранения эффективного функционирования и сочетать знание с опытом; во-вторых, команда должна была включать специалистов, уже успевших создать хороший продукт, и чей энтузиазм мог бы преодолеть сложности и барьеры.

Анализ окружающей среды и конкурентов основывался на традиционном на Западе подходе SWOT (первые буквы английских слов strengths, weaknesses, opportunities, threats и на русском - соответственно сила, слабость, возможности, угроза) и заключался в исследовании конкуренции во всех сегментах рынка, включая отелей всех ценовых категорий. Анализ обнаружил неудовлетворенный спрос и на рынке отдыха, и на рынке бизнес-путешествий для дешевого гостиничного продукта по цене на 2 или 3 долл. ниже традиционного продукта компании Холидей Инн.

Анализ клиентуры был обширным и представлял собой проведение собеседований с целевыми группами, а также изучение сегмента клиентов, чей годовой доход превышает 300 тыс. долл. в год. Одной из главных находок анализа являлась категоризация клиентов по двум основным видам, а именно "желающих безопасность" (хотят безопасный замок на двери, хорошее освещение коридоров, надежную пожарную безопасность) и "желающих функциональные номера" (хотят номер, удобный и для бизнеса, и для социальной деятельности).

Собранная информация из двух вышеназванных этапов использовалась в процессе генерации идей, когда с помощью "мозговой атаки" находился возможный продукт для дальнейшего исследования.

Фаза уточнения продукта - также обширный процесс, его целью является нахождение оптимального, с точки зрения клиентов, комплекса качеств и атрибутов в новом продукте. Исследование проводилось среди 601 клиента, выбранных из четырех крупных городов - Атланта, Даллас, Сан-Франциско и Чикаго (США). От каждого респондента требовалось выбрать

наилучший среди 150 атрибутов, связанных с ценой продукта. Исходя из этой стадии, Мариотт составила основную концептуальную схему продукта, которая удовлетворяла следующим критериям:

- он должен быть нацелен на сегмент рынка с ценой среднего уровня;
- он должен быть относительно маленького размера (150 номеров или меньше);
- он должен предлагать неограниченное меню и неменьший уровень вежливого обращения, чем конкуренты;
- он должен быть стандартизованным продуктом в группах (т. е. от пяти до восьми отелей в одной зоне);
- имя Мариотт должно использоваться для узнавания.

В 1982 г. был разработан первый прототип продукта с использованием передвижной стены. Клиентам предлагалось высказать свою позицию по трем конфигурациям комнат. Полученная информация о занимаемой позиции клиентов в отношении длины комнаты дала возможность рекомендовать компании Мариотт проводить корректировку, которая позволила бы сэкономить 80 тыс. долл. при строительстве каждого отеля

Далее Мариотт подготовила сообщение о позиционировании продукта для новой концепции. Из этого сообщения вытекало, что только названный продукт Кортярд будет обслуживать бизнес-путешественников, которые хотят располагаться в отелях по новым ценам и с последовательно высоким уровнем обслуживания, а также людей, путешествующих для удовольствия и которые хотят комфортный номер.

Первым рынком для апробации нового продукта компании Мариотт - Кортярд был г. Атланта, где первые три отеля этой концепции были открыты в 1983 г. Одноместные номера стоили 48 долл. за ночь против 57 долл. за ночь в ближайших отелях компании Холидей Инн. Последние пробы на рынке послужили к наведению последних штрихов в новом продукте. Например, были сокращены размеры номеров, а двери шкафов переделали так, чтобы они открывались вовнутрь шкафа. Уровень загрузки в первые шесть месяцев деятельности составил 90%.

В заключение был проведен мониторинг результатов. И по настоящий день Мариотт последовательно держит руку на пульсе реакции рынка на малейшие изменения концепции Кортярд.

Как отмечалось выше, фаза утончения продукта очень большая, что связано с большой исследовательской работой, проводящейся в компании Мариотт, которая использовала разные исследовательские приемы, такие, как анализ с помощью объединения (использовался для определения относительной важности разных предпочтений, которые клиенты отдают при принятии решений, например при продаже автомобилей из трех разных цветов более предпочтительным оказывается белый цвет, чем красный и зеленый цвета соответственно), мульти-размерное шкалирование, многовариантный анализ групп (оба связаны с демографическими и физиологическими характеристиками использования тех или иных отелей).

При решении кейса необходимо дать ответы на следующие вопросы:

Существует ли достаточный спрос для новой гостиничной концепции, нацеленной на сегменты бизнес-путешествий и отдыха, для удовлетворения задач роста и финансовой отдачи?

В чем заключается наилучшее позиционирование для новых отелей?

Какую комбинацию нужно предлагать для показателей разных отелей и видов услуг?

Какой должна быть стратегия ценообразования для номеров в новых отелях?

Какой должна быть стратегия размещения на местности для новых отелей?⁴

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 6. Ценовая политика предприятий индустрии впечатлений

⁴ https://tourlib.net/books_tourism/papiran_men91.htm

Перечень изучаемых элементов содержания

Сущность и функции цены как экономической категории. Методы ценообразования, ориентированные на издержки (затратные методы ценообразования). Методы ценообразования, ориентированные на спрос. Методы ценообразования, ориентированные на конкурентов. Методы, основывающиеся на воспринимаемой ценности товара. Параметрические методы ценообразования. Комбинированные методы ценообразования.

Выбор модели формирования цены на продукт. Калькуляция себестоимости продукта, определение маржи. Определение цены на отдельные услуги, на комплексное обслуживание, цены одного туродня, цены тура. Разработка политики дифференциации цен (по форме обслуживания, сезонам, дестинациям, качеству, количеству услуг). Разработка системы скидок и надбавок. Исследование цен конкурентов.

Тема 6.1. Методы ценообразования

Перечень изучаемых элементов содержания

Сущность и функции цены как экономической категории. Методы ценообразования, ориентированные на издержки (затратные методы ценообразования). Методы ценообразования, ориентированные на спрос. Методы ценообразования, ориентированные на конкурентов. Методы, основывающиеся на воспринимаемой ценности товара. Параметрические методы ценообразования. Комбинированные методы ценообразования.

Тема 6.2. Ценовая стратегия

Перечень изучаемых элементов содержания

Выбор модели формирования цены на продукт. Калькуляция себестоимости продукта, определение маржи. Определение цены на отдельные услуги, на комплексное обслуживание, цены одного туродня, цены тура. Разработка политики дифференциации цен (по форме обслуживания, сезонам, дестинациям, качеству, количеству услуг). Разработка системы скидок и надбавок. Исследование цен конкурентов.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 6

Тема практического занятия: Методы ценообразования

Форма практического задания: решение ситуационных задач.

Ситуационная задачи:

Задача 1. Вы только что приняты на работу менеджером туристской фирмы. Директор попросил вас рассмотреть цены на предлагаемые фирмой продукты и определить, нуждаются ли они в изменении.

Вопрос и задание:

Как бы вы решили эту задачу?

Ответ аргументируйте с теоретических позиций.

Приведите практические примеры.

Задача 2. Проведите исследование цен на аналогичные турпродукты, предлагаемые турфирмами (воспользуйтесь рекламными материалами в прессе).

Вопросы и задания:

Сделайте анализ и выявите, существует ли система формирования цен в разных туристских предприятиях. Как вы считаете, какой из методов ценообразования они используют?⁵

Тема практического занятия: Ценовая стратегия

Форма практического задания: решение ситуационных задач.

Ситуационная задачи:

⁵ <https://vbgу.рф/files/B254BBC5-F515-4F98-9EE7-B92DBA452426.pdf>

Задача 1. Туристская фирма «Триумф» проводила в жизнь агрессивную стратегию низких цен и завоевала значительную долю рынка, но попала сразу в три «капкана»:

- 1) низкого качества;
- 2) недолговечности доли рынка;
- 3) мелкого кармана.

Вопросы и задания:

1. Можете ли вы объяснить, что представляют собой эти три «капкана»?
2. В каких условиях оказывается эффективной стратегия цен проникновения на рынок.
3. Дайте сравнительную характеристику стратегий «снятия сливок» и цен проникновения на рынок.
4. Приведите примеры эффективного использования стратегии престижных цен в практике работы отечественных туристских предприятий. Убедитесь сами и докажите, что вы привели хорошие примеры.

Задача 2. На процесс ценообразования в сфере туризма оказывает влияние ряд особенностей.

Задание:

Приведите примеры применения этих особенностей в практике работы отечественных турфирм⁶.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 7. Сбытовая политика предприятий индустрии впечатлений

Перечень изучаемых элементов содержания

Сбытовая политика предприятий индустрии впечатлений. Виды, функции каналов сбыта. Вертикальные (договорные) маркетинговые системы сбыта.

Выбор типа сбытовой политики, каналов сбыта. Определение возможных посредников: туроператоров, турагентов (требования к их специализации, территориальному размещению).

Моделирование взаимоотношений с партнерами. Проработка основных условий соглашения. Выбор способов поддержки и стимулирования деятельности партнеров.

Тема 7.1. Сбытовая система предприятий индустрии впечатлений

Перечень изучаемых элементов содержания

Сбытовая политика предприятий индустрии впечатлений. Виды, функции каналов сбыта. Вертикальные (договорные) маркетинговые системы сбыта.

Тема 7.2. Разработка сбытовой политики

Перечень изучаемых элементов содержания

Выбор типа сбытовой политики, каналов сбыта. Определение возможных посредников: туроператоров, турагентов (требования к их специализации, территориальному размещению).

Моделирование взаимоотношений с партнерами. Проработка основных условий соглашения. Выбор способов поддержки и стимулирования деятельности партнеров.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 7

Тема практического занятия: Сбытовая система предприятий индустрии впечатлений

Форма практического задания: решение ситуационных задач.

Ситуационная задача:

Задача 1. Туристская компания «Миг-вож» является классическим туроператором. Среди направлений, предлагаемых компанией, Египет (отдых, экскурсионные туры, любые

⁶ <https://vvyu.pf/files/B254BBC5-F515-4F98-9EE7-B92DBA452426.pdf>

индивидуальные программы), Италия (отдых на курортах Римини и Чезенатико, классическая и экскурсион-ные программы), Греция.

«Режим наибольшего благоприятствования для агентств» — вот принцип, которого строго придерживается компания в своей работе. Все турагенты после заключения договора о сотрудничестве ставятся получателями факс-бюллетеней, в которых, помимо прайс-листов, содержатся оперативные сведения о курортах (вплоть до температуры воздуха и воды), информация о наличии мест на ближайшие заезды, изменения консульских требований и т.д. То, от чего приходят в восторг региональные партнеры, — это принцип «обратного звонка», который компания «Миг-воаяж» стала пользоваться в международных телефонных разговорах. Турагенту достаточно позвонить в компанию, представиться, назвать номер телефона и сказать: «Обратный звонок, пожалуйста». И менеджеры компании сами перезвонят агенту, так что дальнейшее общение по международной линии будет происходить за счет туроператора.

Вопросы и задания

1. Охарактеризуйте канал сбыта, используемый компанией «Миг-воаяж». В чем его достоинства и недостатки?
2. Какие еще каналы сбыта туристского продукта вы знаете? Дайте им характеристику.
3. Какими критериями вы бы руководствовались при выборе турагента?
4. В чем заключаются особенности работы компании «Миг-воаяж» с турагентами? Какие еще приемы установления взаимоотношений с турагентами вам известны?

Задача 2. Каким образом научно-технический прогресс изменит каналы сбыта услуг в сфере туристского бизнеса? Дайте развернутый ответ.

Задача 3. В чем состоят главные различия между каналами сбыта компании, производящей товары в материальной форме, и фирмы, занимающейся туристским бизнесом?⁷

Тема практического занятия: Разработка сбытовой политики

Форма практического задания: решение кейс-задания.

Кейс-задание: «Продвижение бизнес-отеля».

Цель кейса – формирование профессиональных знаний и управленческих компетенций бакалавров по разработке комплекса маркетинговых мероприятий по позиционированию, развитию и продвижению бизнес-отеля в г. Москва.

В кейсе представлены основное содержание, аннотация, кейс-ситуация, вопросы для обсуждения, список рекомендуемой литературы.

ОПИСАНИЕ СИТУАЦИИ

Бизнес корпус отеля Crowne Plaza Moscow WTC был построен в 1980 г, но полная реновация всех его номеров завершилась в 2018 г. Благодаря этому здание объединяет историческую и архитектурную значимость с современным комфортом, предлагая всё необходимое для плодотворной работы и полноценного отдыха, в сочетании с полным спектром услуг бизнес-отеля 5*. Премиальный Клубный корпус был построен в 2011 году с учетом всех современных решений в планировке и дизайне пространств. Высокие потолки, панорамное остекление, увеличенная площадь номеров и авторская итальянская мебель служат отличной оправой для предоставляемого гостям сервиса высочайшего уровня.

Услуги:

Для всех гостей Бизнес корпуса предоставляется:

- Высокоскоростной беспроводной Wi-Fi без оплаты;
- Бесплатная парковка;
- Услуги хранения багажа и консьерж-сервис;;
- Круглосуточное ресторанное обслуживание в номерах;

⁷ <https://vbgу.рф/files/B254BBC5-F515-4F98-9EE7-B92DBA452426.pdf>

- Доступ в фитнес-зал.

В дополнение к остальным услугам отеля, для гостей Клубного корпуса предоставляется:

- Доступ в Клубный Лаунж с включенным завтраком и ужином;
- Высокоскоростной беспроводной Wi-Fi без оплаты;
- Отдельная стойка для быстрой регистрации индивидуального подхода к гостям;
- Бесплатная парковка;
- Доступ в фитнес-центр WTC Fitness с бассейном, сауной, джакузи, хаммамом и ультрасовременными тренажерами;

Местоположение:

Отель является неотъемлемой частью Центра международной торговли Москвы (ЦМТ) – одного из крупнейших многопрофильных бизнес-комплексов России.

До Crowne Plaza легко добраться на автомобиле со стороны Третьего Транспортного Кольца или улицы Новый Арбат. В непосредственной близости находится сердце бизнес-жизни столицы - Москва-Сити. До ближайших станций метро – «Улица 1905 года», «Деловой центр» или «Выставочная» - можно немного прогуляться пешком или воспользоваться регулярными маршрутами общественного транспорта.

Также отель является частью Центра международной торговли и находится на Краснопресненской набережной, всего в 10 минутах ходьбы по живописной набережной от Экспоцентра. В дни выставок между гостиницей и территорией Экспоцентра курсирует бесплатный шаттл.

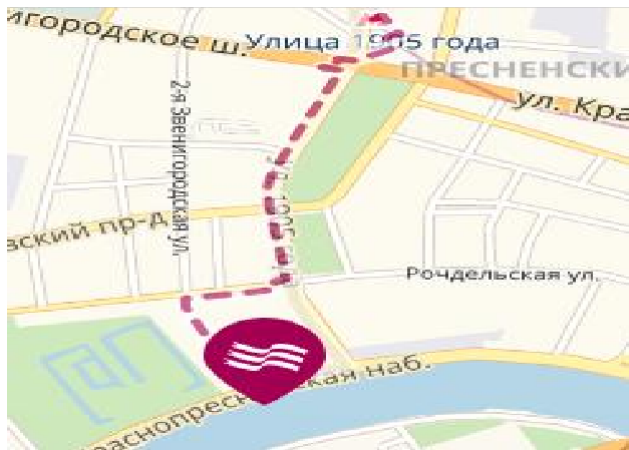


Рис.1 Месторасположение отеля.

Номерной фонд:

В отеле 724 элегантных номера, в том числе 149 клубных комнат повышенной комфортности с роскошными панорамными видами на город.

Таблица 1. Номерной фонд.

Тип номера		Цена за одну ночь, RUB
Стандарт	Бизнес Номер	8 730
	Номер Делюкс	10 476
	Номер Люкс Для Некурящих СБольшой	

	Кроватью	19 206
	Роскошный Клубный Студио Для Некурящих С Большой Кроватью	19 206
	Luxurious Presidential Suite Nonsmoking	242 500
2 кровати	Бизнес Номер Для Некурящих С 2 Кроватями	8 730
1 кровать	Бизнес Номер Для Некурящих С 1 Большой Кроватью	8 730
	Клубный Номер Для Некурящих С Большой Кроватью	10 476

IHG Rewards Club:

В 2018 году сеть отелей Crowne Plaza включили в единую всемирную программу лояльности IHG Rewards Club.

Pets Friendly:

Размещение гостей с домашними животными разрешено при наличии ветеринарных документов установленного образца (справка от ветеринарного врача с отметкой обо всех прививках). Стандартный депозит за размещение питомца составляет 10 000 руб.

Динамика численности и производительности труда:

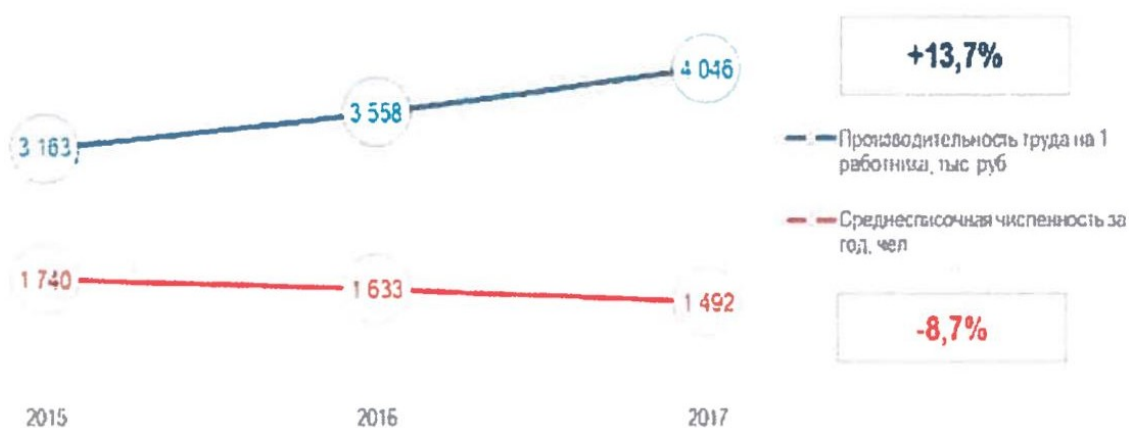
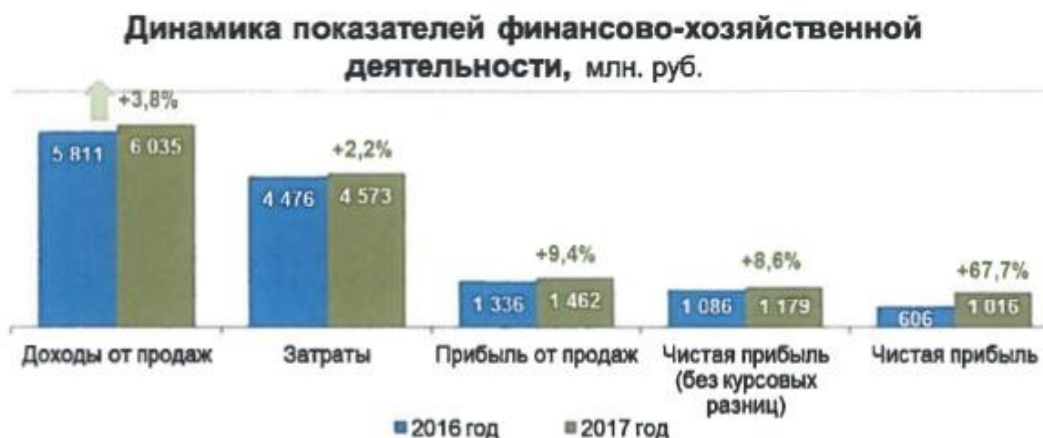


Рис. 2. Численность и производительность труда.

Рис. 3. Категории работников.

На рисунках 2 и 3 видно, что хоть численность работников Crowne Plaza Moscow WTC и снижается, по словам самого отеля, их производительность растет. Средний возраст работников составляет 46 лет, среди них 48% женщины 52% мужчин. Руководители занимают от общего числа сотрудников 11 %, специалисты- 40% и рабочие -49%, что характеризует гармоничное соотношение между категориями сотрудников.

Финансовые показатели:



Анализ факторов и условий, влияющих на деятельность отеля:

- 2018-й год был рекордным по росту, что связано с проведением Чемпионата мира по футболу. Однако турпоток будет расти и в 2019 году и предположительно составит 27,6 миллионов человек.
- Вместе с тем, большинство предпринимателей зачастую отмечает пониженный уровень клиентского спроса. Результатом низкого потребления становится резкое сокращение расходов на содержание гостиниц и, как следствие, ухудшение качества обслуживания. На сайте booking.com можно увидеть очень большое количество плохих отзывов, связанных с непрофессиональным отношением со стороны персонала отеля. Самые частые замечания получают охранники и работники ресепшена.
- Также поступает много жалоб на грязь, некачественные и старые полотенца и постельное белье, а также непродуманную систему вентиляции: окна в номерах не открываются, а зимой происходит подача только теплого воздуха.
- В 2018 году в Crowne Plaza проводился косметический ремонт, однако был выполнен некачественно и направлен не на те вещи, которые не нравились гостям.
- За 2018 год в Москве открылось несколько новых отелей, некоторые из них окажут непосредственное влияние на Crowne Plaza Moscow World Trade Centre и существующий «портфель клиентов», а именно: 379 номеров гостиницы «Рэдиссон Блю Олимпийский», 228 номеров гостиницы «Pentahotel Арбат». Проблемой является агрессивная маркетинговая и ценовая политика конкурентов. Новые игроки рынка зачастую применяют ценовой демпинг.
- Отель слабо представлен в социальных сетях.

Вопросы и задания для обсуждения:

1. Опишите сильные и слабые стороны данного гостиничного комплекса.
2. Какие дополнительные мероприятия можно проводить в гостиничном комплексе.
3. Как расширить сферу предоставляемых услуг.
4. Как повысить осведомленность потребителя о существовании комплекса и повысить узнаваемость бренда.
5. Предложить комплекс мероприятий по продвижению.
6. Проанализировать ценовую политику гостиничного комплекса, выявить сильные и слабые стороны.

7. Оцените логотип и слоган отеля, опишите преимущества и недостатки.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 8. Маркетинговые коммуникации индустрии впечатлений

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие маркетинговых коммуникаций и особенности формирования коммуникационной политики в индустрии впечатлений, в том числе реклама, связи с общественностью, пропаганда, фирменный стиль. Функции рекламной кампании. Задачи, виды и средства рекламы, применяемые в индустрии впечатлений. Функции, задачи, инструменты и методы PR. Интернет-технологии продвижения. Компоненты фирменного стиля гостиничного предприятия. Основы проектирования сайта гостиничного предприятия. Реклама в индустрии впечатлений — роль, значение и виды.

Изучение и анализ образцов рекламной продукции турфирм и конкретных турпродуктов.

Формулирование конкретных целей, выбор направлений коммуникации. Определение способов продвижения своего продукта и их соотношения в promotion-mix. Выбор носителей рекламы. Предложение рекламных аргументов для воздействия на целевые аудитории. Разработка базового рекламного обращения, рекламного слогана.

Решение о способах стимулирования потенциальных клиентов, розничных агентств. Разработка рекомендаций по связям с общественностью: основные средства и мероприятия. Обеспечение системы обратной связи и укрепления лояльности потребителей. Разработка графика выхода обращений. Координация различных элементов продвижения по времени. Рекламная кампания предприятия индустрии впечатлений.

Тема 8.1. Инструменты маркетинговых коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие маркетинговых коммуникаций и особенности формирования коммуникационной политики в индустрии впечатлений, в том числе реклама, связи с общественностью, пропаганда, фирменный стиль. Функции рекламной кампании. Задачи, виды и средства рекламы, применяемые в индустрии впечатлений. Функции, задачи, инструменты и методы PR. Интернет-технологии продвижения. Компоненты фирменного стиля гостиничного предприятия. Основы проектирования сайта гостиничного предприятия. Реклама в индустрии впечатлений — роль, значение и виды.

Тема 8.2. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии

Перечень изучаемых элементов содержания

Изучение и анализ образцов рекламной продукции турфирм и конкретных турпродуктов.

Формулирование конкретных целей, выбор направлений коммуникации. Определение способов продвижения своего продукта и их соотношения в promotion-mix. Выбор носителей рекламы. Предложение рекламных аргументов для воздействия на целевые аудитории. Разработка базового рекламного обращения, рекламного слогана.

Решение о способах стимулирования потенциальных клиентов, розничных агентств. Разработка рекомендаций по связям с общественностью: основные средства и мероприятия. Обеспечение системы обратной связи и укрепления лояльности потребителей. Разработка графика выхода обращений. Координация различных элементов продвижения по времени. Рекламная кампания предприятия индустрии впечатлений.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 8

Тема практического занятия: Инструменты маркетинговых коммуникаций

Форма практического задания: решение ситуационных задач.

Ситуационная задача:

Задача 1. Во всем мире все большей популярностью пользуется сельский «зеленый» туризм, или агротуризм. Только в Германии бюджет получает ежегодно около 1 млрд марок в качестве отчислений от сельского «зеленого» туризма. Моду на этот вид туризма подтверждают и опросы общественного мнения. Для граждан СНГ этот вид туризма – совершенно новый и необычный. Он представляет собой активный отдых на природе, в сельской местности, с проживанием в отдельных коттеджах или в домах местных жителей. В Латвии государственный департамент туризма призвал крестьян развивать подобный туризм, а среди горожан принялся рекламировать этот вид отдыха. Воодушевленные призывом жители местности бросились приводить в порядок дома и хутора к приему гостей, а частные турфирмы выпустили несколько каталогов, объединяющих данные об этом виде туризма. Например, в каталоге фирмы «Апзо» – более 50 фотографий крестьянских домов, и перечень пяти услуг, которые будут оказаны в этих домах туристам. Уже три года все большее число турфирм к началу летнего сезона выпускает справочники. Один из последних называется «Сельский отдых в Латвии» фирмы «А». В этом каталоге — подробный иллюстрированный рассказ о 44 латвийских домах, хуторах и фермах в лесу, на берегу озера или моря. Хозяйева щедры на выдумку в описании услуг: деревенская банька, дегустация домашнего пивка, катание на лошадях, ловля больших карасей в «фамильном» пруду. Рыбацкий хутор предлагает ночную рыбалку сетями в море, а семья мельника приглашает отдыхать на экзотической старинной скрипучей мельнице, стоящей у заросшего лилиями озера. Кого-то привлечет «ежедневно – парное молоко и деревенский хлеб с медом», а кого-то – «приятные вечера с шами в домашнем кругу под настоящий граммофон». В Европе, особенно в Германии, Австрии, странах Скандинавии, фермерский туризм популярен уже более четверти века. Но поклонникам этого вида отдыха в цивилизованной Европе тесно, не хватает первозданности природы, нет чувства уединенности. Поэтому и устремляют свой взор европейцы на страны вроде Латвии. И на нас бы обратили внимание. Только мы и сами в деревне не отдыхаем, и иностранцев не приглашаем. А они, помешанные на экологическом туризме, ринулись бы в районы, незатронутые, естественно, Чернобылем. В Латвии поток иностранных туристов уже такой, что хозяйева хуторов учат английский. А в целом в Европе, по данным Европейского института туризма, половина всех туристов готовы платить на 20% больше за то, чтобы проводить отпуск в экологически чистой окружающей среде. Как нельзя более отвечают этому требованию многие места Беларуси.

Вопросы и задания

1. Оцените перспективы развития агротуризма в республике.
2. Предложите турпродукт, наиболее привлекательный, на ваш взгляд, для жителей крупных городов республики.
3. Предположим, что ваше туристское предприятие решило внедрить разработанный вами турпродукт. Для этого необходима соответствующая коммуникационная стратегия. Ваши предложения по ее разработке?

Задача 2. Основные элементы маркетинговых коммуникаций отличаются друг от друга по возможностям достижения эффективности, степени привлечения внимания и другим важным аспектам.

Задание:

Дайте характеристику каждого элемента маркетинговых коммуникаций с учетом их достоинств и недостатков⁸.

Тема практического занятия: Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии

Форма практического задания: решение кейс-задания

Кейс-задание: Разработка рекламной кампании курортного комплекса «Гамма»:

Постановка целей рекламной кампании курортного комплекса «Гамма»:

⁸ <https://vbgу.pф/files/B254BBC5-F515-4F98-9EE7-B92DBA452426.pdf>

- 1.увеличение загрузки в межсезонье;
- 2.повышение имиджа отеля.

Определение задач рекламной кампании:

- 1.стимулирование турагентств в межсезонье по загрузке отеля;
- 2.увеличение дохода за счёт реализации услуг местной аудитории;
- 3.реализация программ по развитию туризма (семинары, форумы, конференции);

Целевые группы воздействия:

дипломатические представительства и международные организации;

1.представительства и филиалы иногородних банков, промышленные предприятия, имеющие связи с зарубежьем и другими регионами, филиалы и представительства иногородних и зарубежных компаний; иностранные и российские туристы;выставочные компании и консалтинговые фирмы;

2. научные институты;
3. местная аудитория.

Задачи рекламной кампании для покупателей в лице крупных фирм, участвующих в больших деловых мероприятиях (форумы, конгрессы, деловые встречи на высшем уровне):

- стимулирование продаж;
- повышение имиджа отеля как идеального места для деловоготуризма;
- разработка элементов фирменной символики для определённых групп: майки, папки, ручки, кепки и т.п.

Задачи рекламной кампании для российских и иностранных туристов:

- привлечь внимание к отелю через наружные средства рекламы;
- возможность воспользоваться услугами бара, кафе, проживания в номерах (уик-энды) и ресторана.

Составьте бюджет рекламной кампании в таблице 1.

Таблица 1

Бюджет рекламной кампании курортного комплекса «Гамма»

№п/п	Статьи затрат на рекламоносители	Сроки исполнения	Стоимость, в тыс.руб.
1.	Выставки	Январь, февраль, март, сентябрь, октябрь	
2.	Рекламе в прессе	В течение года	
3.	Реклама на радио	По отдельному плану	
4.	Директ-мейл	В течение года	
5.	Полиграфия, сувениры	В течение года	
6.	Наружная реклама	К сезону	
7.	Размещение рекламы на известных Интернет-порталах	В течении года	
8.	Презентации, фестивали и другие крупные мероприятия PR	По календарному плану	
Итого:			

Конъюнктура рынка в 20__ году была очень благоприятной. Это создало стабильную среду для эффективного воздействия рекламных мероприятий. Отдача от рекламы также наблюдалась. При росте стоимостных показателей сбыта дополнительные вложения в рекламу оправданы и доходны.

Участие курортного комплекса «Гамма» в международной выставке МИТ-2015 и на сочинской выставке «Курорты и туризм-2015» способствовало эффективному продвижению торговой марки отеля и предоставляемых услуг, а также повысить уровень его привлекательности и создать тем самым необходимый избыток спроса на турпакеты. Практика показывает, что наибольшая эффективность продвижения и продаж турпакетов достигается при участии в составе консолидированного стенда региона на крупнейшей туристской бирже России

- МПТ.

Результаты от участия в выставке «Курорты и туризм» в январе 2015 года также положительно сказались на продвижении отеля.

На выставках есть реальная возможность пустить в ход весь арсенал рекламных средств, начиная от рекламно-информационных листовок и заканчивая рассказом об отеле из первых уст от генерального директора в рамках семинаров, пресс-конференций и интервью СМИ, проводимых во время работы выставок.

Цель печатных СМИ - имиджевое воздействие на туроператоров, турагентов. Реклама в прессе включает такие издания как газеты, журналы, справочники, каталоги. При выборе конкретного издания учитывается:

- 1) тираж;
- 2) периодичность;
- 3) специализация издания;
- 4) характер рекламы.

Необходимо выбрать популярные, хорошо «раскрученные» издания. Для ежемесячных изданий эффективность рекламы высока при её размещении в каждом номере. При этом следует чередовать имиджевую рекламу с рекламой тех или иных услуг.

Так, в специализированных изданиях, адресованных профессионалам турбизнеса и отдыхающим - «Турифо», «Вояж», «Туризм: практика, проблемы, перспективы», «Туристский бизнес», «Туризм и отдых» - рекламу следует приурочивать к началу сезона - май и в середине сезона для поддержания имиджа (табл. 2).

№п/п	Название издания	Стоимость публикации	Количество выходов	Сумма, в рублях
Газеты				
1. Центральные				
1.	«Российская газета»		6	
2.	«Комсомольская правда»		6	
3.	«Турифо»		25	
2. Московские				
4.	«Московский комсомолец»		2	
5.	«Коммерсант Дейли»		2	
3. Региональные				
6.	«Кубанская неделя»		10	
7.	«Вечерний Ростов»		10	
8.	«Деловой Петербург»		2	
4. Местные				
9.	«Черноморская здравница»		10	
Всего:				
Журналы				
10.	«Вояж»		1	
11.	«Туризм: практика, проблемы, перспективы»		1	
12.	«Туристский бизнес»		2	
13.	«Business Travel»		4	
14.	«Отель»		1	
Всего:				
Справочники, каталоги				
15.	«Курорты России»		1	
16.	«Отдых на Кубани»		1	
17.	«Российский туризм»		1	

Всего:	
Итого:	

Накануне сезона необходимо дать публикацию в местной прессе. Это может быть серия репортажей о готовности отеля к сезону, о новых программах отдыха для гостей, о работе отеля по повышению качества обслуживания. С целью привлечения деловых туристов подготовить статью о наличии конгресс-услуг в отеле, возможности организации деловых встреч.

Реклама на радио. Этот вид рекламы воздействует на широкую аудиторию и является эффективным способом по продвижению услуг отеля и его имиджа в целом. Радиореклама обладает такими преимуществами как широта охвата, избирательность, относительно недорогой вид рекламного носителя. Рекламный радиоролик для гостиничного комплекса «Гамма» можно проводить на различных радиостанциях как местных и региональных, так и популярных российских радиостанциях. Для «Гаммы» возможна реклама на радиостанции «Русское радио». Расходы на прокат радиороликов на радиостанции приведены в табл. 3.

Таблица 3

Расходы на прокат рекламы на радиостанции «Русское радио»

№п/п	График выходов, месяц	Хроном.	Стоимость 1 выхода	Кол-во выходов	Стоимость, руб.
1.	Октябрь,	30			
2.	Ноябрь,	30			
3.	Декабрь,	30			
4.	Январь,	15			
5.	Февраль,	15			
6.	Май,	30			
Итого:					

В октябре, ноябре интенсивная реклама межсезонья. Количество выходов рекламного спота 3 раза в день (9 : 00; 10 : 00; 19 : 00). Стоимость изготовления 900 рублей.

Директ мейл. Прямая почтовая рассылка («direct mail»), распространение информационно-рекламных материалов на выставках - традиционно зарекомендовали себя как один из эффективных видов рекламы в индустрии впечатлений. Успех их состоит в рассылке материалов и специально подобранным адресам заинтересованным лицам и потенциальным покупателям. Этот метод имеет одно очень существенное преимущество - относительно минимальные затраты.

Этот вид рекламы используют для рассылки информации о различных предложениях в период межсезонья. Данный способ особенно привлекателен, так как постоянным и корпоративным клиентам, бизнес- туристам очень удобно узнавать о новинках в отеле именно через direct mail. Рассылки содержат предложения, оформленные на фирменном бланке, отправленные по интернету.

Печатная продукция. Один из наиболее существенных и важных средств рекламы при рекламе различных услуг является рекламная полиграфия. Полиграфия незаменима как один из видов наглядной агитации, сочетает в себе краткость и информативность, является одним из средств для проведения ряда рекламных акций.

Известно, что полиграфия необязательна для эффективной рекламы товаров, но крайне необходима при продвижении услуг. Принципиально важным здесь является присутствие единого фирменного стиля отеля и цветового решения. Тираж должен быть значительным для удовлетворения двухгодичных потребностей отелей. Более короткий срок (тираж) невыгоден, более длительный может потребовать досрочного внесения в prospect произошедших за это время изменений.

Годовая потребность в полиграфической продукции определяется частотой участия в выставках, размерами агентской сети отеля. Для «Гаммы» оптимальной партией буклетов,

удовлетворяющей потребности в работе на 2 года - 1000 экземпляров. Изменяющаяся информация будет содержаться на специальном вкладыше и обновляться по мере необходимости (табл. 4).

Таблица 4

Виды рекламной полиграфии

№п/п	Наименование	Количество, тыс. Шт.	Стоимость, тыс.руб.
1.	Буклет	2	29,0
2.	Проспект	1	15,0
3.	Карманные календари	1	11,6
4.	Фирменный бланк	2	20,0
5.	Ручки с фирменной символикой	0,25	5,0
6.	Визитные карточки	0,7	1,4
7.	Фирменные конверты	2	8,0
8.	Визитка отеля	0,5	1,0
9.	Фирменные папки	1,5	15,0
10.	Специальные вкладыши	1	1,0
11.	Рекламный листок	2	24,0
Итого			131,0

Наружная реклама. Курортного комплекс «Гамма» размещает свою рекламу в аэропорту г. Краснодара, на железнодорожном вокзале Туапсе. Необходимо усилить воздействие рекламы, поместив информацию об отеле на указателях развилки дорог по пути следования к самому отелю и в центре города Туапсе. Стоимость такого указателя размером 1*0,5 м около 4350 рублей. Сроки представлены в табл. 5.

Таблица 5

Рекламная кампания курортного комплекса «Гамма» на 2016-2017 гг.

Этап проведения рекламной кампании	Сроки	Основные мероприятия	Виды рекламы
I	Сентябрь- ноябрь 20__ г.	Участие в выставке «Отдых-20__», Москва, Продвижение услуг в межсезонье	Стимулирующая
II	Декабрь 20__ г.	Статьи в печатных изданиях	Убеждающая, имиджевая
III	Январь- февраль 20__ г.	Участие в выставках в Сочи и в Москве	Имиджевая
IV	Март 20__ г.	Участие в МПТ	Имиджевая
V	Апрель-июнь 20__ г.	Заключение договоров на сезон 20__ г.	Информационная

Задание:

1. Рассчитайте дополнительный доход от проведения рекламной кампании.
2. Рассчитайте прибыль от проведения рекламной кампании.
3. Рассчитайте рентабельность рекламной кампании.
4. Рассчитайте коэффициент возврата инвестиций EROI от проведения рекламной кампании.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ8

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 3)		
Раздел 1. Содержание и социально-экономическая сущность маркетинга индустрии впечатлений.	14	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	14	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии впечатлений	14	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 4. Формирование стратегии маркетинга на предприятиях индустрии впечатлений	14	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 5. Продуктовая политика предприятий индустрии впечатлений	14	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем по модулю/семестру, часов	70	
Модуль 2. (семестр 4)		
Раздел 6. Ценовая политика предприятий индустрии впечатлений	12	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 7. Сбытовая политика предприятий индустрии впечатлений	12	Самостоятельное изучение материала раздела

Раздел 8. Маркетинговые коммуникации индустрии впечатлений	10	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем по модулю/семестру, часов	34	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	104	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 3)		
Раздел 1. Содержание и социально-экономическая сущность маркетинга индустрии впечатлений.	19	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	19	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии впечатлений	19	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 4. Формирование стратегии маркетинга на предприятиях индустрии впечатлений	19	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем по модулю/семестру, часов	76	
Модуль 2. (семестр 4)		
Раздел 5. Продуктовая политика предприятий индустрии впечатлений	19	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 6. Ценовая политика предприятий индустрии впечатлений	19	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 7. Сбытовая политика предприятий индустрии впечатлений	19	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 8. Маркетинговые коммуникации индустрии впечатлений	19	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем по модулю/семестру, часов	76	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	152	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. курс 3 сессии 1-2		
Раздел 1. Содержание и социально-экономическая сущность маркетинга индустрии впечатлений.	28	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	28	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 3. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии впечатлений	28	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 4. Формирование стратегии маркетинга на предприятиях индустрии впечатлений	33	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем по модулю/семестру, часов	117	
Модуль 2. курс 3 сессии 3-4		
Раздел 5. Продуктовая политика предприятий индустрии впечатлений	28	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 6. Ценовая политика предприятий индустрии впечатлений	28	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 7. Сбытовая политика предприятий индустрии впечатлений	28	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 8. Маркетинговые коммуникации индустрии впечатлений	33	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем по модулю/семестру, часов	117	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	234	

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы и задания.

1. Исторические аспекты маркетинга индустрии впечатлений.
2. Функции маркетинга индустрии впечатлений.
3. Комплекс маркетинга в сфере индустрии впечатлений.
4. Особенности маркетинга индустрии впечатлений в России
5. Исторические аспекты маркетинга индустрии впечатлений.
6. Функции маркетинга индустрии впечатлений.
7. Комплекс маркетинга в сфере индустрии впечатлений.
8. Особенности маркетинга индустрии впечатлений в России

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

Основная литература

1. Восколович, Н. А. *Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15684-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511464> (дата обращения: 27.03.2023).*

2. Джанджугазова, Е. А. *Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+] / Е. А. Джанджугазова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 192 с. : ил., схем., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр.: с. 164-165. — ISBN 978-5-4499-1541-2. — DOI 10.23681/597798. — Текст : электронный.*

3. Скобкин, С. С. *Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514813> (дата обращения: 08.03.2023).*

4. Кирьянова, Л. Г. *Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).*

Дополнительная литература

1. Короткова, Т. Л. *Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514184> (дата обращения: 08.03.2023).*

2. Баумгартен, Л. В. *Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511184> (дата обращения: 08.03.2023).*

3. Морозова, Н. С. *Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515319> (дата обращения: 08.03.2023).*

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы и задания.

1. Маркетинговые исследования как составная и неотъемлемая часть маркетинга индустрии впечатлений.
2. Система маркетинговых исследований в сфере индустрии впечатлений.
3. Базисные направления, методические основы, правила и процедуры маркетинговых исследований в сфере индустрии впечатлений.
4. Маркетинговая информация индустрии впечатлений

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

Основная литература

1. Восколович, Н. А. *Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15684-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511464> (дата обращения: 27.03.2023).*
2. Джанджугазова, Е. А. *Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+] / Е. А. Джанджугазова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 192 с. : ил., схем., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр.: с. 164-165. — ISBN 978-5-4499-1541-2. — DOI 10.23681/597798. — Текст : электронный.*
3. Скобкин, С. С. *Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514813> (дата обращения: 08.03.2023).*
4. Кирьянова, Л. Г. *Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).*

Дополнительная литература

1. Короткова, Т. Л. *Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514184> (дата обращения: 08.03.2023).*
2. Баумгартен, Л. В. *Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511184> (дата обращения: 08.03.2023).*
3. Морозова, Н. С. *Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515319> (дата обращения: 08.03.2023).*

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы и задания.

1. Факторы, оказывающие влияние на туристические потребности.
2. Исследования социально-психологического портрета потребителя гостиничных услуг.
3. Особенности поведения современного российского потребителя.
4. Виды потребителей Потребительский рынок сферы гостиничных услуг.
5. Выделение социальных групп (сегментирование рынка).
6. Характеристика основных социальных групп в России.

7. Потребности и их структура в системе маркетинга.
8. Оценка уровня потребностей консументов.
9. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.
10. Назовите этапы проведения сегментации рынка услуг и их основные особенности.
11. Определите основные критерии, по которым осуществляется сегментация рынка услуг.
12. На какие группы делятся потребители гостиничных и туристских услуг по типу поведения?
13. В чем проявляются особенности сегментации российского туристского рынка?
14. Что собой представляет стратегия недифференцируемого маркетинга при выборе рынка?
15. В чем заключается стратегия дифференцируемого маркетинга?
16. Каковы особенности стратегии целевого маркетинга?
17. Что собой представляет позиционирование туристского продукта на рынке?
18. Что такое дифференциация сегментов по физическим атрибутам и типу обслуживания?
19. Что такое дифференциация сегментов по персоналу и местонахождению?

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.

Основная литература

1. Восколович, Н. А. *Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15684-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511464> (дата обращения: 27.03.2023).*

2. Джанджугазова, Е. А. *Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+] / Е. А. Джанджугазова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 192 с. : ил., схем., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр.: с. 164-165. — ISBN 978-5-4499-1541-2. — DOI 10.23681/597798. — Текст : электронный.*

3. Скобкин, С. С. *Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514813> (дата обращения: 08.03.2023).*

4. Кирьянова, Л. Г. *Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).*

Дополнительная литература

1. Короткова, Т. Л. *Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514184> (дата обращения: 08.03.2023).*

2. Баумгартен, Л. В. *Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511184> (дата обращения: 08.03.2023).*

3. Морозова, Н. С. *Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный //*

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515319> (дата обращения: 08.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Вопросы и задания.

1. Разработка маркетинговой стратегии. Постановка проблемы, определение целей и задач стратегии фирмы.
2. Разработка тактических задач.
3. Анализ структуры и содержания стратегических планов.
4. Анализ потребностей посредством сегментации рынков.
5. Виды туристических рынков. Система равновесия на рынке туризма.
6. Осуществление стратегии сегментации. Контроль деятельности маркетинговой службы.
7. Стратегии работы фирмы с потребителями.
8. Стратегии охвата потребительского рынка.
9. Коммуникационные стратегии в канале сбыта.
10. Процесс рекламной коммуникации.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 4.

Основная литература

1. Восколович, Н. А. *Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15684-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511464> (дата обращения: 27.03.2023).*

2. Джанджугазова, Е. А. *Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+] / Е. А. Джанджугазова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 192 с. : ил., схем., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр.: с. 164-165. — ISBN 978-5-4499-1541-2. — DOI 10.23681/597798. — Текст : электронный.*

3. Скобкин, С. С. *Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514813> (дата обращения: 08.03.2023).*

4. Кирьянова, Л. Г. *Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).*

Дополнительная литература

1. Короткова, Т. Л. *Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514184> (дата обращения: 08.03.2023).*

2. Баумгартен, Л. В. *Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511184> (дата обращения: 08.03.2023).*

3. Морозова, Н. С. *Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный //*

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515319> (дата обращения: 08.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Вопросы и задания.

1. Что такое «товар» в маркетинге?
2. Подходы к классификации товаров и услуг.
3. Качество и конкурентоспособность товара.
4. Ассортимент и номенклатура.
5. Сервис.
6. Сегментирование рынка и позиционирование товара.
7. Разработка новых товаров и их жизненный цикл.
8. Маркировка, торговая марка, бренд и упаковка.
9. Проблемы товарной политики в России.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 5.

Основная литература

1. Восколович, Н. А. *Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович.* — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15684-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511464> (дата обращения: 27.03.2023).

2. Джанджугазова, Е. А. *Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+] / Е. А. Джанджугазова.* — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 192 с. : ил., схем., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр.: с. 164-165. — ISBN 978-5-4499-1541-2. — DOI 10.23681/597798. — Текст : электронный.

3. Скобкин, С. С. *Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин.* — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514813> (дата обращения: 08.03.2023).

4. Кирьянова, Л. Г. *Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова.* — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).

Дополнительная литература

1. Короткова, Т. Л. *Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова.* — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514184> (дата обращения: 08.03.2023).

2. Баумгартен, Л. В. *Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен.* — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511184> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Морозова, Н. С. *Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов.* — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515319> (дата обращения: 08.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6

Вопросы и задания.

1. Особенности ценообразования в сфере индустрии впечатлений.
2. Особенности ценообразования в индустрии впечатлений.
3. Цена как показатель соотношения спроса и предложения.
4. Характеристика ценовых решений.
5. Стратегия ценовой и неценовой конкуренции.
6. Характеристика факторов, влияющих на решения о ценах.
7. Гибкость в стратегиях ценообразования.
8. Риски и их нейтрализация

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 6.

Основная литература

1. Восколович, Н. А. *Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов* / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15684-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511464> (дата обращения: 27.03.2023).

2. Джанджугазова, Е. А. *Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+]* / Е. А. Джанджугазова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 192 с. : ил., схем., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр.: с. 164-165. — ISBN 978-5-4499-1541-2. — DOI 10.23681/597798. — Текст : электронный.

3. Скобкин, С. С. *Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов* / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514813> (дата обращения: 08.03.2023).

4. Кирьянова, Л. Г. *Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов* / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).

Дополнительная литература

1. Короткова, Т. Л. *Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов* / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514184> (дата обращения: 08.03.2023).

2. Баумгартен, Л. В. *Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов* / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511184> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Морозова, Н. С. *Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов* / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515319> (дата обращения: 08.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 7

Вопросы и задания.

1. Сущность и функции товародвижения и сбыта в индустрии впечатлений.
2. Каналы сбыта: виды, выбор, построение и управление.

3. Логистика.
4. Маркетинг закупок.
5. Маркетинг продаж.
6. Становление нового сбыта и торговли в России.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 7.

Основная литература

1. Восколович, Н. А. *Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов* / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15684-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511464> (дата обращения: 27.03.2023).

2. Джанджугазова, Е. А. *Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+] / Е. А. Джанджугазова.* — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 192 с. : ил., схем., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр.: с. 164-165. — ISBN 978-5-4499-1541-2. — DOI 10.23681/597798. — Текст : электронный.

3. Скобкин, С. С. *Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов* / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514813> (дата обращения: 08.03.2023).

4. Кирьянова, Л. Г. *Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов* / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).

Дополнительная литература

1. Короткова, Т. Л. *Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов* / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514184> (дата обращения: 08.03.2023).

2. Баумгартен, Л. В. *Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов* / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511184> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Морозова, Н. С. *Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов* / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515319> (дата обращения: 08.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 8

Вопросы и задания.

1. Современные коммуникационные технологии продвижения индустрии впечатлений.
2. Понятие и структура массовых коммуникаций.
3. Пропаганда.
4. PR-технологии.
5. Личные продажи.
6. Интернет-продажи.
7. Реклама – как социально- экономическая категория.
8. Цели, задачи и функции рекламы индустрии впечатлений.

9. Требования к рекламе.
10. Носители рекламы услуг индустрии впечатлений.
11. Реклама в периодической печати.
12. Рейтинг печатных изданий.
13. Выбор места, формы и цвета для рекламы в периодических СМИ.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 8.

Основная литература

1. Восколович, Н. А. *Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15684-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511464> (дата обращения: 27.03.2023).*

2. Джанджугазова, Е. А. *Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+] / Е. А. Джанджугазова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 192 с. : ил., схем., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр.: с. 164-165. — ISBN 978-5-4499-1541-2. — DOI 10.23681/597798. — Текст : электронный.*

3. Скобкин, С. С. *Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514813> (дата обращения: 08.03.2023).*

4. Кирьянова, Л. Г. *Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).*

Дополнительная литература

1. Короткова, Т. Л. *Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514184> (дата обращения: 08.03.2023).*

2. Баумгартен, Л. В. *Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511184> (дата обращения: 08.03.2023).*

3. Морозова, Н. С. *Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515319> (дата обращения: 08.03.2023).*

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный - полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Написание эссе.

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения, по сути, поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ, по сути, этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) являются экзамены, которые проводятся в письменной форме.

4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным

профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы, дисциплины	Код контролируемой компетенции	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Содержание и социально-экономическая сущность маркетинга индустрии впечатлений.	ОПК-4	Компьютерное тестирование	<p>1. Маркетинг определяется как</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) государственное управление производством и торговлей; 2) финансовый и экономический потенциал фирмы; 3) деятельность, направленная на получение прибыли за счет удовлетворения потребности покупателя; 4) вид человеческой деятельности, направленный на улучшение социально-экономической обстановки в обществе. <p>2. В функции туристского маркетинга не входит</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) определение ассортиментной политики предприятия; 2) поиск резервов для снижения издержек обращения; 3) формирование ценовой политики; 4) организация системы товародвижения. <p>3. Цель концепции социально-этического маркетинга — это</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) удовлетворение разумных потребностей; 2) защита окружающей среды; 3) комплексный учет интересов потребителей, предприятия и общества в целом; 4) улучшение условий производства. <p>4. Туруслугам характерна следующая характеристика</p>

				<ol style="list-style-type: none"> 1) непривязанность туропуслуги к определенному месту; 2) совпадение факта продажи туропуслуги и ее потребления; 3) способность к хранению; 4) территориальная разобщенность потребителей и производителей туропуслуги. <p>5. Рынок туризма характеризуют следующие моменты</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) спрос на туропуслуги неэластичен; 2) комплексность туристского предложения; 3) низкая фондоемкость туриндустрии; 4) незначительное количество посреднических звеньев.
2.	Раздел 2. Маркетинговая среда предприятий индустрии впечатлений	ПК-4	Компьютерное тестирование	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внутренний маркетинг – это маркетинг <ol style="list-style-type: none"> 1) направленный на освоение нескольких сегментов рынка с разными продуктами; 2) основанный на непрерывном совершенствовании продуктов и инструментов маркетинга; 3) основанный на изменении отрицательного отношения потребителя к продукту; 4) направленный на эффективное обучение и мотивацию труда сотрудников. 2. Необходимость внутреннего маркетинга обуславливается <ol style="list-style-type: none"> 1) негибкостью производства; 2) упрощением технологии производства; 3) снижением конкуренции на рынке туропуслуг; 4) неопределенностью внешней среды. 3. Принцип производственной культуры – это <ol style="list-style-type: none"> 1) усиление иерархических барьеров внутри персонала; 2) явный контроль; 3) ликвидация привилегий управленцев; 4) незначительное делегирование полномочий.

				<p>4. К функциям руководителя службы маркетинга относятся:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) контроль бухгалтерской отчетности службы маркетинга; 2) установление цен на изготавливаемую продукцию; 3) выбор целей и стратегий маркетинговой деятельности; 4) решение производственных вопросов. <p>5. Для стимулирования персонала используются такие меры материального поощрения, как</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) проведение профессиональных конкурсов; 2) предоставление бесплатных турпоездов; 3) награждение грамотами; 4) объявление благодарности;
3.	Раздел 3. Маркетинговые исследования поведения потребителей и определение целевого рынка в индустрии впечатлений	ОПК-4 ПК-4	Компьютерное тестирование	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор данных, их обработка, отчет о результатах – это <ol style="list-style-type: none"> 1) маркетинговое исследование; 2) информационный поток; 3) маркетинговые информационные системы; 4) прогнозирование. 2. Целью функционирования МИС является <ol style="list-style-type: none"> 1) обеспечение полной и качественной информации о потребителе; 2) предоставление маркетинговой информации для принятия управленческих решений; 3) разработка решений по продвижению товара; 4) сбор информации о каналах сбыта. 3. В систему вторичной информации входит такой прием, как <ol style="list-style-type: none"> 1) организация презентации; 2) полученных данных с предварительно созданной ситуацией; 3) наблюдение за поведением покупателей в магазине 4) исследование статистической информации.

				<p>4. Начальным этапом маркетинговых исследований является</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) сбор информации; 2) отбор источников информации; 3) анализ собранной информации; 4) предоставление полученных результатов. <p>5. Периодические опросы специально выделяемых групп лиц, называются исследованиями</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) полевыми; 2) кабинетными; 3) панельными; 4) групповыми.
4	Раздел 4. Формирование стратегии маркетинга на предприятиях индустрии впечатлений	ОПК-4	Компьютерное тестирование	<ol style="list-style-type: none"> 1. Планирование программы маркетинга осуществляется по двум направлениям: <ol style="list-style-type: none"> 1) вещественному и временному; 2) вещественному и стратегическому; 3) временному и функциональному; 4) стратегическому и функциональному. 2. Оптимально составленный комплекс маркетинга – это <ol style="list-style-type: none"> 1) директ-маркетинг; 2) маркетинг-микс; 3) прямой маркетинг; 4) стратегический маркетинг. 3. Программа маркетинга рассчитывается на <ol style="list-style-type: none"> 1) 1 год; 2) 5 лет; 3) 3 года; 4) 6 лет. 4. На заключительном этапе составления программы маркетинга

				<ol style="list-style-type: none"> 1) рассчитывается бюджет реализации программы маркетинга; 2) анализируются сильные и слабые стороны; 3) разрабатывается товарная стратегия; 4) строится стратегия развития целевого рынка. 5. Раздел, посвященный рыночной стратегии компании, называется 1) стратегией формирования и развития каналов товародвижения; 2) товарной стратегией; 3) маркетинговой стратегией; 4) стратегией формирования спроса.
5	Раздел 5. Продуктовая политика предприятий индустрии впечатлений	ПК-4	Компьютерное тестирование	<ol style="list-style-type: none"> 1. Жизненный цикл товара – это 1) интервал времени с момента приобретения до момента утилизации; 2) совокупность фаз внедрения, роста продаж, зрелости спада продаж товара; 3) процесс развития продаж и получения прибыли; 4) процесс продажи товара. 2. Смысл модели жизненного цикла товара в 1) прогнозе срока, в течение которого товар будет пользоваться спросом; 2) прогнозировании момента, когда фирма должна приступить к разработке нового товара; 3) анализе типа жизненного цикла товара для адаптации к его специфике; 4) разработке маркетинговых инструментов, с помощью которых фирма может адаптироваться к его специфике. 3. Конкуренция характеризуется 1) одинаковым доходом предприятий; 2) разными сферами деятельности; 3) наличием нескольких соперников; 4) несовпадающей целью. 4. Тип рынка, на котором торговые операции нестабильны, называются

				<ol style="list-style-type: none"> 1) основным; 2) бесплодным; 3) прослоенным; 4) дополнительным. 5. Предприятие, имеющее 30% доли на конкурентном рынке играет роль <ol style="list-style-type: none"> 1) предприятия-лидера; 2) претендента на лидерство; 3) ведомого; 4) предприятия-новичка.
6	Раздел 6. Ценовая политика предприятий индустрии впечатлений	ПК-4	Компьютерное тестирование	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегия средних цен может быть представлена в виде стратегии <ol style="list-style-type: none"> 1) проникновения на рынок; 2) нейтрального ценообразования; 3) следования за лидером; 4) преимущественной цены. 2. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде стратегии <ol style="list-style-type: none"> 1) проникновения на рынок; 2) премиального ценообразования; 3) следования за лидером; 4) справедливого ценообразования. 3. Наиболее низкий уровень цен, когда фирма ориентирована на достижение цели <ol style="list-style-type: none"> 1) максимизация текущей прибыли; 2) удержание позиций на рынке; 3) лидерство в качестве продуктов; 4) лидерство на рынке. 4. Последним этапом в разработке ценовой политики является <ol style="list-style-type: none"> 1) выбор метода ценообразования;

				<ul style="list-style-type: none"> 2) определение ценовой стратегии предприятия; 3) выявление внешних факторов, влияющих на цены; 4) постановка ценообразования. <p>5. К задачам ценообразования в туротрасли не относится</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) обеспечение лидерства по показателям качества; 2) обеспечение лидерства по доли рынка; 3) сохранение выживаемости; 4) снижение издержек.
7	Раздел 7. Сбытовая политика предприятий индустрии впечатлений	ОПК-4	Компьютерное тестирование	<ul style="list-style-type: none"> 1. Канал распределения — это <ul style="list-style-type: none"> 1) способ распространения рекламы; 2) совокупность фирм или лиц, способствующих перемещению товара к потребителю; 3) способ транспортировки товара; 4) совокупность фирм, занимающихся продвижением товара. 2. К посреднической турагентской сети относится <ul style="list-style-type: none"> 1) контрагентская сеть; 2) бюро продаж; 3) продажа туров по почте; 4) розничные агентства. 3. Объединение нескольких турфирм одного уровня, называется <ul style="list-style-type: none"> 1) традиционной системой распределения; 2) вертикальной маркетинговой системой; 3) горизонтальной маркетинговой системой; 4) диверсификационной системой распределения. 4. Способность турфирм выполнять обязанности и права, вытекающие из сделки, означает понятие <ul style="list-style-type: none"> 1) кредитоспособность;

				<ul style="list-style-type: none"> 2) дееспособность; 3) правоспособность; 4) юридическая ответственность. <p>55. Широта канала распределения означает</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) число посредников на одном уровне канала; 2) количество реализуемых товарных групп; 3) число уровней канала распределения; 4) количеством торговых предприятий.
8	Раздел 8. Маркетинговые коммуникации индустрии впечатлений	ОПК-4	Компьютерное тестирование	<ul style="list-style-type: none"> 1. Термин «маркетинговые коммуникации» означает <ul style="list-style-type: none"> 1) транспортировку товара; 2) продажу потребительских товаров на рынке других регионов; 3) форму сообщений для информации потребителям о товаре; 4) рекламу товара. 2. Продвижение туропуслуги на рынке – это <ul style="list-style-type: none"> 1) побудительные меры поощрения покупки; 2) платная деятельность по продвижению туропуслуги на рынке; 3) совокупность действий в целях повышения спроса; 4) система некоммерческих средств увеличения спроса. 3. Рекламная компания начинается с выбора <ul style="list-style-type: none"> 1) целевой аудитории; 2) направлений и тем рекламы; 3) целей рекламного сообщения; 4) способа проведения рекламной компании. 4. На этапе зрелости ЖЦТ эффективна реклама <ul style="list-style-type: none"> 1) информативная; 2) увещательная; 3) напоминающая;

				4) скрытая. 5. Экономическая функция рекламы заключается в 1) расширении рынков сбыта; 2) анализе процесса реализации товара; 3) изучении рекламной деятельности анкет; 4) поддержании обратной связи с рынком.
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-4	<ol style="list-style-type: none">1. Предмет, цели и задачи изучения дисциплины «Маркетинг индустрии впечатлений».2. Маркетинг: сущность, значение.3. Социально-экономические предпосылки возникновения маркетинга.4. Формы маркетинга по различным признакам.5. Основные функции маркетинга.6. Концепции маркетинга: сущность.7. Управление маркетингом на предприятии.8. Условия существования маркетинга.9. Основные принципы маркетинга.10. Содержание комплексного маркетинга.11. Специфика маркетинга в индустрии впечатлений.12. Информационное обеспечение маркетинга.13. Цели маркетинговых исследований в индустрии впечатлений.14. Формы маркетинговых исследований.15. Методы сбора информации.16. Требования к составлению анкет.17. Сегментирование рынка: сущность, этапы.18. Критерии привлекательности сегментов рынка.19. Сущность маркетинговых коммуникаций.20. Целевые аудитории маркетинговых коммуникаций.21. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.22. Этапы разработки коммуникационной стратегии.

- | | |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ol style="list-style-type: none">23. Выбор структуры комплекса коммуникаций.24. Каналы розничной продажи турпродукта.25. Основные функции каналов сбыта турпродукта.26. Стимулирование продаж туристских и гостиничных услуг.27. Ситуационный анализ при стратегическом планировании.28. Личная продажа в комплексе маркетинговых коммуникаций.29. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.30. Виды туристской рекламы.31. Выбор средств распространения рекламы.32. Связи с общественностью в туристском бизнесе.33. Приемы, используемые при завершении процесса личной продажи.34. Характеристика выставочных мероприятий.35. Процесс участия турфирмы в работе выставки.36. Классификация выставочных мероприятий по ряду признаков.37. Оценка эффективности участия в выставочных мероприятиях.38. Принципы построения маркетинговой структуры.39. Внутренний маркетинг и его задачи. |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

ПК-4	<ol style="list-style-type: none">1. Среда маркетинга: понятие, структура.2. Факторы внешней среды маркетинга.3. Туристский маркетинг: сущность, основные задачи.4. Туррынок: определение, структура.5. Компоненты спроса и предложения на туристском рынке.6. Характеристики и отличительные свойства турпродукта.7. Особенности спроса на услуги индустрии впечатлений.8. Основные функции управления маркетингом в индустрии впечатлений.9. Значение ценовых решений в маркетинге.10. Дифференциация цен и скидок на туруслуги.11. Методы ценообразования на туруслуги.12. Модели формирования цен на туруслуги.13. Варианты организации маркетинга на турпредприятии.14. Функциональная организация службы маркетинга.15. Организация службы маркетинга по продуктовому принципу.16. Сильные и слабые стороны организационных структур служб маркетинга.
------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Восколович, Н. А. *Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович.* — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15684-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511464> (дата обращения: 27.03.2023).

2. Джанджугазова, Е. А. *Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+] / Е. А. Джанджугазова.* — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 192 с. : ил., схем., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр.: с. 164-165. — ISBN 978-5-4499-1541-2. — DOI 10.23681/597798. — Текст : электронный.

3. Скобкин, С. С. *Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин.* — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514813> (дата обращения: 08.03.2023).

4. Кирьянова, Л. Г. *Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова.* — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Короткова, Т. Л. *Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова.* — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/514184> (дата обращения: 08.03.2023).

2. Баумгартен, Л. В. *Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен.* — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511184> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Морозова, Н. С. *Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов.* — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515319> (дата обращения: 08.03.2023).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки,	http://elibrary.ru/

	eLIBRARY.ru	технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

– консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзаменам. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

**Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным	http://biblioclub.ru/

		материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения.

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения, демонстрационными материалами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории)

посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта (указать реквизиты ФГОС)– <i>бакалавриата</i> по направлению подготовки <i>43.03.02 Туризм</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023 –
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «____» _____ 20____ года	__ . __ . ____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «____» _____ 20____ года	__ . __ . ____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «____» _____ 20____ года	__ . __ . ____



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
27 апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ОХРАНА ТРУДА И ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
И ОРГАНИЗАЦИЙ ТУРИЗМА,
ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Направление подготовки
43.03.02 «Туризм»

Направленность
«Экономика впечатлений»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	5
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	13
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	20
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	20
3.2. Задания для самостоятельной работы	22
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	27
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	28
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	28
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	29
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	31
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	35
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	38
5.1.1. Основная литература.....	39
5.1.2. Дополнительная литература	39
5.4.1. Средства информационных технологий	42
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	42
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	44
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	46

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Охрана труда и техника безопасности предприятий и организаций туризма, гостеприимства и общественного питания» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Охрана труда и техника безопасности предприятий и организаций туризма, гостеприимства и общественного питания» разработана рабочей группой в составе: канд. геогр. наук, доцента Хетагуровой В.Ш..

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент



В.Ш. Хетагурова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ООО «Спутник»
директор



А.В. Горбачевская

(подпись)

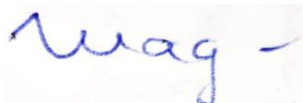
Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Кандидат исторических наук,
Ведущий советник Отдела по
взаимодействию с органами
государственной власти АНО «Больше,
чем путешествие», Москва



М.С. Федорова

(подпись)



Кандидат экономических наук, доцент
Доцент кафедры ресторанно-
гостиничного бизнеса и гастрономии
(РГСУ)

И.Г. Шадская

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний об основах создания системы безопасности труда на предприятиях туризма и гостеприимства, а также противодействия пожарной, террористической, информационной и иной угрозы в сфере туризма и гостеприимства с последующим применением в практической деятельности полученных навыков обеспечения безопасности, для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов и охраны труда в индустрии туризма и гостеприимства; основах обеспечения безопасности обслуживания потребителей и соблюдения требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Сформировать и систематизировать теоретические основы охраны труда и техники безопасности в сфере туризма и гостеприимства.
2. Выявить основные элементы безопасности труда и их специфику на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания.
3. Определить основные направления угроз безопасности жизнедеятельности в сфере туризма и гостеприимства, включая пожарную, антитеррористическую, финансовую и информационную безопасность.
4. Сформулировать комплекс мер по созданию системы обеспечения безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания, включая создание безопасных условий труда.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-7 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Безопасность обслуживания	ОПК-7 Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных	ОПК-7.1 Обеспечивает безопасность обслуживания потребителей туристских услуг ОПК-7.2 Соблюдает требования охраны труда и	<i>Знать:</i> правила обслуживания потребителей услуг сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

	сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	техники безопасности в подразделениях предприятий избранной сферы деятельности	<p>Уметь: обеспечить безопасность обслуживания потребителей услуг организаций сферы туризма, гостеприимства и общественного питания</p> <p>Владеть: правилами соблюдения требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил безопасности</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	54	54			
Лекционные занятия	18	18			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	36	36			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	45	45			
Контроль промежуточной аттестации	9	9			
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	108	108			

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	36	36			
Лекционные занятия	12	12			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	24	24			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	63	63			
Контроль промежуточной аттестации	9	9			
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	108	108			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 1		Курс 2	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	12				12
Лекционные занятия	4				4
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	8				8
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	92				92
Контроль промежуточной аттестации	4				4
Форма промежуточной аттестации	зачет				зачет
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	108				108

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	из них, в форме практической подготовки	Семинарские / практические занятия	из них, в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа	из них, в форме практической подготовки
Модуль 1 (Семестр 3)									
Раздел 1. Организационно-правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	33	15	18	6			12		
Тема 1.1. Организационные основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	16	8	8	2			6		
Тема 1.2. Правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	17	7	10	4			6		
Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания	33	15	18	6			12		

Тема 2.1. Факторы, влияющие на условия труда и меры по предотвращению их вредного воздействия	18	8	10	4		6			
Тема 2.2 Расследование и учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Травматизм на рабочем месте	15	7	8	2		6			
Раздел 3. Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания	33	15	18	6		12			
Тема 3.1. Обеспечение террористической безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания	17	7	10	4		6			
Тема 3.2. Финансовая, пожарная и информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания	16	8	8	2		6			
Контроль промежуточной аттестации (час)	9								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	зачет								
Общий объем, часов	108	45	54	18		36			

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них, в форме практической подготовки</i>	Семинарские / практические занятия	<i>из них, в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа	<i>из них: в форме практической подготовки</i>
Модуль 1 (Семестр 4)									
Раздел 1. Организационно-правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	33	21	12	4			8		
Тема 1.1. Организационные основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	16	10	6	2			4		
Тема 1.2. Правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	17	11	6	2			4		
Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания	33	21	12	4			8		

Тема 2.1. Факторы, влияющие на условия труда и меры по предотвращению их вредного воздействия	16	10	6	2		4			
Тема 2.2 Расследование и учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Травматизм на рабочем месте	17	11	6	2		4			
Раздел 3. Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания	33	21	12	4		8			
Тема 3.1. Обеспечение террористической безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания	16	10	6	2		4			
Тема 3.2. Финансовая, пожарная и информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания	17	11	6	2		4			
Контроль промежуточной аттестации (час)	9								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Зачет								
Общий объем, часов	108	63	36	12		24			

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них, в форме практической подготовки</i>	Семинарские / практические занятия	<i>из них, в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа	<i>из них: в форме практической подготовки</i>
Модуль 1 (Курс 2. Семестр 3-4)									
Раздел 1. Организационно-правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	36	32	4	4					
Тема 1.1. Организационные основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	18	16	2	2					
Тема 1.2. Правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	18	16	2	2					
Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания	34	30	4				4		

Тема 2.1. Факторы, влияющие на условия труда и меры по предотвращению их вредного воздействия	17	15	2			2			
Тема 2.2 Расследование и учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Травматизм на рабочем месте	17	15	2			2			
Раздел 3. Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания	34	30	4			4			
Тема 3.1. Обеспечение террористической безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания	17	15	2			2			
Тема 3.2. Финансовая, пожарная и информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания	17	15	2			2			
Контроль промежуточной аттестации (час)	4								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	зачет								
Общий объем, часов	108	92	12	4		8			

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Организационно-правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

Перечень изучаемых элементов содержания

Основы охраны труда и техники безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания. Основные термины, определения и понятия, применяемые в сфере охраны труда. Права и обязанности работодателя. Общие понятия о трудовой деятельности человека и условиях труда. Нормы российского трудового права. Государственная политика в области охраны труда. Государственное регулирование в области охраны труда. Нормативная база охраны труда. Технические регламенты и стандарты. Гарантии и компенсации работнику в связи с условиями труда. Локальные нормативные акты по охране труда. Государственные нормативные требования охраны труда. Техническое регулирование. Особенности регулирования труда женщин, подростков и инвалидов. Ответственность за нарушение законодательства. Права и обязанности работника в области охраны труда. Служба охраны труда. Комитет (комиссия) по охране труда. Общественный контроль за охраной труда. Государственный надзор за соблюдением государственных нормативных требований охраны труда. Планирование мероприятий по охране труда. Обучение и инструктажи по охране труда. Система управления охраной труда в организациях и на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания. Регулирование охраны труда в коллективном договоре.

Тема 1.1. Организационные основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

Перечень изучаемых элементов содержания:

Общие понятия о трудовой деятельности человека и условиях труда. Основы охраны труда и техники безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания. Основные термины, определения и понятия, применяемые в сфере охраны труда. Права и обязанности работодателя. Права и обязанности работника в области охраны труда. Служба охраны труда. Комитет (комиссия) по охране труда. Общественный контроль за охраной труда. Государственный надзор за соблюдением государственных нормативных требований охраны труда. Планирование мероприятий по охране труда. Обучение и инструктажи по охране труда. Система управления охраной труда в организациях и на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания. Регулирование охраны труда в коллективном договоре.

Тема 1.2. Правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

Перечень изучаемых элементов содержания:

Нормы российского трудового права. Государственная политика в области охраны труда. Государственное регулирование в области охраны труда. Нормативная база охраны труда. Технические регламенты и стандарты. Гарантии и компенсации работнику в связи с условиями труда. Локальные нормативные акты по охране труда. Государственные нормативные требования охраны труда. Техническое регулирование. Особенности регулирования труда женщин, подростков и инвалидов. Ответственность за нарушение законодательства.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1.1: Организационные основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Основные направления государственной политики в области охраны труда
2. Охрана труда в коллективных договорах.
3. Охрана труда в трудовом договоре.
4. Охрана труда в правилах внутреннего трудового распорядка.
5. Охрана труда в соглашениях по охране труда.
6. Финансирование мероприятий по охране труда.
7. Профессиональные стандарты и их применение.
8. Независимая оценка квалификации работника на соответствие профессиональному стандарту или квалификационным требованиям.
9. Режим рабочего времени и времени отдыха.
10. Социальное страхование работников от несчастных случаев, профессиональных заболеваний и временной нетрудоспособности.

Тема практического занятия 1.2: Правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Федеральный государственный надзор в сфере труда
2. Контроль за соблюдением законодательства по охране труда профсоюзами, трудовыми коллективами.
3. Самозащита работников своих прав в области охраны труда.
4. Дисциплинарная ответственность за нарушение требований охраны труда
5. Административная ответственность за нарушения требований охраны труда
6. Уголовная ответственность за нарушения требований охраны труда.
7. Материальная ответственность за нарушения требований охраны труда.
8. Возмещение морального ущерба.
9. Регулирование труда отдельных категорий работников.
10. Компенсация работникам, занятым на работах с вредными и опасными условиями.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

Перечень изучаемых элементов содержания:

Гигиенические критерии и классификация условий труда. Аттестация рабочих мест по условиям труда. Безопасность производственного оборудования. Средства коллективной защиты.

Соответствие производственных объектов и продукции государственным нормативным требованиям охраны труда. Безопасность применения персональных компьютеров. Освещение. Идентификация опасных и вредных факторов производства и оценка риска. Методы и средства защиты от опасностей технических систем и технологических процессов. Защита от вредных факторов. Обеспечение электробезопасности, защита от неионизирующих электромагнитных полей и излучений, защита от ионизирующих излучений, защита от тепловых излучений. Защита от вибраций и акустических воздействий. Анализ состояния условий труда и охраны труда в РФ. Обязанности работодателя при несчастном случае на производстве. Порядок расследования несчастных случаев на производстве. Особенности расследования несчастных случаев на предприятиях туристической, гостеприимства и общественного питания. Классификация профессиональных заболеваний. Порядок установления наличия профзаболеваний, порядок расследования и учета профзаболеваний. Анализ травматизма, профзаболеваний и их причины.

Тема 2.1. Факторы, влияющие на условия труда и меры по предотвращению их вредного воздействия

Перечень изучаемых элементов содержания:

Идентификация опасных и вредных факторов производства и оценка риска. Методы и средства защиты от опасностей технических систем и технологических процессов. Защита от вредных факторов. Обеспечение электробезопасности, защита от неионизирующих электромагнитных полей и излучений, защита от ионизирующих излучений, защита от тепловых излучений. Защита от вибраций и акустических воздействий. Аттестация рабочих мест по условиям труда. Гигиенические критерии и классификация условий труда. Безопасность производственного оборудования. Средства коллективной защиты. Соответствие производственных объектов и продукции государственным нормативным требованиям охраны труда. Безопасность применения персональных компьютеров. Медицинская экспертиза профессиональной пригодности или непригодности работников по состоянию здоровья.

Тема 2.2. Расследование и учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Травматизм на рабочем месте

Перечень изучаемых элементов содержания:

Анализ состояния условий труда и охраны труда в РФ. Обязанности работодателя при несчастном случае на производстве. Порядок расследования несчастных случаев на производстве. Особенности расследования несчастных случаев на предприятиях туристической, гостеприимства и общественного питания. Классификация профессиональных заболеваний. Порядок установления наличия профзаболеваний, порядок расследования и учета профзаболеваний. Анализ травматизма, профзаболеваний и их причины.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 2.1: Факторы, влияющие на условия труда и меры по предотвращению их вредного воздействия

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Гигиенические критерии и классификация условий труда.
2. Аттестация рабочих мест по условиям труда.

3. Организация, проведение и оформление результатов СОУТ.
4. Декларация соответствия условий труда государственным нормативным требованиям.
5. Исследование и измерение идентифицированных вредных и опасных производственных факторов.
6. Оздоровление воздушной среды.
7. Производственный контроль за соблюдением санитарных правил и выполнением санитарно-эпидемиологических (профилактических) мероприятий.
8. Медицинская экспертиза профессиональной пригодности или непригодности работников по состоянию здоровья.
9. Обязательные медицинские осмотры некоторых категорий работников.
10. Безопасность производственного оборудования.

Тема практического занятия 2.2: Расследование и учет несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Травматизм на рабочем месте.

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве.
2. Общие принципы возмещения причиненного вреда и страхование ответственности за его причинение.
3. Законодательство РФ об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний.
4. Порядок расследования несчастных случаев на производстве.
5. Медицинское освидетельствование на опьянение.
6. Порядок расследования профессиональных заболеваний.
7. Травматизм на производстве и его причины.
8. Отчетность по травматизму.
9. Обеспечение по обязательному социальному страхованию от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний.
10. Средства на осуществление обязательного социального страхования.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 3. Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания

Перечень изучаемых элементов содержания

Организационные вопросы разработки и внедрения концепции безопасности в гостинице. Организационные вопросы функционирования службы безопасности в гостинице. Общая характеристика единой интегрированной системы безопасности гостиницы. Персонал службы безопасности, отбор, требования, количественный состав, тренинг. Основные угрозы для гостей, персонала, владельцев. Страховые случаи у туристов: при доставке, поселении, проживании в гостинице и отъезде. Угроза безопасности, жизненно важные интересы, объект и субъект безопасности. Угрозы безопасности их классификация. Содержание внутренних и внешних социально-экономических угроз. Принципы системы обеспечения безопасности гостиницы. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности их содержание. Система безопасности.

Цели, задачи системы безопасности. Объекты, подлежащие защите от потенциальных угроз и противоправных посягательств. Подсистемы безопасности и их содержание. Структура службы безопасности. Основные задачи структурных подразделений. Обязанности специалиста службы безопасности фирмы. Режимы функционирования системы безопасности. Группа безопасности внешней деятельности. Отдел режима и охраны: структура, задачи отдела. Задачи службы охраны и контрольно-пропускного режима. Порядок проверки карты гостя, пропусков и документов, удостоверяющих личность. Виды пропускных документов, срок действия пропусков. Основные принципы режима охраны. Экономическая безопасность. Проверка платежеспособности клиента. Способы подделки карт, считывания информации, использование посторонними. Коммерческая тайна, носители, допуск, способы охраны. Сохранение коммерческой тайны после увольнения сотрудников. Поддельные платежные документы (карты, ваучеры, векселя, путевки). Недобросовестная конкуренция. Защита информации, договоров, сделок, способы съема. Шпионаж и бизнес, коммерческая разведка, способы использования сотрудников. Защита системы ведения внутренних расчетов в гостинице. Противопожарная система – диспетчерский пункт (центральный пульт), тревожная кнопка; способы оповещения, система речевого оповещения пожара, время включения системы оповещения. Причины возникновения пожаров и взрывов. Меры пожарной безопасности в гостиничном предприятии.

Тема 3.1. Обеспечение террористической безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

Перечень изучаемых элементов содержания:

Организационные вопросы разработки и внедрения концепции безопасности в гостинице. Организационные вопросы функционирования службы безопасности в гостинице. Общая характеристика единой интегрированной системы безопасности гостиницы. Технические средства охраны гостиничного комплекса. Технические средства обеспечения безопасности: периметра (подступы, на проходной, въезды, береговая полоса, требования к насаждениям), здания (подвал, стены, перегородки, окна, крыши, входов гостевых и служебных), внутренних помещений здания (вестибюль, лестницы, лифты, коридоры, подходы к охраняемым комнатам, и др.). Угроза безопасности, жизненно важные интересы, объект и субъект безопасности. Угрозы безопасности их классификация. Содержание внутренних и внешних социально-экономических угроз. Принципы системы обеспечения безопасности гостиницы. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности их содержание. Система безопасности. Цели, задачи системы безопасности. Объекты, подлежащие защите от потенциальных угроз и противоправных посягательств. Подсистемы безопасности и их содержание. Структура службы безопасности. Основные задачи структурных подразделений. Обязанности специалиста службы безопасности фирмы. Режимы функционирования системы безопасности. Группа безопасности внешней деятельности. Отдел режима и охраны: структура, задачи отдела. Задачи службы охраны и контрольно-пропускного режима. Порядок проверки карты гостя, пропусков и документов, удостоверяющих личность. Виды пропускных документов, срок действия пропусков. Основные принципы режима охраны. Безопасность при проведении массовых мероприятий в гостинице.

Тема 3.2. Финансовая, пожарная и информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Перечень изучаемых элементов содержания:

Экономическая безопасность. Проверка платежеспособности клиента. Способы подделки карт, считывания информации, использование посторонними. Коммерческая тайна, носители, допуск, способы охраны. Сохранение коммерческой тайны после увольнения сотрудников. Поддельные платежные документы (карты, ваучеры, векселя, путевки). Недобросовестная конкуренция.

Защита информации, договоров, сделок, способы съема. Шпионаж и бизнес, коммерческая разведка, способы использования сотрудников. Защита системы ведения внутренних расчетов в гостинице. Противопожарная система – диспетчерский пункт (центральный пульт), тревожная кнопка; способы оповещения, система речевого оповещения пожара, время включения системы оповещения. Причины возникновения пожаров и взрывов. Меры пожарной безопасности в гостиничном предприятии. Безопасность клиентов в гостиничных помещениях для совместного использования с посторонними. Особый режим работы инженерно-технических служб, обслуживающего персонала, работников службы безопасности, привлечение сотрудников МВД и ФСБ, совместная работа сотрудников службы безопасности и охраны клиентов при посещении вип-персон. Медицинская безопасность, медсанчасть, санитарный пост. Требования к фильтрам кондиционеров, к уборке санузлов (к технологии уборки, средствам, персоналу, к качеству уборки). Требования к: постельному белью, помещениям прачечных, очистке сточных вод прачечных, технологии стирки и обработке постельного белья. Мероприятия по сбору, хранению и удалению пищевых и бытовых отходов в гостиницах. Организация безопасности питания в гостинице. Требования к местам производства, правила перевозки и доставки продуктов в гостиницу. Требования к заготовке продуктов, к условиям хранения, подготовке и приготовлению блюд. Проверка продуктов питания, условий хранения и технологии приготовления блюд. Фальсифицированные продукты питания, упаковка, требования к сопроводительным документам.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия 3.1: Обеспечение террористической безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание задания:

Изучить актуальную форму паспорта безопасности гостиниц или иных средств размещения, выбрать средство размещения (гостиница, хостел, общежитие, отель и др.) и заполнить документ по следующему плану:

1. Общие сведения о гостинице
2. Характеристика зданий (сооружений, территории) гостиницы или иного средства размещения
3. Общие сведения о работниках гостиницы или иного средства размещения
4. Сведения об арендаторах
5. Сведения об организациях, осуществляющих обслуживание гостиницы или иного средства размещения
6. Сведения о потенциально опасных участках и (или) критических элементах гостиницы или иного средства размещения
7. Возможные противоправные действия на территории гостиницы или иного средства размещения
8. Оценка социально-экономических последствий террористического акта на территории гостиницы или иного средства размещения
9. Силы и средства, привлекаемые для обеспечения антитеррористической защищенности гостиницы или иного средства размещения

10. Меры по инженерно-технической, физической защите и пожарной безопасности гостиницы или иного средства размещения
11. Оценка достаточности мероприятий по защите потенциально опасных участков и критических элементов гостиницы или иного средства размещения
12. Выводы о надежности охраны гостиницы и рекомендации по укреплению ее антитеррористической защищенности
13. Дополнительная информация с учетом особенностей гостиницы или иного средства размещения

Тема практического занятия 3.2: Финансовая, пожарная и информационная безопасность предприятий туризма, гостеприимства и общественного питания

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Виды и формы недобросовестной конкуренции.
2. Роль плана в защите коммерческих интересов предприятия.
3. Способы несанкционированного доступа к источникам конфиденциальной информации.
4. Порядок допуска специалистов к конфиденциальной информации.
5. Порядок ведения личных дел лиц, допущенных к конфиденциальной информации.
6. Система допуска сотрудников, командированных и частных лиц к сведениям, составляющим коммерческую тайну.
7. Порядок проведения закрытых совещаний и переговоров.
8. Памятка сотруднику о сохранении коммерческой тайны.
9. Источники конфиденциальной информации.
10. Сведения не составляющие коммерческую тайну.
11. Что предусматривает защита коммерческой тайны?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

**РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(МОДУЛЮ)**

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 3)		
Раздел 1 Организационно-правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	15	Подготовка эссе
Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания	15	Подготовка эссе
Раздел 3 Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания	15	Подготовка эссе
Общий объем по модулю/семестру, часов	45	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	45	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. семестр 4		
Раздел 1 Организационно-правовые основы охраны труда и техники	21	Подготовка эссе

безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания		
Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания	21	Подготовка эссе
Раздел 3 Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания	21	Подготовка эссе
Общий объем по модулю/семестру, часов	63	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	63	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1.		
курс 2 сессии 3-4		
Раздел 1 Организационно-правовые основы охраны труда и техники безопасности предприятий сферы туризма, гостеприимства и общественного питания	32	Подготовка эссе
Раздел 2. Производственная санитария на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания	30	Подготовка эссе

Раздел 3 Меры по обеспечению безопасности в индустрии туризма, гостеприимства и общественного питания	30	Подготовка эссе
Общий объем по модулю/семестру, часов	92	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	92	

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1.

1. Основные направления государственной политики в области охраны труда
2. Общие понятия о трудовой деятельности человека и условиях труда.
3. Нормы российского трудового права.
4. Государственная политика в области охраны труда.
5. Государственное регулирование в области охраны труда.

Перечень тем эссе к Разделу 1:

1. Нормативная база охраны труда.
2. Технические регламенты и стандарты.
3. Гарантии и компенсации работнику в связи с условиями труда.
4. Локальные нормативные акты по охране труда.
5. Государственные нормативные требования охраны труда.
6. Техническое регулирование. Особенности регулирования труда женщин, подростков и инвалидов.
7. Ответственность за нарушение законодательства.
8. Права и обязанности работника в области охраны труда. Служба охраны труда. Комитет (комиссия) по охране труда.
9. Общественный контроль за охраной труда.
10. Государственный надзор за соблюдением государственных нормативных требований охраны труда.
11. Планирование мероприятий по охране труда.
12. Обучение и инструктажи по охране труда.
13. Система управления охраной труда в организациях и на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания.
14. Регулирование охраны труда в коллективном договоре.
15. Финансирование мероприятий по охране труда.
16. Профессиональные стандарты и их применение.
17. Независимая оценка квалификации работника на соответствие профессиональному стандарту или квалификационным требованиям.
18. Охрана труда в коллективных договорах.

19. Охрана труда в трудовом договоре.
20. Федеральный государственный надзор в сфере труда
21. Контроль за соблюдением законодательства по охране труда профсоюзами, трудовыми коллективами.
22. Регулирование труда отдельных категорий работников.
23. Социальное страхование работников от несчастных случаев, профессиональных заболеваний и временной нетрудоспособности.
24. Дисциплинарная, административная и уголовная ответственность за нарушение требований охраны труда
25. Организация и координация работ по охране труда на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

1. Безопасный отдых и туризм: учебное пособие для вузов / Г. М. Суворова [и др.] ; ответственный редактор Г. М. Суворова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 195 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11091-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/513523> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/513656> (дата обращения: 06.03.2023).
3. Каракеян, В. И. Надзор и контроль в сфере безопасности : учебник для вузов / Е. А. Севрюкова ; под общей редакцией В. И. Каракеяна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8837-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/510914> (дата обращения: 09.03.2023).
4. Суворова, Г. М. Безопасность в туризме : учебник для вузов / Г. М. Суворова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14404-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/519999> (дата обращения: 08.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Анализ состояния условий и охраны труда в РФ.
2. Специальная оценка условий труда.
3. Гигиенические критерии и классификация условий труда.
4. Обязанности работодателя при несчастном случае на производстве
5. Опасные и вредные факторы производства и оценка риска.

Перечень тем эссе к Разделу 2:

1. Методы и средства защиты от опасностей технических систем и технологических процессов.
2. Защита от вредных факторов.
3. Безопасность эксплуатации зданий и сооружений.
4. Обеспечение электробезопасности.
5. Обеспечение защиты от неионизирующих электромагнитных полей и излучений.
6. Защита от ионизирующих излучений, защита от тепловых излучений.
7. Защита от вибраций и акустических воздействий.

8. Аттестация рабочих мест по условиям труда.
9. Безопасность производственного оборудования.
10. Средства индивидуальной и коллективной защиты.
11. Соответствие производственных объектов и продукции государственным нормативным требованиям охраны труда.
12. Безопасность применения персональных компьютеров.
13. Медицинская экспертиза профессиональной пригодности или непригодности работников по состоянию здоровья.
14. Порядок расследования и учета несчастных случаев на производстве.
15. Особенности расследования несчастных случаев на предприятиях гостеприимства.
16. Особенности расследования несчастных случаев на предприятиях общественного питания.
17. Особенности расследования несчастных случаев на предприятиях туризма.
18. Порядок расследования несчастного случая.
19. Классификация профессиональных заболеваний.
20. Травматизм на рабочем месте.
21. Несчастные случаи, произошедшие на производстве, подлежащие обязательному расследованию и учету.
22. Медицинские осмотры.
23. Безопасность применения персональных компьютеров.
24. Освещение. Виды освещения. Гигиенические требования к освещению.
25. Назначение и содержание технического паспорта на здание.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

1. Беляков, Г. И. Безопасность жизнедеятельности. Охрана труда в 3 т. Том 1 : учебник для вузов / Г. И. Беляков. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 360 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12634-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510832> (дата обращения: 09.03.2023)
2. Каракеян, В. И. Надзор и контроль в сфере безопасности : учебник для вузов / В. И. Каракеян ; под общей редакцией В. И. Каракеяна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8837-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510914> (дата обращения: 09.03.2023).
3. Резчиков, Е. А. Безопасность жизнедеятельности : учебник для вузов / Е. А. Резчиков, А. В. Рязанцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 639 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12794-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511426> (дата обращения: 08.03.2023).
4. Суворова, Г. М. Безопасность в туризме : учебник для вузов / Г. М. Суворова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14404-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519999> (дата обращения: 08.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Безопасность. Угроза безопасности
2. Жизненно важные интересы, объект и субъект безопасности.
3. Защита информации от несанкционированного доступа, Информационная безопасность.
4. Терроризм и его место в современном мире. Террористический акт и его формы.

5. Цели обеспечения безопасности предприятия. Внешние и внутренние субъекты безопасности предприятия.

Перечень тем эссе к Разделу 3:

1. Требования, предъявляемые к концепции безопасности предприятия. Структура и содержание концепции безопасности.
2. Угрозы безопасности их классификация. Содержание внутренних и внешних социально-экономических угроз.
3. Состав, задачи и функции службы безопасности гостиничного предприятия.
4. Обязанности специалиста службы безопасности фирмы.
5. Состав, задачи кризисной группы. Виды планов кризисной группы.
6. Режимы функционирования системы безопасности.
7. Принципы обеспечения безопасности гостиничной фирмы (предприятия).
8. Силы обеспечения безопасности фирмы. Критерии их оценки.
9. Средства обеспечения безопасности, ресурсы обеспечения безопасности фирмы.
10. Права сотрудника охраны при выполнении служебных обязанностей.
11. Направления контроля ОВД за деятельностью службы безопасности фирмы.
12. Обязанности сотрудника службы безопасности. Обязанности начальника службы безопасности. Обязанности сотрудника службы безопасности при применении специальных средств или огнестрельного оружия.
13. Внешние источники угроз экономической безопасности предприятия. Раскрыть содержание понятия «теневые» экономические отношения.
14. Виды и формы недобросовестной конкуренции.
15. Особенности российского рынка, основные проблемы безопасности отечественного бизнеса.
16. Структура службы безопасности. Основные задачи структурных подразделений. Режимы функционирования системы безопасности.
17. Планирование экономической безопасности и физической охраны VIP клиентов.
18. Способы несанкционированного доступа к источникам конфиденциальной информации. Порядок допуска специалистов к конфиденциальной информации.
19. Порядок ведения личных дел лиц, допущенных к конфиденциальной информации.
20. Система допуска сотрудников, командированных и частных лиц к сведениям, составляющим коммерческую тайну. Памятка сотруднику о сохранении коммерческой тайны.
21. Источники конфиденциальной информации. Сведения не составляющие коммерческую тайну. Что предусматривает защита коммерческой тайны.
22. Группа безопасности внешней деятельности. Структура, задачи.
23. Мероприятия по блокированию несанкционированного получения информации с помощью технических средств. Порядок действий при поступлении угрозы по телефону.
24. Отдел режима и охраны структура, задачи отдела. Задачи службы охраны и контрольно-пропускного режима.
25. Порядок проверки карты гостя, пропусков и документов, удостоверяющих личность.
26. Факторы, влияющие на выбор приемов и средств охраны.
27. Способы охраны их содержание.
28. Обязанности служба охраны при проведении деловых встреч и приемов.
29. Виды пропускных документов, срок действий пропусков.

30. Основные принципы режима охраны. Обеспечение безопасности на предприятиях общественного питания.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.

1. Беляков, Г. И. Пожарная безопасность: учебное пособие для вузов / Г. И. Беляков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 143 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09831-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512037> (дата обращения: 09.03.2023).
2. Беляков, Г. И. Электробезопасность : учебное пособие для вузов / Г. И. Беляков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 125 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10905-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512039> (дата обращения: 09.03.2023).
3. Суворова, Г. М. Безопасность в туризме : учебник для вузов / Г. М. Суворова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14404-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519999> (дата обращения: 08.03.2023).

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры

полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Выполнение тестовых заданий.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

Написание эссе.

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20

<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
-------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1.	ОПК-7	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение терминам «трудовая деятельность», «наемный труд». 2. Какие процессы относятся к ручным, машинным, автоматизированным и аппаратным процессам труда? 3. Дайте определение терминам «условия труда», «безопасные условия труда». 4. Какими документами регулируются трудовые отношения в Российской Федерации? 5. Охарактеризуйте особенности регулирования труда женщин, подростков, инвалидов? 6. Что собой представляет «нормативный правовой акт»? 7. Опишите право работодателя на принятие локальных нормативных актов по охране труда. 8. Каковы основные направления государственной политики в области охраны труда? 9. Перечислите направления государственной политики в области охраны труда профилактического характера. 10. Каковы основные принципы государственного регулирования охраны труда?

				<p>11. Перечислите основные государственные гарантии работникам.</p> <p>12. Охарактеризуйте систему государственных нормативных актов по охране труда.</p> <p>13. Опишите порядок разработки и утверждения государственных нормативных требований охраны труда.</p> <p>14. Приведите перечень нормативных правовых актов, содержащих государственные нормативные требования охраны труда.</p> <p>15. Какие требования предъявляются к межотраслевым и отраслевым правилам по охране труда?</p> <p>16. Что собой представляет Система стандартов безопасности труда (ССБТ)? Приведите классификацию стандартов.</p> <p>17. Приведите перечень основных нормативных правовых актов, устанавливающих санитарно-гигиенические и санитарно-эпидемиологические требования.</p> <p>18. Опишите цель принятия технических регламентов и требования к объектам технического регулирования.</p> <p>19. Каковы могут быть неблагоприятные последствия воздействия условий труда на человека?</p> <p>20. Какие основные права и обязанности по охране труда возложены на работодателя согласно ст. 212 ТК РФ?</p> <p>21. Охарактеризуйте права и обязанности работника по соблюдению требований охраны труда.</p> <p>22. Охарактеризуйте работу службы охраны труда в организации.</p> <p>23. Опишите основные задачи службы охраны труда.</p> <p>24. Охарактеризуйте цель и назначения общественного контроля за охраной труда.</p> <p>25. Раскройте содержание работы комитета (комиссии) по охране труда.</p> <p>26. Опишите назначение и роль уполномоченных (доверенных) лиц по охране труда профсоюза.</p> <p>27. Каковы права и задача технической инспекции труда профсоюза?</p>
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				<p>28. Раскройте содержание работы кабинета охраны труда организации.</p> <p>29. Опишите порядок организации планирования и финансирования мероприятий по охране труда.</p> <p>30. Каков порядок организации обучения по охране труда?</p> <p>31. Назовите виды инструкций по охране труда.</p> <p>32. Какова периодичность проверки знаний по охране труда?</p> <p>33. В чем состоит сущность системы управления охраной труда в организации? Раскройте политику организации в области охраны труда.</p> <p>34. Охарактеризуйте элементы системы управления охраной труда в организации (оценка рисков, планирование, документация и управление документами и т.д.).</p> <p>35. Раскройте назначение коллективного договора (соглашения) в решении вопросов условий и охраны труда.</p>
2.	Раздел 2.	ОПК-7	Компьютерное тестирование	<p>1. <i>Травма — повреждение тканей организма и нарушение его функций при несчастных случаях, т. е. При воздействии на работающих опасных и вредных производственных факторов. Они могут быть:</i></p> <p>Соедините элементы попарно (неверно соединенную пару можно разбить, щелкнув на крестик)</p> <p>A. химическими B. психологические C. термические D. электрические E. механические</p> <p>1) электрометаллизация кожи 2) вывих 3) испуг 4) химический ожог 5) обморожение</p> <p>2. <i>Как называется система сохранения жизни и здоровья работников в процессе их трудовой деятельности, включающая в себя правовые, социально-экономические, организационно-технические, санитарно-гигиенические, лечебно-профилактические, реабилитационные и иные мероприятия?</i> Выбрать 1 правильный ответ.</p>

				<p>A. условия труда B. охрана труда C. безопасность труда D. комфортность труда</p> <p>3. Какие случаи подлежат расследованию в качестве несчастного случая, связанного с производством? Выбрать один или несколько правильных ответов.</p> <p>A. повреждение здоровья в результате алкогольного, наркотического или иного токсического опьянения B. смерть вследствие самоубийства C. тепловой удар по причине неправильного применения СИЗ D. поражение электрическим током в ходе работы оборудования</p> <p>4. Расследование несчастного случая, в результате которого один или несколько пострадавших получили легкие повреждения здоровья, проводится комиссией в течение (дайте 1 правильный ответ):</p> <p>A. Двух дней B. Пяти дней C. Трех дней D. Одного дня</p>
2.	Раздел 3.	ОПК-7	Компьютерное тестирование	<p>1. В каком случае для пожаротушения нельзя применять воду? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. для тушения пожара в лесу B. для тушения пожара вблизи источника тепла C. для тушения пожара в электроустановках D. для тушения пожара на складе древесины</p> <p>2. Объекты, подлежащие защите от потенциальных угроз и противоправных посягательств? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. Клиенты, персонал, финансовые средства, материальные средства, информационные ресурсы,</p>

				<p>технические средства и системы охраны;</p> <p>В. VIP клиенты, акции, служебные переговоры, конфиденциальные связи, банковские счета, личный транспорт;</p> <p>С. Финансовые, материально-технические средства, личные сбережения, конфиденциальная информация, члены семьи руководителя;</p> <p>Д. Государственная граница, конституция, территориальная целостность государства;</p> <p>Е. Служебные переговоры, конфиденциальные связи, банковские счета;</p> <p>Ф. Клиенты, персонал, финансовые средства, личные связи</p> <p>3. Организационно система безопасности фирмы (предприятия) состоит из:</p> <p>А. Органы правопорядка, частные охранные предприятия, экипировка;</p> <p>В. Частные охранные предприятия, совет безопасности, средства доставки и охраны;</p> <p>С. Средства доставки и охраны, ресурсы обеспечения безопасности;</p> <p>Д. Ресурсы обеспечения безопасности, органы правопорядка, частные охранные предприятия;</p> <p>Е. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности;</p> <p>Ф. Силы правоохранительных органов, служба безопасности, средства доставки и охраны;</p> <p>4. Способы охраны гостиничного предприятия:</p> <p>А. Охрана патрулированием (выставление постов), охрана с помощью технических средств, комбинированная охрана;</p> <p>В. Визуальное наблюдение, обход (объезд) территории, выведение сигнала тревоги на пульт дежурного УВД;</p> <p>С. Использование телевизионных установок, применение кодовых замков, сопровождение VIP клиентов;</p> <p>Д. Выведение сигнала тревоги на пульт дежурного УВД, пожарной охраны;</p> <p>Е. Выставление охранников, сотрудников ОВД, наличие средств сигнализации;</p> <p>Ф. Сопровождение VIP клиентов, охрана с помощью технических средств, комбинированная охрана.</p>
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируе мой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-7	<ol style="list-style-type: none">1. Основы охраны труда и техники безопасности на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания.2. Права и обязанности работодателя.3. Охрана труда в правилах внутреннего трудового распорядка.4. Охрана труда в соглашениях по охране труда.5. Общие понятия о трудовой деятельности человека и условиях труда.6. Нормы российского трудового права.7. Государственная политика в области охраны труда.8. Государственное регулирование в области охраны труда.9. Нормативная база охраны труда.10. Технические регламенты и стандарты.11. Гарантии и компенсации работнику в связи с условиями труда.12. Локальные нормативные акты по охране труда.13. Государственные нормативные требования охраны труда.14. Техническое регулирование.15. Особенности регулирования труда женщин, подростков и инвалидов.16. Ответственность за нарушение законодательства.17. Права и обязанности работника в области охраны труда.18. Служба охраны труда. Комитет (комиссия) по охране труда. Общественный контроль за охраной труда.19. Государственный надзор за соблюдением государственных нормативных требований охраны труда.20. Планирование мероприятий по охране труда. Обучение и инструктажи по охране труда.21. Система управления охраной труда в организациях и на предприятиях туризма, гостеприимства и общественного питания.22. Регулирование охраны труда в коллективном договоре.

23. Режим рабочего времени и времени отдыха.
24. Самозащита работников своих прав в области охраны труда.
25. Материальная ответственность за нарушения требований охраны труда.
26. Возмещение морального ущерба.
27. Компенсация работникам, занятым на работах с вредными и опасными условиями.
28. Гигиенические критерии и классификация условий труда. Аттестация рабочих мест по условиям труда. Безопасность производственного оборудования.
29. Средства коллективной защиты.
30. Соответствие производственных объектов и продукции государственным нормативным требованиям охраны труда.
31. Безопасность применения персональных компьютеров.
32. Освещение.
33. Идентификация опасных и вредных факторов производства и оценка риска.
34. Методы и средства защиты от опасностей технических систем и технологических процессов.
35. Защита от вредных факторов.
36. Обеспечение электробезопасности, защита от неионизирующих электромагнитных полей и излучений, защита от ионизирующих излучений, защита от тепловых излучений.
37. Защита от вибраций и акустических воздействий.
38. Обязанности работодателя при несчастном случае на производстве. Порядок расследования несчастных случаев на производстве.
39. Особенности расследования несчастных случаев на предприятиях туристической, гостеприимства и общественного питания.
40. Классификация профессиональных заболеваний. Порядок установления наличия профзаболеваний, порядок расследования и учета профзаболеваний.
41. Анализ травматизма, профзаболеваний и их причины.
42. Обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве.
43. Общие принципы возмещения причиненного вреда и страхование ответственности за его причинение.
44. Законодательство РФ об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний
45. Организационные вопросы разработки и внедрения концепции безопасности в гостинице.
46. Организационные вопросы функционирования службы безопасности в гостинице. Общая характеристика единой интегрированной системы безопасности гостиницы.
47. Персонал службы безопасности, отбор, требования, количественный состав, тренинг. Основные угрозы для

- гостей, персонала, владельцев.
48. Страховые случаи у туристов: при доставке, поселении, проживании в гостинице и отъезде.
 49. Угроза безопасности, жизненно важные интересы, объект и субъект безопасности.
 50. Угрозы безопасности их классификация. Содержание внутренних и внешних социально-экономических угроз.
 51. Принципы системы обеспечения безопасности гостиницы. Силы, средства и ресурсы обеспечения безопасности их содержание.
 52. Система безопасности. Цели, задачи системы безопасности. Объекты, подлежащие защите от потенциальных угроз и противоправных посягательств. Подсистемы безопасности и их содержание.
 53. Структура службы безопасности. Основные задачи структурных подразделений. Обязанности специалиста службы безопасности фирмы.
 54. Режимы функционирования системы безопасности. Группа безопасности внешней деятельности.
 55. Отдел режима и охраны: структура, задачи отдела.
 56. Задачи службы охраны и контрольно-пропускного режима. Порядок проверки карты гостя, пропусков и документов, удостоверяющих личность. Виды пропускных документов, срок действия пропусков.
 57. Основные принципы режима охраны.
 58. Экономическая безопасность. Проверка платежеспособности клиента. Способы подделки карт, считывания информации, использование посторонними.
 59. Коммерческая тайна, носители, допуск, способы охраны. Сохранение коммерческой тайны после увольнения сотрудников.
 60. Поддельные платежные документы (карты, ваучеры, векселя, путевки).
 61. Недобросовестная конкуренция. Защита информации, договоров, сделок, способы съема. Шпионаж и бизнес, коммерческая разведка, способы использования сотрудников.
 62. Защита системы ведения внутренних расчетов в гостинице.
 63. Противопожарная система – диспетчерский пункт (центральный пульт), тревожная кнопка; способы оповещения, система речевого оповещения пожара, время включения системы оповещения.
 64. Причины возникновения пожаров и взрывов.
 65. Меры пожарной безопасности в гостиничном предприятии.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Безопасный отдых и туризм : учебное пособие для вузов / Г. М. Суворова [и др.] ; ответственный редактор Г. М. Суворова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 195 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11091-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/513523> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/513656> (дата обращения: 06.03.2023).
3. Суворова, Г. М. Безопасность в туризме : учебник для вузов / Г. М. Суворова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14404-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/519999> (дата обращения: 08.03.2023).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Беляков, Г. И. Безопасность жизнедеятельности. Охрана труда в 3 т. Том 1 : учебник для вузов / Г. И. Беляков. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 360 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12634-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/510832> (дата обращения: 09.03.2023)
2. Беляков, Г. И. Пожарная безопасность: учебное пособие для вузов / Г. И. Беляков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 143 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09831-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/512037> (дата обращения: 09.03.2023).
3. Беляков, Г. И. Электробезопасность : учебное пособие для вузов / Г. И. Беляков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 125 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10905-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/512039> (дата обращения: 09.03.2023).
4. Каракеян, В. И. Надзор и контроль в сфере безопасности : учебник для вузов / Е. А. Севрюкова ; под общей редакцией В. И. Каракеяна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8837-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/510914> (дата обращения: 09.03.2023).

5. Резчиков, Е. А. Безопасность жизнедеятельности : учебник для вузов / Е. А. Резчиков, А. В. Рязанцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 639 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12794-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/511426> (дата обращения: 08.03.2023).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://ura.it.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;

- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете

по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более	http://elibrary.ru/

		34 млн научных публикаций и патентов	
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения.

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения, демонстрационными материалами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории)

посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – <i>бакалавриата</i> по направлению подготовки 43.03.02 <i>Туризм</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516	Протокол заседания Ученого совета факультета № <u>2</u> от « <u>27</u> » <u>апреля</u> 2023	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20____ года	____.____.____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20____ года	____.____.____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20____ года	____.____.____



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
27 апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Государственное регулирование в сфере туризма и
гостеприимства**

Направление подготовки
43.03.02 «Туризм»

Направленность
«Экономика впечатлений»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	5
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	6
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	13
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	22
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	22
3.2. Задания для самостоятельной работы	25
1. Васильев, В. П. Государственное регулирование экономики : учебник и практикум для вузов / В. П. Васильев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 180 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15470-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/507498 (дата обращения: 06.03.2023).....	27
2. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513656 (дата обращения: 06.03.2023).....	27
3. Механизмы государственно-частного партнерства. Теория и практика : учебник и практикум для вузов / Е. И. Марковская [и др.] ; под общей редакцией Е. И. Марковской. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 491 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11317-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517362 (дата обращения: 06.03.2023).....	27
1. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513656 (дата обращения: 06.03.2023).....	29
2. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512610 (дата обращения: 06.03.2023).	29
1. Угрюмова, А. А. Региональная экономика и управление : учебник и практикум для вузов / А. А. Угрюмова, Е. В. Ерохина, М. В. Савельева. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07638-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511847 (дата обращения: 06.03.2023).....	29

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	31
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	42
5.1.1. Основная литература	42
3. Васильев, В. П. Государственное регулирование экономики : учебник и практикум для вузов / В. П. Васильев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 180 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15470-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/507498 (дата обращения: 06.03.2023).....	43
4. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513656 (дата обращения: 06.03.2023).....	43
5. Игнатъева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатъева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512610 (дата обращения: 06.03.2023).	43
Дополнительная литература	43
3. Угрюмова, А. А. Региональная экономика и управление : учебник и практикум для вузов / А. А. Угрюмова, Е. В. Ерохина, М. В. Савельева. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07638-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511847 (дата обращения: 06.03.2023).....	43
4. Механизмы государственно-частного партнерства. Теория и практика : учебник и практикум для вузов / Е. И. Марковская [и др.] ; под общей редакцией Е. И. Марковской. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 491 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11317-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517362 (дата обращения: 06.03.2023).....	43
5.4.1. Средства информационных технологий	46
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	46
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	46
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	49

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Государственное регулирование в сфере туризма и гостеприимства» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 *Туризм* (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Государственное регулирование в сфере туризма и гостеприимства» разработана рабочей группой в составе: канд. эконом. наук, доцента Донсковой Л.И.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива

Протокол № 2_ от «27» ___ апреля __2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент



В.Ш. Хетагурова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей :

ООО «Спутник»
директор



А.В. Горбачевская

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

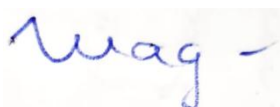
Кандидат исторических наук,
Ведущий советник Отдела по
взаимодействию с органами
государственной власти АНО «Больше,
чем путешествие», Москва



М.С. Федорова

(подпись)

Кандидат экономических наук, доцент
Доцент кафедры ресторано-
гостиничного бизнеса и гастрономии
(РГСУ)



И.Г. Шадская

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Государственное регулирование в сфере туризма и гостеприимства» является получение обучающимися теоретических систематизированных знаний о сущности и необходимости государственного регулирования сферы туризма и гостеприимства, изучение основных положений гражданско-правовых отношений в сфере туристской деятельности, овладение навыками практического использования гражданско-правовых средств, комплексное применение правовых норм различных гражданско-правовых институтов, а также формирование профессиональных компетенции – способность к внедрению современной системы в туристской индустрии и гостеприимстве.

Задачи дисциплины:

- дать студентам необходимые теоретические знания в области законодательно-правового регулирования ее особенностях в сфере туризма и гостеприимства;
- изучить правовую основу государственного регулирования туристской деятельности в России, определить уровни и модели;
- -ознакомить студентов с основными инструментами государственного регулирования предпринимательской деятельности в Российской Федерации;
- раскрыть экономические отношения, связанные с формированием и реализацией туристской политики, функции и задачи государственной политики и обеспечением защиты интересов граждан, Российской Федерации, субъектов РФ, хозяйствующих субъектов;
- -изучить договорные отношения порядок осуществления туроператорской и турагентской деятельности, объектов размещения в России.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотношенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-6 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Право	ОПК-6 Способен применять законодательств о Российской Федерации, а	ОПК-6.1 Осуществляет поиск и обоснованно применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в	Знать: Основные положения нормативно-правовой документации в туристской деятельности и гостеприимстве в

	также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности	избранной профессиональной области ОПК-6.2 Соблюдает законодательство Российской Федерации о предоставлении туристских услуг ОПК-6.3 Обеспечивает документооборот в соответствии с нормативными требованиями	профессиональной деятельности Уметь: Осуществлять поиск и обосновывать применяемые нормативные положения и их оценивать. Владеть: Навыками использовать современные разработки процедур и методов контроля, а также навыками оценивания принимаемых управленческих решений..
--	----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	36	36			
Лекционные занятия	12	12			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	24	24			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	27	27			
Контроль промежуточной аттестации	9	9			
Форма промежуточной аттестации	Диф. зачет	Диф.зачет			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	72	72			

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Контактная работа обучающихся с	24	24			

педагогическими работниками					
Лекционные занятия	8	8			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	16	16			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	39	39			
Контроль промежуточной аттестации	9				
Форма промежуточной аттестации	Диф. зачет	Диф. зачет			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	72	72			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3		Курс 4	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4 Семестр 3	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	8		8		
Лекционные занятия	4		4		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	4		4		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	60		60		
Контроль промежуточной аттестации	4		4		
Форма промежуточной аттестации	Диф.зачет		Диф.зачет		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	72		72		

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия из них: в форме практической подготовки	Практические занятия из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия из них: в форме практической подготовки	Консультации из них: в форме практической подготовки			
Модуль 1 (Семестр 5)										
Раздел 1 Понятие и значение государственного регулирования в индустрии гостеприимства и туризма	36	13	18	6		12				
<i>Тема 1.1.</i> Роль и значение государства в развитии туристской индустрии. Модели государственного регулирования туристской сферой, туристские формальности.	18	7	9	3		6				
<i>Тема 1.2.</i> Нормативно-правовая база туристской деятельности в Российской Федерации	18	6	9	3		6				
Раздел 2 Государственная политика в области туризма: функции, цели, задачи	36	14	18	6		12				
Тема 2.1 Основные функции, цели и задачи государственной	18	7	9	3		6				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации
политики в области туризма на федеральном и региональном уровнях.										
Тема 2.2. Договорные отношения, порядок осуществления туроператорской и турагентской деятельности, объектов размещения в России.	18	6	9	3		6				
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
Форма промежуточной аттестации (указать)	Диф. зачет									
Общий объем, часов	72	27	36	12		24				

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							

			Всего	Лекционные занятия из них: в форме практической подготовки	Практические занятия из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия из них: в форме практической подготовки	Консультации из них: в форме практической подготовки			
Модуль 1 (Семестр _6_)										
Раздел 1 Понятие и значение государственного регулирования в индустрии гостеприимства и туризма	31	19	12	4	8					
<i>Тема 1.1.</i> Роль и значение государства в развитии туристской индустрии. Модели государственного регулирования туристской сферой, туристские формальности.	15	9	6	2	4					
<i>Тема 1.2.</i> Нормативно-правовая база туристской деятельности в Российской Федерации	16	10	6	2	4					
Раздел 2 Государственная политика в области туризма: функции, цели, задачи	32	20	12	4	8					
Тема 2.1 Основные функции, цели и задачи государственной политики в области туризма на федеральном и региональном уровнях.	16	10	6	2	4					
Тема 2.2. Договорные отношения, порядок осуществления туроператорской и турагентской деятельности, объектов	16	10	6	2	4					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>		
размещения в России.									
Контроль промежуточной аттестации (час)	9								
Форма промежуточной аттестации (указать)	Диф. зачет								
Общий объем, часов	72	39	24	8	16				

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лекционные занятия		
Модуль 1 (Семестр _3_)									
Раздел 1 Понятие и значение	34	30	4	2	2				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Лекционные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации	<i>из них: в форме практической подготовки</i>
государственного регулирования в индустрии гостеприимства и туризма										
<i>Тема 1.1.</i> Роль и значение государства в развитии туристской индустрии. Модели государственного регулирования туристской сферой, туристские формальности.	17	15	2	1		1				
<i>Тема 1.2.</i> Нормативно-правовая база туристской деятельности в Российской Федерации	17	15	2	1		1				
Раздел 2 Государственная политика в области туризма: функции, цели, задачи	34	30	4	2		2				
Тема 2.1 Основные функции, цели и задачи государственной политики в области туризма на федеральном и региональном уровнях.	17	15	2	1		1				
Тема 2.2. Договорные отношения, порядок осуществления туроператорской и турагентской деятельности, объектов	17	15	2	1		1				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Лекционные занятия из них: в форме практической подготовки	Практические занятия из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия из них: в форме практической подготовки	Консультации из них: в форме практической подготовки	Лекционные занятия			
размещения в России.										
Контроль промежуточной аттестации (час)	4									
Форма промежуточной аттестации (указать)	Диф. зачет									
Общий объем, часов	72	60	8	4	4					

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1 ПОНЯТИЕ И ЗНАЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

Тема 1.1. Роль и значение государства в развитии туристской индустрии. Модели государственного регулирования туристской сферой, туристские формальности.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные модели государственного регулирования туризма Организация управления туризмом в европейских государствах. Система регулирования туризмом и формирование туристской политики на национальном уровне. Туристские формальности. Паспортно-визовые формальности. Таможенные формальности. Страховые формальности. формальности, связанные с непосредственным обеспечением тура. Паспортно-визовое и таможенное обслуживание туристов.

Тема 1.2. Нормативно-правовая база туристской деятельности в РФ.

Перечень изучаемых элементов содержания

Конституция Российской Федерации как основной закон государства, содержащий базовые принципы прав и свобод человека и гражданина Закон РФ “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации Закон РФ “О защите прав потребителей Федеральные программы в области развития туризма. Указы Президента РФ и Постановления Правительства РФ по вопросам организации и функционирования структур, призванных обеспечивать осуществление гражданам права на полноценный отдых и туристские поездки

Гражданский кодекс Российской Федерации как нормативный акт, регулирующий порядок заключения договоров имущественного характера а также договоров в сфере оказания услуг, работ и т.д.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1.1: *Роль и значение государства в развитии туристской индустрии. Модели государственного регулирования туристской сферой, туристские формальности.*

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Напишите основной нормативно-правовой акт, регулирующий туристскую деятельность в Российской Федерации
2. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие гостиничную деятельность в Российской Федерации
3. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы безопасности при осуществлении туристской и гостиничной деятельности
4. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие миграционный учет в Российской Федерации
5. Перечислите нормативно-правовые акты, определяющие порядок осуществления предпринимательской деятельности
6. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие туристские формальности
7. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие оказание услуг общественного питания

Тема практического занятия 1.2: *Нормативно-правовая база туристской деятельности в РФ.*

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Перечислите международные акты, регулирующие туристскую деятельность
2. Перечислите международные акты, регулирующие гостиничную деятельность
3. Перечислите положения Конституции Российской Федерации, регулирующие туристскую деятельность
4. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие трудовые отношения в сфере туризма и гостеприимства
5. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие порядок оказания экстренной помощи туристам
6. Перечислите нормативно-правые акты, регулирующие банкротство юридических лиц и индивидуальных предпринимателей

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – тестирование

Вариант теста

Вопрос №1. Какой законодательный акт Российской Федерации определяет основные понятия в туризме?

Варианты ответов:

1. Закон о защите прав потребителей

2. Федеральный закон № 132 «Об основах туристской деятельности в РФ от 1996 года с изменениями и поправками, статья 1
3. Конституция Российской Федерации
4. Гражданский кодекс Российской Федерации

Вопрос №2. Контрактно-договорные взаимоотношения в туризме регулируются:

Варианты ответов:

1. Нормами международного права
2. Нормами национального гражданского права
3. Нормативными актами в сфере туризма
4. Все вышеперечисленное

Вопрос №3. Международный туризм - это:

Варианты ответов:

1. Туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну
2. Туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации
3. Туризм въездной или выездной
4. Нет правильного ответа

Вопрос №4. Первая Всемирная конференция по туризму состоялась

Варианты ответов:

1. В 1945 году в России
2. В 1963 году в Италии
3. В 1975 году в Нью-Йорке
4. Нет правильного ответа

Вопрос №5. Объединение туроператоров в сфере выездного туризма действует в целях:

Варианты ответов:

1. Оказание экстренной помощи туристам
 2. Продвижение туристского продукта за рубежом
 3. Поддержка и развитие туроператоров в сфере выездного туризма
 4. Отстаивание своих интересов в государственных структурах и судебных органах
- Вопрос №6.

Права и свободы в Российской Федерации могут быть ограничены в целях:

Варианты ответов:

1. обеспечения обороны страны и безопасности государства;
 2. развития экономики и повышения уровня жизни;
 3. защиты нравственности;
 4. идеологической борьбы.
- Вопрос №7.

Национальная безопасность это:

Варианты ответов:

1. Способность нации удовлетворять потребности, необходимые для её самосохранения, самовоспроизведения и самосовершенствования с минимальным риском ущерба для базовых ценностей её нынешнего состояния;
2. Отрасль права, регулирующая общественные отношения, связанные с совершением преступных деяний, назначением наказания и применением иных мер уголовно-правового характера, устанавливающая основания и условия привлечения к уголовной ответственности либо освобождения от уголовной ответственности и наказания;
3. Совокупность норм права, регулирующих общественные отношения, возникающие в процессе организации.

Вопрос №8.

В теории государства и права по правовому регулированию понимается:

Варианты ответов:

1. осуществляемое всей системой юридических средств воздействие на общественные отношения с целью их упорядочивания

2. разработка кодексов и законов
3. законодательное воздействие на общественные отношения с целью их упорядочивания
4. нет верного ответа

Вопрос №9.
Целью правового регулирования является:

Варианты ответов:

1. упорядочивание и регламентация общественных отношений
2. общественные отношения, на которые направлено упорядочивание
3. совокупность юридических средств, при помощи которых осуществляется правовая регламентация
4. создание нормативно-правовых актов

Вопрос №10.

К правам органов местного самоуправления по созданию благоприятных условий для развития туризма относятся:

Тип ответа: Многие из многих

Варианты ответов:

1. реализация мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территориях муниципальных образований, в том числе социального туризма, детского туризма и самодельного туризма
2. содействие созданию благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территориях муниципальных образований, и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи
3. организация и проведение мероприятий в сфере туризма на муниципальном уровне
4. участие в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровне
5. содействие в создании и функционировании туристских информационных центров на территориях муниципальных образований

РАЗДЕЛ 2 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА: ФУНКЦИИ, ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ

Тема 2.1 Основные функции, цели и задачи государственной политики в области туризма на федеральном и региональном уровнях.

Перечень изучаемых элементов содержания

- уровень Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности. порядок осуществления туроператорской и турагентской деятельности. Функции по проведению государственной политики, нормативному правовому регулированию, Министерство экономики с 2023 г. : миссия, цели, задачи, функции.

- региональный уровень. На краевом уровне регулирование туристской деятельности осуществляет Департамент комплексного развития курортов и туризма

Политика в области туризма должна быть направлена на формирование в Российской Федерации

Тема 2.2. Договорные отношения, порядок осуществления туроператорской и турагентской деятельности, объектов размещения в России.

Перечень изучаемых элементов содержания

Практике сотрудничества объектов размещения и туристских компаний. Основные функции и структура туроператорской и турагентской фирмы. Финансовое обеспечение, предусмотренное Законом. Единый федеральный реестр туроператоров. свидетельство о внесении сведений о туроператоре в реестр. Размер финансового обеспечения определяется в договоре страхования ответственности туроператора или в банковской гарантии. Постановление Правительства Российской Федерации №452 «Правила оказания услуг по реализации туристского продукта». Практике сотрудничества объектов размещения и туристских компаний. Виды договоров, заключаемых в туристской деятельности.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 2.1 Основные функции, цели и задачи государственной политики в области туризма на федеральном и региональном уровнях.

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

СЕМИНАР устный опрос

1. Государственное регулирование туристской деятельности: цели, способы, принципы.
2. Система нормативных правовых актов, регламентирующих туристскую деятельность.
3. Туристско-рекреационные особые зоны. Туристско-рекреационная деятельность.
4. Основные принципы правового регулирования туризма, определенные Конституцией РФ от 12 декабря 1993 г. Функции государства в туристской деятельности.
5. Направления и виды туризма: понятие и характеристика. Динамика правоотношений в зависимости от вида туризма. Отличия турагентской деятельности от туроператорской.
6. Физическое лицо как индивидуальный предприниматель по продвижению и реализации туристского продукта. Документы, необходимые для государственной регистрации турагента в качестве индивидуального предпринимателя.
7. Юридическое лицо как субъект туристской деятельности: понятие, признаки. Государственная регистрация турагента и туроператора в качестве юридического лица.
8. Организационно-правовые формы предприятий туристской деятельности. Правовой статус предприятий туристской индустрии. Ассоциации предприятий туристской индустрии.
9. Ликвидация и реорганизация туристской деятельности: понятие, порядок проведения. Случаи ликвидации предприятий туристской индустрии в принудительном порядке.
10. Понятие и виды объектов гражданских прав в туристской деятельности. Турфирма как объект гражданского права.

Тема 2.2 Договорные отношения, порядок осуществления туроператорской и турагентской деятельности, объектов размещения в России.

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Правоохранительные органы как субъект защиты прав туриста и турпредприятия.
2. Страхование ответственности по договору с туристической фирмой. Надлежащее и ненадлежащее исполнение договора. Неисполнение договора.

3. Договор страхования: понятие, существенные условия, страховой случай, страховая сумма, страховые риски.
4. Претензия к туроператору: порядок предъявления. Исковое заявление.
5. Исковые требования к третьим лицам (перевозчикам). Предъявление претензии к перевозчику.
6. Квалификационные (профессиональные) стандарты к специалистам туристской индустрии.
7. Должностные инструкции специалистов туристской индустрии: понятие, содержание.
8. Трудовой договор сотрудника турфирмы: понятие, содержание, срок. Испытание при приеме на работу и его результаты.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

тестирование.

Контрактно-договорные взаимоотношения в туризме регулируются:

Варианты ответов:

1. Нормами международного права
2. Нормами национального гражданского права
3. Нормативными актами в сфере туризма
4. Все вышеперечисленное

Вопрос №2. Выберите правильный ответ. К имущественному страхованию в туризме относится:

Варианты ответов:

1. Страхование жизни и здоровья туриста
2. Страхование багажа, фото- и видеоаппаратуры
3. Страхование ответственности туристов

Вопрос №3. Выберите правильный ответ. К страхованию гражданской ответственности в туризме относится:

Варианты ответов:

1. Страхование ответственности турфирм
2. Страхование имущества турфирм
3. Страхование личного автотранспорта

Вопрос №4. Какие основные цели государственного регулирования туризма Вы знаете?

Варианты ответов:

1. Содействие развитию выездного туризма
2. Пропаганда новых турпродуктов
3. Обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий
4. Достижение максимальной прибыльности туристской отрасли

Вопрос №5. Какой фактор можно отнести к форс-мажорным обстоятельствам в туризме?

Варианты ответов:

1. Отказ от исполнения условий договора любой из сторон
2. Пересмотр туристского договора обеими сторонами
3. Изменение погодных условий
4. Обстоятельства непреодолимой силы

Вопрос №6. Поддержка и развитие каких видов туризма является приоритетным направлением государственного регулирования туристской деятельности?

Варианты ответов:

1. Группового

2. Въездного
3. Социального
4. Индивидуального

Вопрос №7. К какой юридической категории относится формирование и ведение единого федерального реестра туроператоров, осуществляемого Федеральным агентством по туризму?

Варианты ответов:

1. Полномочия
2. Право
3. Делегирование полномочий
4. Обязанности

Вопрос №8. Основные рекламоносители в туризме - это:

Варианты ответов:

1. Пресса
2. ТВ и радио
3. Почтовая реклама
4. Все вышеперечисленное

Вопрос №9. Какой вклад в развитие международного туризма вносят международные, региональные и отраслевые организации?

Варианты ответов:

1. Развивают и продвигают туризм своих регионов на международном туристском рынке
2. Проводят статистические исследования и сбор различной туристской информации, позволяющей проанализировать туристскую отрасль в регионе
3. Содействуют развитию туризма как важного сектора экономики своих стран
4. Все вышеперечисленное

Вопрос №10. Какой орган осуществляет руководство деятельностью Федерального агентства по туризму в Российской Федерации:

Варианты ответов:

1. Министерство экономики и социального развития РФ
2. Министерство Культуры РФ
3. Министерство Здравоохранения РФ
4. Администрация Президента РФ

Вопрос №11. Какие виды туризма активно поддерживаются на государственном уровне во всех странах - членах Всемирной туристской организации:

Варианты ответов:

1. Социальный туризм
2. Шоп-туры
3. Самостоятельный туризм
4. Оздоровительный туризм

Вопрос №12. Всемирный день туризма во всем мире отмечают:

Варианты ответов:

1. 27 сентября
2. 2 января
3. 2 мая
4. 25 августа

Вопрос №13. Ростуризм - "это уровень управления". Какое слово из ниже перечисленного

нужно вставить на место пропуска?

Варианты ответов:

1. Негосударственный
2. Корпоративный
3. Международный
4. Национальный

Вопрос №14. Федеральный орган государственной власти в сфере туризма в Российской Федерации -это

Варианты ответов:

1. Министерство образования РФ
2. Министерство культуры РФ
3. Российская Ассоциация туристских агентств
4. Правительство РФ

Какая организация является Федеральным органом исполнительной власти в сфере туризма?

Варианты ответов:

1. Минестерство культуры Российской Федерации
2. Администрация Президента РФ
3. Федеральное агенство по туризму (Ростуризм)
4. Правительство РФ

Вопрос №16. Задачами государственных и местных органов управления туризмом являются:

Варианты ответов:

1. поддержка развития туристской инфраструктуры
2. создание привлекательного имиджа, образа страны (региона, турцентра)
3. ничего из вышеперечисленного
4. все вышеперечисленное
5. разработка стратегических национальных; региональных и местных маркетинговых концепций с рекомендациями по их реализации для туристских организаций
6. проведение маркетинговых исследований
7. консультационные услуги по вопросам реализации маркетинговых концепций
8. осуществление мероприятий по связям с общественностью и в области рекламы

Вопрос №17. Что такое туристский договор?

Варианты ответов:

1. Договор страхования от невыезда
2. Договор туриста и страховой компании
3. Договор турагента с туристом
4. Договор туроператора и поставщика услуг

Вопрос №18. Из каких частей состоит туристский договор?

Варианты ответов:

1. Основной части
2. Реквизитов
3. Юридической части
4. Наименования сторон

Вопрос №19. Какие таможенные правонарушения учитываются в соответствии с Единой системой учета преступлений, регламентированной совместной инструкцией МВД РФ и Прокуратуры РФ?

Тип ответа: Многие из многих

Варианты ответов:

1. преступления в таможенной сфере, определенные УК РФ
2. основные таможенные правонарушения
3. все таможенные правонарушения
4. нарушения таможенных правил, определенные ТК ТС
5. преступления в таможенной сфере, определенные УК РФ

Вопрос №20. Таможенное регулирование находится в исключительном ведении

Варианты ответов:

1. В исключительном ведении Российской Федерации
2. В исключительном ведении субъектов Российской Федерации
3. Находится в совместном ведении Российской Федерации и субъектов Российской Федерации

4. Правительства Российской Федерации

Вопрос №21. Государственное валютное регулирование

Варианты ответов:

1. Предполагает использование экономических методов;
2. Предполагает использование организационных методов.
3. Основано на конкуренции;
4. Направлено на преодоление негативных последствий рыночного регулирования;

Вопрос №22. На что направлено валютное регулирование?

Варианты ответов:

1. Поддержание стабильного функционирования валютной сферы;
2. На получение прибыли

Вопрос №23. Валютное регулирование осуществляется:

Варианты ответов:

1. Министерством финансов РФ
2. Федеральной службой по финансовым рынкам
3. Правительством РФ и Центральным Банком РФ
4. Федеральным казначейством

Вопрос №24. Стандартизация — это:

Варианты ответов:

1. деятельность для установления правил и характеристик в целях их добровольного многократного использования направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции и повышения конкурентоспособности работы и услуг
2. документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики продукции правила осуществления и характеристики процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации, утилизации, защиты и охраны выполнения работили оказания услуг, может содержать требования к терминологии, символики, упаковки, маркировки или этикеткам и правила их нанесения
3. совокупность технического, программного, организационного обеспечения и персонала, предназначенная для своевременного обеспечения надлежащих людей надлежащей информацией
4. превращение явного знания в скрытую форму, например, посредством практического выполнениякакой-то деятельности: обучение действием (learning by doing)

Вопрос №25.

Правовую основу международного сотрудничества в сфере туризма составляют

Варианты ответов:

1. международные договоры Российской Федерации, заключаемые в соответствии с Федеральным законом "О международных договорах Российской Федерации"
2. только двусторонние договоры в сфере туризма
3. региональные соглашения в сфере туризма
4. универсальные договоры в сфере туризма

Вопрос №26. Международные соглашения в области туризма классифицируются следующим образом:

Варианты ответов:

1. многосторонние, региональные, двусторонние
2. универсальные, двусторонние
3. региональные, двусторонние
4. универсальные, региональные

**РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(МОДУЛЮ)**

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 5)		
Раздел 1 Понятие и значение государственного регулирования в индустрии гостеприимства и туризма	14	
<i>Тема 1.1.</i> Роль и значение государства в развитии туристской индустрии. Модели государственного регулирования туристской сферой, туристские формальности.	6	Подготовка реферата
<i>Тема 1.2.</i> Нормативно-правовая база туристской деятельности в Российской Федерации	8	<i>Контрольная работа</i>
Раздел 2 Государственная политика в области туризма: функции, цели, задачи	13	
Тема 2.1 Основные функции, цели и задачи государственной политики в области туризма на федеральном и региональном уровнях.	6	Подготовка реферата
Тема 2.2. Договорные отношения, порядок осуществления туроператорской и	7	<i>Контрольная работа</i>

турагентской деятельности, объектов размещения в России.		
Общий объем по модулю/семестру, часов	27	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	27	

Очно-заочная форма

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 5)		
Раздел 1 Понятие и значение государственного регулирования в индустрии гостеприимства и туризма	19	
<i>Тема 1.1.</i> Роль и значение государства в развитии туристской индустрии. Модели государственного регулирования туристской сферой, туристские формальности.	9	Подготовка реферата
<i>Тема 1.2.</i> Нормативно-правовая база туристской деятельности в Российской Федерации	10	Контрольная работа
Раздел 2 Государственная политика в области туризма: функции, цели, задачи	20	
Тема 2.1 Основные функции, цели и задачи	10	Подготовка реферата

государственной политики в области туризма на федеральном и региональном уровнях.		
Тема 2.2. Договорные отношения, порядок осуществления туроператорской и турагентской деятельности, объектов размещения в России.	10	<i>Контрольная работа</i>
Общий объем по модулю/семестру, часов	39	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	39	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 7)		
Раздел 1 Понятие и значение государственного регулирования в индустрии гостеприимства и туризма	30	
<i>Тема 1.1.</i> Роль и значение государства в развитии туристской индустрии. Модели государственного регулирования туристской сферой, туристские формальности.	15	Подготовка реферата
<i>Тема 1.2.</i> Нормативно-правовая база туристской	15	<i>Контрольная работа</i>

деятельности в Российской Федерации		
Раздел 2 Государственная политика в области туризма: функции, цели, задачи	30	
Тема 2.1 Основные функции, цели и задачи государственной политики в области туризма на федеральном и региональном уровнях.	15	Подготовка реферата
Тема 2.2. Договорные отношения, порядок осуществления туроператорской и турагентской деятельности, объектов размещения в России.	15	<i>Контрольная работа</i>
Общий объем по модулю/семестру, часов	60	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	60	

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие оказание транспортных услуг в Российской Федерации
2. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность государственных органовуправляющих сферой туризма
3. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие налогообложение в сфере туристской и гостиничной деятельности
4. Перечислите Государственные стандарты, действующие в сфере туристской деятельности
5. Перечислите Государственные стандарты, действующие в сфере гостиничной деятель-

ности

6. Перечислите административные регламенты в сфере туристской и гостиничной деятельности

Перечень тем рефератов к Разделу 1. Тема 1.1 :

1. Конституция Российской Федерации как основной закон государства, содержащий базовые принципы прав и свобод человека и гражданина.
2. Закон РФ “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”.
3. Закон РФ “О защите прав потребителей”.
4. Федеральные программы в области развития туризма.
5. Указы Президента РФ и Постановления Правительства РФ по вопросам организации и функционирования структур, призванных обеспечивать
6. осуществление гражданам права на полноценный отдых и туристские поездки.
7. Гражданский кодекс Российской Федерации как нормативный акт, регулирующий порядок заключения договоров имущественного характера, а также договоров в сфере оказания услуг, работы т.д.
8. Всеобщая Декларация прав человека принятая Генеральной Ассамблеей ООН 10 ноября 1948 года о праве граждан на свободу перемещения и выбора места пребывания в любой стране мира.
9. “Хартия туриста и Кодекс туриста”, одобренные VI сессией Генеральной Ассамблеи Всемирной туристической организации (ВТО) 22 сентября 1985 года.
10. Гаагская, Манильская и Монреальская декларации по туризму.
11. Международные конвенции по туризму, регулирующие по вопросы гостиничного сервиса,
12. Перевозки пассажиров воздушным, автомобильным и морским транспортом.
13. Соглашения о сотрудничестве в области туризма между странами СНГ.
14. Закон РФ “О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию”.
15. Государственное регулирование туристской деятельности в мире и в России.
16. Международные организации в сфере туризма (ВТО, Всемирная организация ассоциаций туристских агентств, ассоциация воздушных перевозчиков, международная гостиничная ассоциация), региональные организации.
17. Цели, направления, принципы и способы государственного регулирования туристской деятельности.
18. Система государственных органов управления и регулирования туристской деятельности.
19. Министерство культуры и его полномочия в сфере туризма.
20. Департамент туризма и региональной политики Министерства культуры РФ.
21. Федеральное агентство по туризму: направления деятельности.
22. Формирование и ведение единого федерального реестра туроператоров.
23. Классификация объектов туристской индустрии.
24. Стандартизация и сертификация туристских услуг.
25. Региональные программы субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в сфере социально-культурного сервиса и туризма.
26. Нормативно-правовые акты органов представительной законодательной власти субъектов Российской Федерации в области туризма.
27. Постановления и распоряжения глав городских администраций и мэров городов Москвы, Санкт-Петербурга и Ростова-на-Дону о развитии производственной базы предприятий гостиничного комплекса, автотранспортных услуг, развитии музейно-экскурсионного туризма, использовании

28. природных ресурсов для культурно-оздоровительных, туристских и спортивных целей.

Перечень тем контрольной работы к Разделу 1. Тема 1.2 (по вариантам) :

1. Правовая среда туристского предприятия - что определяет данное понятие. Вспомните из экономической теории, какую роль (функции) осуществляет государство в рыночной экономике?
2. Отзывы предпринимателей-практиков о государственном регулировании туризма и индустрии гостеприимства в Российской Федерации. Какие нормативно-правовые акты в сфере туризма и гостеприимства значительно усложняют их деятельность?
3. Каким образом повлияло бы отсутствие а) государственного; б) муниципального(регионального) регулирования туристской деятельности на развитие туристского и гостиничного бизнеса в Российской Федерации?
4. Используя существующие нормативно-правовые акты, предложите собственную программу развития туризма в РФ. Обоснуйте достоинства вашей программы развития туризма.
5. Проанализируйте любую целевую программу развития туризма в регионе (на примереконкретного региона Российской Федерации) с точки зрения проблем, которые решаются в программе.
6. Проанализируйте законы сферы туризма любого региона Российской Федерации. Какиеизменения, на ваш взгляд, следует внести в данные нормативно-правовые акты и как это отразится на развитии туризма?
7. Проведите сравнительный анализ организации управления туризмом на муниципальном (региональном) уровнях на примере двух регионов РФ.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

1. Васильев, В. П. Государственное регулирование экономики : учебник и практикум для вузов / В. П. Васильев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 180 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15470-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507498> (дата обращения: 06.03.2023).
2. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513656> (дата обращения: 06.03.2023).
3. Механизмы государственно-частного партнерства. Теория и практика : учебник и практикум для вузов / Е. И. Марковская [и др.]; под общей редакцией Е. И. Марковской. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 491 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11317-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517362> (дата обращения: 06.03.2023).
4. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. пользователей.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Валютный контроль таможенными органами РФ.
2. Договор страхования гражданской ответственности туроператора. Финансовое обеспечение – необходимое условие осуществления туроператорской деятельности. Зависимость финансового обеспечения от направления туристской деятельности.
3. Порядок предоставления финансового обеспечения.
4. Правовое регулирование договорных отношений туроператора с турагентом и страховой организацией: понятие, виды договоров, порядок заключения и расторжения.
5. Договор о реализации туристского продукта: понятие, форма, существенные и дополнительные условия, порядок заключения. Предварительный договор.
6. Туристская путевка как часть договора, туристский ваучер: понятие и содержание.

Перечень тем рефератов к Разделу 2, Тема 2.1 :

Примерная тематика реферата

1. Правовой режим информации. Безопасность туриста.
2. Выбор турагента туристом. Единый реестр турагентств.
3. Характер информации в сфере туризма. Доведение информации туроператором (турагентом) до потребителя туристских услуг.
4. Деловая репутация предприятий туристской индустрии: понятие, способы защиты.
5. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.
6. Правовая основа стандартизации в области туризма. Классификация услуг в туризме.
7. Функции управления виз и регистрации иностранцев ГУВД РФ (УВИРА) и его отделов ОВИРов.
8. Порядок выезда (въезда) граждан РФ.
9. Документы, необходимые для пересечения границы РФ и границ иностранных государств.
10. Оформление и порядок выдачи заграничных паспортов.
11. Порядок выдачи въездных (выездных) виз департаментом консульской службы Министерства иностранных дел РФ.
12. Посольские визы различных стран, их назначение и виды.
13. Шенгенские соглашения Европейского союза о едином визовом и туристском пространстве, их роль в развитии мирового туризма.

Перечень тем контрольной работы к Разделу 2. Тема 2.2 (по вариантам) :

1. Трудовой договор сотрудника турфирмы: понятие, содержание, срок. Испытание при приеме на работу и его результаты.
2. Прекращение трудового договора: общие основания. Расторжение трудового договора по инициативе работника и работодателя. Порядок оформления прекращения трудового договора.
3. Рабочее время: понятие, виды, режим. Оплата труда.
4. Понятие и виды времени отдыха. Перерывы в работе. Выходные и нерабочие праздничные дни. Оплата труда в выходные и праздничные дни.
5. Отпуск. Понятие и очередность предоставления ежегодных оплачиваемых отпусков. Разделение ежегодного оплачиваемого отпуска на части. Реализация права на отпуск при увольнении сотрудника турфирмы.
6. Трудовой распорядок и дисциплина труда сотрудников турфирмы.
7. Понятия и направления туристских формальностей.
8. Порядок выезда из РФ и въезда в РФ.

9. Визовые формальности. Порядок выезда за границу: основные режимы. Виза. Особенности путешествия, связанные с шенгенской визой. Причины отказа в выдаче шенгенской визы.
10. Паспортные формальности. Загранпаспорт: порядок оформления, случаи отказа в выдаче и случаи утраты.
11. Система нормативно-правовых актов, регламентирующих международную туристскую деятельность. Гаагская декларация о туризме от 14 апреля 1989 г., Варшавская Конвенция 1929 г., Хартия туризма 1985 г.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

1. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства: учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513656> (дата обращения: 06.03.2023).
2. Игнатъева, И. Ф. Организация туристской деятельности: учебник для вузов / И. Ф. Игнатъева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512610> (дата обращения: 06.03.2023).
1. Угрюмова, А. А. Региональная экономика и управление: учебник и практикум для вузов / А. А. Угрюмова, Е. В. Ерохина, М. В. Савельева. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07638-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511847> (дата обращения: 06.03.2023).
2. Восколович, Н. А. Экономика, организация и управление общественным сектором: учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович, Е. Н. Жильцов, С. Д. Еникеева; под общей редакцией Н. А. Восколович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 324 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05345-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510895> (дата обращения: 06.03.2023).

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Выполнение тестовых заданий.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

Написание эссе.

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **диф. зачет**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимися дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок

16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенции	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	<p>Раздел 1</p> <p>Понятие и значение государственного регулирования в индустрии гостеприимства и туризма</p>	ОПК-6	Компьютерное тестирование	<p>Вопрос №1.</p> <p>Органы государственной власти субъектов Российской Федерации в сфере туризма вправе:</p> <p><i>Тип ответа:</i> Многие из многих</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. участвовать в реализации государственной политики в сфере туризма 2. участвовать в реализации стратегий развития туризма, государственных программ Российской Федерации, федеральных целевых и иных программ развития туризма 3. участвовать в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском и межрегиональном уровне 4. участвовать в организации проведения научных исследований в сфере туризма <p>Вопрос №2.</p> <p>К основным полномочиям органов государственной власти субъектов Российской Федерации по созданию благоприятных условий для развития туризма в субъектах Российской Федерации относятся:</p> <p><i>Тип ответа:</i> Многие из многих</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p>

			<ol style="list-style-type: none">1. определение основных задач в сфере туризма и приоритетных направлений развития туризма в субъектах Российской Федерации2. разработка, утверждение (одобрение) и реализация документов стратегического планирования в сфере туризма по вопросам, отнесенным к полномочиям субъектов Российской Федерации3. создание благоприятных условий для развития туристской индустрии в субъектах Российской Федерации4. создание и обеспечение благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территориях субъектов Российской Федерации, и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи5. содействие в продвижении туристских продуктов соответствующего субъекта Российской Федерации на внутреннем и мировом туристских рынках <p>Вопрос №3.</p> <p>Законы и иные нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации, регулирующие туристскую деятельность:</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. не могут противоречить настоящему Федеральному закону и принимаемым в соответствии с ним федеральным законам2. могут противоречить настоящему Федеральному закону и принимаемым в соответствии с ним федеральным законам3. не могут противоречить настоящему Федеральному закону и принимаемым в соответствии с ним федеральным законам по вопросам самостоятельного туризма4. не могут противоречить настоящему Федеральному закону и принимаемым в соответствии с ним федеральным законам по вопросам международного туризма <p>Вопрос №4.</p> <p>К субъектам сферы туризма относятся:</p> <p><i>Тип ответа:</i> Многие из многих</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. фирмы-производители туристских услуг2. туроператоры турагенты
--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>3. рекламно-информационные туристские учреждения</p> <p>Вопрос №5. В каком году был принят Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в РФ": <i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 1996 2. 1998 3. 2000 4. 2005 <p>Вопрос №6. Туроператор - это... <i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. предприятие, организующее рекламу и продвижение туристического продукта 2. реализатор туристического продукта 3. предприятие, занимающееся разработкой туристического продукта, комплектацией тура иобеспечивающее их функционирование <p>Вопрос №7. В соответствии с Федеральным законом от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" турагентская деятельность - это: <i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Деятельность по реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом илииндивидуальным предпринимателем 2. Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемаяиндивидуальным предпринимателем с целью получения дохода 3. Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемаяюридическим лицом или индивидуальным предпринимателем 4. Нет правильного ответа <p>Вопрос №8. Основой взаимодействия турагента и туроператора по продвижению и реализациятуристского продукта является: <i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Устная договоренность 2. Договор 3. Соглашение о сотрудничестве
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				<p>4. Заявка на бронирование тура</p> <p>Вопрос №9. Какие формы собственности характерны для турагентской деятельности?</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Частная 2. Кооперативная 3. Акционерная 4. Корпоративная <p>Вопрос №10. У кого из перечисленных субъектов турагент приобретает комплекс туристских услуг?</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. У поставщика услуг 2. У отеля 3. У туроператора 4. У транспортной компании <p>Вопрос №11. Какие положения относятся к категории "существенных условий" договора о реализации туристского продукта, заключаемого между турагентом и потребителем?</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <p>Полное и сокращенное наименования, адрес (место нахождения) и почтовый адрес турагента</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Информация о климатических особенностях страны посещения 2. Информация о месте встречи туриста в аэропорту 3. Реквизиты сторон
2.	Раздел 2 Государственная политика в области туризма: функции, цели, задачи	ОПК-6	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Конституция Российской Федерации как основной закон государства, содержащий базовые принципы прав и свобод человека и гражданина. 2. Закон РФ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". 3. Закон РФ "О защите прав потребителей". 4. Федеральные программы в области развития туризма. 5. Указы Президента РФ и Постановления Правительства РФ по вопросам организации и функционирования структур,

				<p>призванных обеспечивать</p> <ol style="list-style-type: none">6. осуществление гражданам права на полноценный отдых и туристские поездки.7. Гражданский кодекс Российской Федерации как нормативный акт, регулирующий порядок заключения договоров имущественного характера, а также договоров в сфере оказания услуг, работы т.д.8. Всеобщая Декларация прав человека принятая Генеральной Ассамблеей ООН 10 ноября 1948 года о праве граждан на свободу перемещения и выбора места пребывания в любой стране мира.9. “Хартия туриста и Кодекс туриста”, одобренные VI сессией Генеральной Ассамблеи Всемирной туристической организации (ВТО) 22 сентября 1985 года.10. Гаагская, Манильская и Монреальская декларации по туризму.11. Международные конвенции по туризму, регулирующие по вопросы гостиничного сервиса,12. Перевозки пассажиров воздушным, автомобильным и морским транспортом.13. Соглашения о сотрудничестве в области туризма между странами СНГ.14. Закон РФ “О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию”.15. Государственное регулирование туристской деятельности в мире и в России.16. Международные организации в сфере туризма (ВТО, Всемирная организация ассоциаций туристских агентств, ассоциация воздушных перевозчиков, международная гостиничная ассоциация), региональные организации.17. Цели, направления, принципы и способы государственного регулирования туристской деятельности.18. Система государственных органов управления и регулирования туристской деятельности.19. Министерство культуры и его полномочия в сфере туризма.20. Департамент туризма и региональной политики Министерства культуры РФ.
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				<ol style="list-style-type: none">21. Федеральное агентство по туризму: направления деятельности.22. Формирование и ведение единого федерального реестра туроператоров.23. Классификация объектов туристской индустрии.24. Стандартизация и сертификация туристских услуг.25. Региональные программы субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в сфере социально-культурного сервиса и туризма.26. Нормативно-правовые акты органов представительной законодательной власти субъектов Российской Федерации в области туризма.
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-6	<p>Теоретический блок вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Современное состояние проблемы и принципы регулирования правового регулирования туристской деятельности.2. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации».3. Классификация направлений правового обеспечения в сфере туризма.4. Роль ООН в становлении миропорядка и регулировании международных отношений, принципов сотрудничества.5. Основные международные акты, конвенции, декларации и соглашения,6. регулирующие отношения в международном туризме.7. Конституция РФ как источник правового регулирования туристской деятельности.8. История формирования правового регулирования туристской деятельности в СССР и Российской Федерации.9. Определение туризма и туриста.10. Организационные формы и виды туризма.11. Основные положения федерального закона «Об основах туристской деятельности в РФ»12. Цели, задачи и пути государственного регулирования.13. Определение туристской деятельности, ее предпринимательский характер.14. Уполномоченный орган по туризму (функции, права, ограничение правоспособности).16. Стратегическое планирование и координация туристской деятельности. Региональное планирование туризма.17. Система законодательных норм, регулирующих вопросы туристской деятельности в РФ и субъектах Федерации.

18. Стандартизация и классификация туристских услуг и объектов туристской индустрии.
19. Единый федеральный реестр туроператоров.
20. Понятие субъектов туристских правоотношений и туристской деятельности.
21. Правовое положение туриста.
22. Порядок въезда в РФ и выезда из РФ.
23. Порядок оформления паспорта. Дипломатический и служебный паспорта. Особенности выезда из РФ несовершеннолетнего гражданина.
24. Виза: порядок получения и срок действия.
25. Основания отказа или ограничения во въезде на территорию РФ иностранному гражданину
26. Индивидуальные предприниматели и юридические лица как субъекты туристской деятельности.
27. Туроператорская деятельность.
28. Турагентская деятельность.
29. Иная деятельность по организации путешествий.
30. Особенности создания юридического лица, осуществляющего туристскую деятельность.
31. Особенности содержания локальных нормативных актов юридического лица, осуществляющего туристскую деятельность.
32. Правовые основы реорганизации, ликвидации и банкротства субъектов туристской деятельности.
33. Объединения туристов.
34. Объединения субъектов, осуществляющих туристскую деятельность.
35. Правовое положение объединения туроператоров в сфере выездного туризма «Турпомощь».
36. Правила оказания экстренной помощи туристам.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

3. Васильев, В. П. Государственное регулирование экономики : учебник и практикум для вузов / В. П. Васильев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 180 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15470-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507498> (дата обращения: 06.03.2023).
4. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513656> (дата обращения: 06.03.2023).
5. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512610> (дата обращения: 06.03.2023).

Дополнительная литература

3. Угрюмова, А. А. Региональная экономика и управление : учебник и практикум для вузов / А. А. Угрюмова, Е. В. Ерохина, М. В. Савельева. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07638-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511847> (дата обращения: 06.03.2023).
4. Механизмы государственно-частного партнерства. Теория и практика : учебник и практикум для вузов / Е. И. Марковская [и др.] ; под общей редакцией Е. И. Марковской. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 491 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11317-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517362> (дата обращения: 06.03.2023).
5. Попов, Е. В. Сетевые экономические взаимодействия : монография / Е. В. Попов ; ответственный редактор В. Л. Макаров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 199 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-11270-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517001> (дата обращения: 06.03.2023).
6. Восколович, Н. А. Экономика, организация и управление общественным сектором : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович, Е. Н. Жильцов, С. Д. Еникеева ; под общей редакцией Н. А. Восколович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 324 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05345-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510895> (дата обращения: 06.03.2023).
7. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. пользователей.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к диф. зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

**Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки,	http://elibrary.ru/

	eLIBRARY.ru	технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения.

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения, демонстрационными материалами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью/ специализацией* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – <i>бакалавриата</i> по направлению подготовки 43.03.02 <i>Туризм</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20____ года	____.____.____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20____ года	____.____.____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20____ года	____.____.____



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
социально-политических институтов,
процессов и технологий

М.В. Афонин

«30» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ ПРОФИЛАКТИКИ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТЕРРОРИЗМУ И ЭКСТРЕМИЗМУ

Направление подготовки
43.03.02 Туризм

Направленность
«Экономика впечатлений»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата/специалитета соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	5
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося.....	5
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля).....	6
2.3. Содержание дисциплины (модуля).....	14
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	18
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	18
3.2. Задания для самостоятельной работы	20
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю).....	21
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	22
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).....	22
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	22
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	22
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	22
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	23
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	25
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	25
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	28
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	29
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля).....	29
5.1.1. Основная литература.....	29
5.1.2. Дополнительная литература.....	29
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	29
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	30
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	31
5.4.1. Средства информационных технологий.....	31
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:.....	31
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	31
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	32
5.6. Образовательные технологии.....	32
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	33


Рабочая программа дисциплины (модуля) «Основы профилактики и противодействия терроризму и экстремизму» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017г. № № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана: Афонин Михаил Викторович, к.ю.н., доцент, зав. кафедрой социально-политических институтов, процессов и технологий.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры социально-политических институтов, процессов и технологий.

Протокол № 10 от «30» мая 2023 года.

Заведующий кафедрой
к.ю.н., доцент



(подпись)

М.В. Афонин

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Основы профилактики и противодействия терроризму и экстремизму» являются:

- формирование у студентов комплексного представления о законодательных и теоретических основах борьбы с терроризмом, а также умений по их практической реализации;
- формирование умения в определенном законом порядке принимать законные решения и выполнять действия;
- усвоения комплекса современных юридических знаний, умений и навыков, касающиеся применения мер установленных действующим законодательством, необходимых для профессиональной деятельности

Задачи дисциплины «Основы профилактики и противодействия терроризму и экстремизму»:

- сформировать у обучающихся представление о терроризме как о негативном социальном явлении, обладающей повышенной общественной опасностью, рассмотреть основные аспекты его вредоносности;
- изучить международную правовую базу противодействия терроризму;
- проанализировать содержание составов преступлений, связанных с террористической деятельностью, предусмотренных УК РФ, их квалифицированных видов;
- сформировать навыки уголовно-правовой оценки террористических преступлений, т.е., совершать юридические действия в точном соответствии с законом и юридически правильно квалифицировать факты совершения соответствующих посягательств;
- рассмотреть подходы к профилактике названного явления на основе изучения причин и условий распространения его в современном мире;
- сформировать навыки работы с нормативным материалом и материалами судебной практики.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата/специалитета* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-10 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и	УК-10.1. Проявляет нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупционному поведению, уважительно относится к праву и закону.	Знать: понятие, содержание, формы проявления терроризма и экстремизма; действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией, проявлениями экстремизма и терроризма в различных областях

	противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.2. Предупреждает коррупционные риски в профессиональной деятельности; исключает вмешательство в свою профессиональную деятельность в случаях склонения к коррупционным правонарушениям. УК-10.3. Знает и соблюдает действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией, проявлениями экстремизма и терроризма в различных областях жизнедеятельности, в том числе в профессиональной.	жизнедеятельности, в том числе в профессиональной; Уметь: осуществлять толкование и сравнительный анализ международного и и российского законодательства; давать правовую оценку конкретной ситуации. Владеть: навыками формирования предложений по совершенствованию правозащитных механизмов.
--	-------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		1	2
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	36		36
Лекции	20		20
Практические занятия	16		16
Самостоятельная работа обучающихся	27		27
Контроль промежуточной аттестации	9		9
Форма промежуточной аттестации	зачет		зачет
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	72		72

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		1	2
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	24	24	
Лекции	16	16	
Практические занятия	8	8	
Самостоятельная работа обучающихся	39	39	
Контроль промежуточной аттестации	9	9	
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет	
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	72	72	

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 1			
		Сессия 1	Сессия 2	Сессия 3	Сессия 4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	8	4	4		
Лекции	4	4			
Практические занятия	4		4		
Самостоятельная работа обучающихся	60	32	28		
Контроль промежуточной аттестации	4		4		
Форма промежуточной аттестации			зачет		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	72	36	36		

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Семинарские/практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Семинарские/практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Семестр 2										
Раздел 1. Правовые и организационные основы противодействия терроризму в Российской Федерации	31	13	18	10		8				
Тема 1.1. Терроризм: понятие сущность, современные тенденции. Факторы, влияющие на распространение терроризма в Российской Федерации.	8	3	5	3		2				
Тема 1.2. Общая характеристика общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации. Правовое регулирование противодействия терроризму в Российской Федерации.	8	3	5	3		2				
Тема 1.3. Ресурсное обеспечение общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации	7	3	4	2		2				
Тема 1.4. Основные направления международного сотрудничества в области противодействия терроризму	8	4	4	2		2				
Раздел 2. Деятельность органов государственной власти и местного самоуправления по профилактике и борьбе с терроризмом, а также минимизации и (или)	32	14	18	10		8				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Семинарские/практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
ликвидации последствий его проявлений терроризма в Российской Федерации										
Тема 2.1. Правовые и организационные основы профилактики терроризма. Организация и проведение мониторинга состояния общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации	8	3	5	3		2				
Тема 2.2. Организация противодействия идеологии терроризма в Российской Федерации. Организация деятельности по обеспечению антитеррористической защищенности объектов (территорий) и мест массового пребывания людей	8	3	5	3		2				
Тема 2.3. Уровни террористической опасности и порядок их установления. Организация деятельности по борьбе с терроризмом.	8	4	4	2		2				
Тема 2.4. Содержание деятельности по минимизации и (или) ликвидации последствий террористических проявлений	8	4	4	2		2				
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
Форма промежуточной аттестации	зачет									
Итого по дисциплине (модулю), часов	72	27	36	20		16				

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Семинарские/практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа
Семестр 1										
Раздел 1. Правовые и организационные основы противодействия терроризму в Российской Федерации	31	19	12	8		4				
Тема 1.1. Терроризм: понятие сущность, современные тенденции. Факторы, влияющие на распространение терроризма в Российской Федерации.	8	5	3	2		1				
Тема 1.2. Общая характеристика общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации. Правовое регулирование противодействия терроризму в Российской Федерации.	8	5	3	2		1				
Тема 1.3. Ресурсное обеспечение общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации	7	4	3	2		1				
Тема 1.4. Основные направления международного сотрудничества в области противодействия терроризму	8	5	3	2		1				
Раздел 2. Деятельность органов государственной власти и	32	20	12	8		4				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Семинарские/практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа
местного самоуправления по профилактике и борьбе с терроризмом, а также минимизации и (или) ликвидации последствий его проявлений терроризма в Российской Федерации										
Тема 2.1. Правовые и организационные основы профилактики терроризма. Организация и проведение мониторинга состояния общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации	8	5	3	2			1			
Тема 2.2. Организация противодействия идеологии терроризма в Российской Федерации. Организация деятельности по обеспечению антитеррористической защищенности объектов(территорий) и мест массового пребывания людей	8	5	3	2			1			
Тема 2.3. Уровни террористической опасности и порядок их установления. Организация деятельности по борьбе с терроризмом.	8	5	3	2			1			
Тема 2.4. Содержание деятельности по минимизации и (или) ликвидации последствий террористических проявлений	8	5	3	2			1			

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Семинарские/практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
Форма промежуточной аттестации	зачет									
Итого по дисциплине (модулю), часов	72	39	24	16		8				

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Семинарские/практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Курс 1 (сессия 1-2)										
Раздел 1. Правовые и организационные основы противодействия терроризму в Российской Федерации	34	30	4	2		2				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Семинарские/практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Тема 1.1. Терроризм: понятие сущность, современные тенденции. Факторы, влияющие на распространение терроризма в Российской Федерации.	8	7	1	0,5	0,5					
Тема 1.2. Общая характеристика общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации. Правовое регулирование противодействия терроризму в Российской Федерации.	8	7	1	0,5	0,5					
Тема 1.3. Ресурсное обеспечение общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации	9	8	1	0,5	0,5					
Тема 1.4. Основные направления международного сотрудничества в области противодействия терроризму	9	8	1	0,5	0,5					
Раздел 2. Деятельность органов государственной власти и местного самоуправления по профилактике и борьбе с терроризмом, а также минимизации и (или) ликвидации последствий его проявлений терроризма в Российской	34	30	4	2	2					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия из них: в форме практической подготовки	Семинарские/практические занятия из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия из них: в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа из них: в форме практической подготовки			
Федерации										
Тема 2.1. Правовые и организационные основы профилактики терроризма. Организация и проведение мониторинга состояния общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации	8	7	1	0,5		0,5				
Тема 2.2. Организация противодействия идеологии терроризма в Российской Федерации. Организация деятельности по обеспечению антитеррористической защищенности объектов(территорий) и мест массового пребывания людей	8	7	1	0,5		0,5				
Тема 2.3. Уровни террористической опасности и порядок их установления. Организация деятельности по борьбе с терроризмом.	9	8	1	0,5		0,5				
Тема 2.4. Содержание деятельности по минимизации и (или) ликвидации последствий террористических проявлений	9	8	1	0,5		0,5				
Контроль промежуточной аттестации (час)	4									
Форма промежуточной аттестации	зачет									
Итого по дисциплине	72	60	8	4		4				

Раздел, тема (модулю), часов	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Семинарские/практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа <i>из них: в форме практической подготовки</i>			

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПРАВОВЫЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТЕРРОРИЗМУ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Перечень изучаемых элементов содержания:

Изучение основ категориального аппарата сферы противодействия терроризму и экстремизму, его ограничений, определение места в системе национального и международного права, изучение х предпосылок возникновения и юридического закрепления. Анализ вопросов борьбы с терроризмом и основ противодействия ему.

Тема 1.1. Терроризм: понятие сущность, современные тенденции. Факторы, влияющие на распространение терроризма в Российской Федерации

Перечень изучаемых элементов содержания:

Рассмотрение исторических предпосылок развития терроризма, а также соответствующей трансформации понятийно-категориального аппарата. Изучение объекта и субъектов террористической деятельности, а также рассмотрения средств материального и нематериального воздействия. Рассмотрение комплекса политических, экономических, социальных, идеологических, этнонациональных и правовых факторов, которые способствуют сохранению террористических угроз в России.

Тема 1.2. Общая характеристика общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации. Правовое регулирование противодействия терроризму в Российской Федерации

Перечень изучаемых элементов содержания:

Изучение субъектов противодействия терроризму, к которым относятся уполномоченные органы государственной власти и органы местного самоуправления, в компетенцию которых входит проведение мероприятий по противодействию терроризму, негосударственные организации и объединения, а также граждане, оказывающие содействие органам

государственной власти и органам местного самоуправления в осуществлении антитеррористических мероприятий.

Изучение правовой основы противодействия терроризму в Российской Федерации:

- Конституция Российской Федерации как нормативный правовой акт, имеющий высшую юридическую силу и прямое действие на всей территории страны;
- имплементированные в национальную правовую систему нормы международного права (Россией подписаны и ратифицированы все 13 универсальных конвенций Организации Объединенных Наций в сфере противодействия терроризму, среди которых: Конвенция 1970 г. о борьбе с незаконным захватом воздушных судов, Конвенция 1979 г. о борьбе с захватом заложников. Конвенция 1988 г. о борьбе с незаконными актами, направленными против морского судоходства. Конвенция 1990 г. о маркировке пластических взрывчатых веществ в целях их обнаружения.
- Конвенция 2005 г. о борьбе с актами ядерного терроризма и др.);
- федеральные законы (от 6 марта 2006 г. № 35-ФЗ «О противодействии терроризму», от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ «О безопасности», от 3 апреля 1995 г. № 40-ФЗ «О федеральной службе безопасности» и др.);
- подзаконные нормативные правовые акты (Указ Президента Российской Федерации от 15 февраля 2006 г. №116 «О мерах по противодействию терроризму», Указ Президента Российской Федерации от 26 декабря 2015 г. № 664 «О мерах по совершенствованию государственного управления в области противодействия терроризму», постановление Правительства Российской Федерации от 4 мая 2008 г. № 333 «О компетенции федеральных органов исполнительной власти, руководство деятельностью которых осуществляет Правительство Российской Федерации, в области противодействия терроризму», ведомственные нормативные правовые акты).

Тема 1.3. Ресурсное обеспечение общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации

Перечень изучаемых элементов содержания:

Рассматриваются вопросы материально-технического обеспечения, а также финансирования органов общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации. Изучена кадровая политика данной системы.

Тема 1.4. Основные направления международного сотрудничества в области противодействия терроризму

Перечень изучаемых элементов содержания:

Изучение форм международного сотрудничества в области противодействия терроризму. Рассмотрение механизмов Организации Объединенных Наций, Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе, Европейского союза, Шанхайской организации сотрудничества, Содружества Независимых Государств, Организации Договора о коллективной безопасности, Лиги арабских государств, других международных организаций универсального (глобального), регионального и субрегионального уровней и образованных ими рабочих и консультативных органов.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1: Общая характеристика общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации. Правовое регулирование противодействия терроризму в Российской Федерации.

Форма практического задания 1: сравнительно-правовое исследование.

Студентам предлагается провести сравнительно-правовое исследование антитеррористического законодательства России и зарубежной страны, найти схожее и отличное.

Тема практического занятия 2: Основные направления международного сотрудничества в области противодействия терроризму

Форма практического задания 2: групповое обсуждение.

Примерный перечень вопросов:

1. Какие международные организации участвуют в развитии и совершенствовании международного сотрудничества в области противодействия терроризму?
2. Назовите основные конвенции ООН по противодействию терроризму.
3. Перечислите основные направления международного сотрудничества России в сфере противодействия терроризму.
4. Раскройте и охарактеризуйте основные уровни антитеррористического сотрудничества.
5. Опишите формы, методы и виды международного антитеррористического сотрудничества.
6. Каковы перспективы развития международного сотрудничества в области противодействия терроризму?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – устный опрос.

РАЗДЕЛ 2. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ ПО ПРОФИЛАКТИКЕ И БОРЬБЕ С ТЕРРОРИЗМОМ, А ТАКЖЕ МИНИМИЗАЦИИ И (ИЛИ) ЛИКВИДАЦИИ ПОСЛЕДСТВИЙ ЕГО ПРОЯВЛЕНИЙ ТЕРРОРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Перечень изучаемых элементов содержания:

Изучение правовых и организационных основ профилактики терроризма, организации и проведения мониторинга состояния общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации. Изучить уровни террористической опасности и порядок их установления.

Тема 2.1. Правовые и организационные основы профилактики терроризма. Организация и проведение мониторинга состояния общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации

Перечень изучаемых элементов содержания:

Изучение действующего законодательства РФ в сфере профилактики терроризма. Рассмотрение методов общей и индивидуальной профилактики, а также форм профилактического воздействия:

- правовое просвещение и правовое информирование;
- профилактическая беседа;
- объявление официального предостережения о недопустимости действий, создающих условия для совершения правонарушений, либо недопустимости продолжения антиобщественного поведения;
- профилактический учет;
- внесение представления об устранении способствующих совершению правонарушения: причин и условий, профилактический надзор;
- социальная адаптация;
- ресоциализация;

- социальная реабилитация;
- помощь лицам, пострадавшим от правонарушений или подверженным риску стать таковыми.

Тема 2.2. Организация противодействия идеологии терроризма в Российской Федерации. Организация деятельности по обеспечению антитеррористической защищенности объектов(территорий) и мест массового пребывания людей

Перечень изучаемых элементов содержания:

Изучение идеологии терроризма (идеологии насилия), под которой понимается совокупность идей, концепций, верований, догматов, целевых установок, лозунгов, обосновывающих необходимость террористической деятельности и направленных на мобилизацию людей для участия в ней. Рассмотрение организационных основ противодействия терроризму, в формировании которых участвуют Президент Российской Федерации, Правительство Российской Федерации, федеральные органы исполнительной власти, высшие должностные лица субъекта Российской Федерации (руководители высших исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации), высшие исполнительные органы государственной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления.

Тема 2.3. Уровни террористической опасности и порядок их установления. Организация деятельности по борьбе с терроризмом.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Изучение порядка определения уровней террористической опасности в Российской Федерации, также порядка их установления. Рассмотрения борьбы с терроризмом, под которой понимается деятельность уполномоченных органов государственной власти по выявлению, предупреждению, пресечению террористической деятельности, раскрытию и расследованию преступлений террористического характера.

Тема 2.4. Содержание деятельности по минимизации и (или) ликвидации последствий террористических проявлений

Перечень изучаемых элементов содержания:

Рассмотрение основных задач, связанных с минимизацией и ликвидацией террористических проявлений:

- недопущение (минимизация) человеческих потерь, исходя из приоритета жизни и здоровья человека над материальными и финансовыми ресурсами;
- своевременное проведение аварийно-спасательных работ после совершения террористического акта;
- минимизация последствий террористического акта и его неблагоприятного морально-психологического воздействия на общество или отдельные социальные группы;
- восстановление поврежденных или разрушенных в результате террористического акта объектов;
- возмещение в соответствии с законодательством Российской Федерации вреда, причиненного лицам, пострадавшим в результате террористического акта;
- оказание экстренной медицинской помощи; медико-психологическое сопровождение аварийно-спасательных и противопожарных мероприятий;
- социальная реабилитация лиц, пострадавших в результате террористического акта, и лиц, участвовавших в его пресечении;
- восстановление нормального функционирования и экологической безопасности объектов, подвергшихся террористическому воздействию.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 1: Организация противодействия идеологии терроризма в Российской Федерации. Организация деятельности по обеспечению антитеррористической защищенности объектов (территорий) и мест массового пребывания людей.

Форма практического задания 1: групповое обсуждение.

Примерный перечень вопросов:

1. Что понимается под идеологией терроризма?
2. Назовите цель деятельности по противодействию идеологии терроризма. По каким основным направлениям осуществляется противодействие идеологии терроризма?
3. Какие функции реализуются АТК в сфере противодействия идеологии терроризма?
4. Что включает организация работы по противодействию идеологии терроризма на территории субъекта Российской Федерации?
5. Назовите и раскройте задачи, которые решаются в ходе реализации Комплексного плана по противодействию идеологии терроризма на 2019-2023гг.

Тема практического занятия 2: Содержание деятельности по минимизации и (или) ликвидации последствий террористических проявлений.

Форма практического задания 2: групповое обсуждение.

Примерный перечень вопросов:

1. Какие органы федеральной исполнительной власти участвуют в минимизации и (или) ликвидации последствий террористических актов?
2. Какие основные задачи решаются в процессе ликвидации последствий терактов в Российской Федерации?
3. Какие нормативные правовые акты регулируют минимизацию и (или) ликвидацию террористических проявлений в Российской Федерации?
4. Что такое социальная реабилитация лиц, пострадавших от терактов? Опишите содержание психологических и медицинских мероприятий, которые осуществляются после терактов.
5. Перечислите мероприятия по минимизации и ликвидации чрезвычайных ситуаций

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – тестирование.

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 2)		
Раздел 1. Правовые и организационные основы противодействия терроризму в Российской Федерации	6	Подготовка аналитического задания
	7	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

Раздел 2. Деятельность органов государственной власти и местного самоуправления по профилактике и борьбе с терроризмом, а также минимизации и (или) ликвидации последствий его проявлений терроризма в Российской Федерации	6	Подготовка к групповому обсуждению
	8	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Общий объем по модулю/семестру, часов	27	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	27	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 1)		
Раздел 1. Правовые и организационные основы противодействия терроризму в Российской Федерации	6	Подготовка аналитического задания
	13	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2. Деятельность органов государственной власти и местного самоуправления по профилактике и борьбе с терроризмом, а также минимизации и (или) ликвидации последствий его проявлений терроризма в Российской Федерации	6	Подготовка к групповому обсуждению
	14	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Общий объем по модулю/семестру, часов	39	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	39	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (курс 2, сессии 1, 2)		
Раздел 1. Правовые и организационные основы противодействия терроризму в Российской Федерации	6	Подготовка аналитического задания
	24	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 2. Деятельность органов государственной власти и местного самоуправления по профилактике и борьбе с терроризмом, а также минимизации и (или) ликвидации последствий его проявлений терроризма в Российской Федерации	6	Подготовка к групповому обсуждению
	24	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

Общий объем по дисциплине (модулю), часов	60	
-------------------------------------------	----	--

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Дайте определение терроризму.
2. Раскройте основные признаки терроризма как социально-политического явления.
3. Раскройте понятия: объект, субъект, силы и средства террористической деятельности.
4. Назовите и раскройте способы использования сети «Интернет» террористическими структурами.
5. Назовите и раскройте факторы, способствующие сохранению террористических угроз в Российской Федерации.
6. Охарактеризуйте особенности деятельности международных террористических организаций.
7. Перечислите и раскройте направления, задачи и формы антироссийской деятельности международных террористических организаций.
8. Раскройте классификацию источников финансирования террористической деятельности.
9. Опишите структуру общегосударственной системы противодействия терроризму.
10. Назовите состав (по должностям) антитеррористической комиссии в субъекте Российской Федерации, оперативного штаба в субъекте Российской Федерации.
11. Перечислите основные задачи антитеррористической комиссии в субъекте Российской Федерации.
12. Каковы основные цели создания оперативных штабов в субъектах Российской Федерации и оперативных штабов в морских районах (бассейнах)?
13. Какие функции выполняют антитеррористические комиссии муниципальных образований?
14. Какова компетенция Федеральной службы безопасности Российской Федерации в сфере противодействия терроризму?
15. В каких документах изложены концептуальные основы противодействия терроризму в Российской Федерации?
16. В соответствии с какими нормативными правовыми актами создан
17. Национальный антитеррористический комитет?
18. Кто является руководителем Национального антитеррористического комитета?
19. Какие должностные лица входят в состав Национального антитеррористического комитета?
20. Назовите основные направления деятельности федеральных органов исполнительной власти, руководство деятельностью которых осуществляет Правительство Российской Федерации, в сфере противодействия терроризму.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Что понимается под идеологией терроризма?
2. Назовите цель деятельности по противодействию идеологии терроризма. По каким основным направлениям осуществляется противодействие идеологии терроризма?
3. Какие функции реализуются АТК в сфере противодействия идеологии терроризма?
4. Что включает организация работы по противодействию идеологии терроризма на территории субъекта Российской Федерации?

5. Назовите и раскройте задачи, которые решаются в ходе реализации Комплексного плана по противодействию идеологии терроризма на 2019-2023гг.
6. Какие органы федеральной исполнительной власти участвуют в минимизации и (или) ликвидации последствий террористических актов?
7. Какие основные задачи решаются в процессе ликвидации последствий терактов в Российской Федерации?
8. Какие нормативные правовые акты регулируют минимизацию и (или) ликвидацию террористических проявлений в Российской Федерации?
9. Что такое социальная реабилитация лиц, пострадавших от терактов? Опишите содержание психологических и медицинских мероприятий, которые осуществляются после терактов.
10. Перечислите мероприятия по минимизации и ликвидации чрезвычайных ситуаций

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Выполнение аналитического задания.

Аналитическое задание – вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель аналитического задания состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании аналитического задания слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания аналитического задания разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций. Темы аналитического задания преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы аналитического задания может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Аналитическое задание проводится письменно, по объему не более 5 листов формата А4.

Требования к оформлению аналитического задания:

Аналитическое задание выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или

рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачет, который проводится в устной форме.

4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 – балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1.	<p>Раздел 1. Правовые и организационные основы противодействия терроризму в Российской Федерации</p>	УК-10	Устный опрос	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение терроризму. 2. Раскройте основные признаки терроризма как социально-политического явления. 3. Раскройте понятия: объект, субъект, силы и средства террористической деятельности. 4. Назовите и раскройте способы использования сети «Интернет» террористическими структурами. 5. Позовите и раскройте факторы, способствующие сохранению террористических угроз в Российской Федерации. 6. Охарактеризуйте особенности деятельности международных террористических организаций. 7. Перечислите и раскройте направления, задачи и формы антироссийской деятельности международных террористических организаций. 8. Раскройте классификацию источников финансирования террористической деятельности. 9. Опишите структуру общегосударственной системы противодействия терроризму. 10. Назовите состав (по должностям) антитеррористической комиссии в субъекте Российской Федерации, оперативного штаба в субъекте Российской Федерации. 11. Перечислите основные задачи антитеррористической комиссии в субъекте Российской Федерации. 12. Каковы основные цели создания оперативных штабов в субъектах Российской Федерации и оперативных штабов в морских районах (бассейнах)? 13. Какие функции выполняют антитеррористические комиссии муниципальных образований? 14. Какова компетенция Федеральной службы безопасности Российской Федерации в сфере противодействия терроризму? 15. В каких документах изложены концептуальные основы противодействия терроризму в Российской Федерации? 16. В соответствии с какими нормативными правовыми актами создан 17. Национальный антитеррористический комитет?

				<p>18. Кто является руководителем Национального антитеррористического комитета?</p> <p>19. Какие должностные лица входят в состав Национального антитеррористического комитета?</p> <p>20. Назовите основные направления деятельности федеральных органов исполнительной власти, руководство деятельностью которых осуществляет Правительство Российской Федерации, в сфере противодействия терроризму.</p>
2.	<p>Раздел 2. Деятельность органов государственной власти и местного самоуправления по профилактике и борьбе с терроризмом, а также минимизации и (или) ликвидации последствий его проявлений терроризма в Российской Федерации</p>	УК-10	тестирование	<p>* ФИО <input type="text"/> полностью</p> <p>* Название группы <input type="text"/> как указано в расписании занятий</p> <p>* Согласно Федеральному закону от 6 марта 2006 г. № 35-ФЗ «О противодействии терроризму» терроризм - это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> практика воздействия на принятие решения органами государственной власти и органами местного самоуправления с помощью противоправных насильственных действий <input type="checkbox"/> деятельность незаконных вооруженных формирований по захвату мест массового пребывания людей <input type="checkbox"/> идеология насилия и практика воздействия на принятие органами государственной власти, органами местного самоуправления или международными организациями, связанные с устрашением населения и (или) иными формами противоправных насильственных действий <input type="checkbox"/> устрашение населения и органов государственной власти различными формами противоправных насильственных действий

			<p>*организует работу по оказанию медицинской и иной помощи лицам, пострадавшим в результате террористического акта, совершенного на территории субъекта Российской Федерации, и лицам, участвующим в его пресечении, проведение аварийно-спасательных работ, восстановление нормального функционирования и экологической безопасности поврежденных или разрушенных объектов в случае совершения террористического акта на территории субъекта Российской Федерации.</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Высшее должностное лицо субъекта Российской Федерации<input type="radio"/> Правительство Российской Федерации<input type="radio"/> Высший исполнительный орган государственной власти субъекта Российской Федерации<input type="radio"/> Президент Российской Федерации
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
УК-10	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие и истоки терроризма. 2. Концептуальные аспекты анализа терроризма. 3. Классификация проявления терроризма. 4. Факторы, обуславливающие возникновение и развитие терроризма. 5. Классификация террористических актов. 6. Разновидности терроризма. 7. Общая характеристика и структура ФЗ РФ «О противодействии терроризму». 8. Классификация видов терроризма. 9. Антитеррористический центр государств СНГ. 10. Основные задачи контртеррористической деятельности. 11. История терроризма в России. 12. Современные особенности терроризма в России. 13. Молодёжный экстремизм и терроризм. 14. Причины проявления терроризма. 15. Основные направления противодействия терроризму. 16. Понятие террористической организации. 17. Внешние и внутренние носители террористических угроз. 18. Основные признаки террористических организаций. 19. Структура террористической организации. Виды террористических организаций. 20. Основные направления выявления террористических организаций. 21. Способы совершения террористических действий. 22. Особенности национального терроризма. 23. Особенности политического терроризма. 24. Особенности криминального терроризма. 25. Специфика религиозного терроризма. 26. Специфика криминального терроризма. 27. Специфика экологического терроризма. 28. Проблемы противодействию финансированию терроризма. 29. Террористическая деятельность на Северном Кавказе РФ. 30. Внешние факторы, влияющие на распространение терроризма. 31. Основные цели террористических акций. 32. Роль средств массовой информации противодействию терроризма. 33. Факторы, влияющие на распространение терроризма в России. 34. Российские правовые основы борьбы с терроризмом. 35. Международный терроризм и антитерроризм. 36. Истоки борьбы с терроризмом на международном уровне. 37. Международные правовые основы борьбы с терроризмом. 38. Виды и формы международного терроризма. 39. Признаки международного терроризма. 40. Международный терроризм: современные тенденции формирования. 41. Терроризм как форма проявления агрессии. 42. Международные механизмы борьбы с терроризмом. 43. Выбор стратегии и методы борьбы с терроризмом. 44. Борьба с финансированием терроризма. 45. Правовое регулирование борьбы с терроризмом. 46. Государственные органы, обеспечивающие борьбу с терроризмом. 47. Защита от террористических актов с взрывами и захватами заложников.

	48. Противодействие похищениям людей. 49. Охрана и защита территорий и помещений. 50. Действия руководителей организаций, предприятий в случае возникновения чрезвычайных ситуаций, связанных с обнаружением взрывных устройств, угрозами взрывов, захватом заложников.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Комплексный план противодействия идеологии терроризма в Российской Федерации на 2019 – 2023 годы [Электронный ресурс] // Национальный антитеррористический комитет. – Режим доступа: <http://nac.gov.ru/terrorizmu-net/kompleksnyy-plan-protivodeystviya-ideologii-terrorizma-v.html>

2. Алексеева, Д. Г. Правовые основы обеспечения финансовой устойчивости кредитных организаций : учебное пособие для вузов / Д. Г. Алексеева, С. В. Пыхтин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 90 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9370-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452810> (дата обращения: 28.02.2023)

3. Политический экстремизм: сущность, проявления, меры противодействия Арчаков, М. К. Политический экстремизм: сущность, проявления, меры противодействия : монография / М. К. Арчаков ; под научной редакцией Ю. А. Ермакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 295 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-06754-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455371> (дата обращения: 28.02.2023).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года [Электронный ресурс] // Президент России. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/supplement/424>

2. Концепция противодействия терроризму в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Консультант. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_92779/

3. Федеральный закон о противодействии терроризму от 6 марта 2006 г. [Электронный ресурс] // Консультант. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58840/

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская	Электронная библиотека, обеспечивающая	http://biblioclub.ru/

	библиотека онлайн»	доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/
6.	ЭБС издательства "ЛАНЬ"	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://e.lanbook.com/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с

инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;

- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время передать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам,	https://urait.ru/

		учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью: стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом; техническими средствами обучения видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет, а также демонстрационными печатными пособиями.

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью: стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом; техническими средствами обучения видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет, а также демонстрационными печатными пособиями и демонстрационными материалами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбор конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета института на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – <i>бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017г. № № 516	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета института № _____ от «____» _____ 20____ года	__.:__._____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета института № _____ от «____» _____ 20____ года	__.:__._____



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшая школа индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
27 апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ И
ЗА РУБЕЖОМ**

Направление подготовки
43.03.02 «Туризм»

Направленность
«Экономика впечатлений»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	5
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	12
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	18
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	19
3.2. Задания для самостоятельной работы	20
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	25
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	25
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	25
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	26
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	28
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	33
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	35
5.1.1. Основная литература.....	36
5.1.2. Дополнительная литература	36
5.4.1. Средства информационных технологий	38
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	38
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	39
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	42

Рабочая программа дисциплины (модуля) «История индустрии туризма и гостеприимства в России и за рубежом» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 *Туризм* (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) «История индустрии туризма и гостеприимства в России и за рубежом» разработана рабочей группой в составе: канд. геогр. наук, доцента Хетагуровой В.Ш.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства (выпускающая кафедра) Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент



В.Ш. Хетагурова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей :

ООО «Спутник»
директор



А.В. Горбачевская

(подпись)

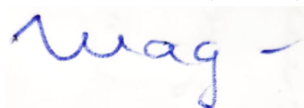
Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Кандидат исторических наук,
Ведущий советник Отдела по
взаимодействию с органами
государственной власти АНО «Больше,
чем путешествие», Москва



М.С. Федорова

(подпись)



Кандидат экономических наук, доцент
Доцент кафедры ресторано-
гостиничного бизнеса и гастрономии
(РГСУ)

И.Г. Шадская

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний об истории возникновения и развития индустрии туризма и гостеприимства; понимания сервисной и туристической деятельности как специфического типа «услуги» в современном обществе потребления, парадоксальность которой состоит в реализации коммерческой коммуникации в сфере социально-культурных и общественных практик. Предметом изучения курса является познание опыта и традиций практики путешествий, туристического движения, коммерческой деятельности в области туризма и сервиса в формате основных европейских, северо-американских и российских школ и подходов. Курс призван заложить фундамент профессиональной системы взглядов на современную туристическую и сервисную деятельность и перспективы ее развития.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Изучение традиций и реальных практик туризма и сервиса в их исторической ретроспективе
2. Изучение истории в сфере туризма и гостеприимства в контексте систематизации основных школ сервисного и туристического дела
3. Выявление закономерностей в развитии туризма и гостеприимства
4. Исследование формирования общекультурных, социально-личностных и профессиональных компетенций в области туристической и сервисной деятельности.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-2, ОПК-6 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Управление	ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью	ОПК-2.1 Определяет цели и задачи управления структурными подразделениями объектов туристской сферы ОПК-2.2 Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных	<i>Знать:</i> основные периоды становления туризма и гостеприимства, принципы периодизации, специфику распространения практики путешествий в разных странах и регионах; главные события в истории туризма и сервиса, которые означали развитие и совершенствование этой сферы деятельности. <i>Уметь:</i> определять существенные характеристики сервиса гостеприимства в разные эпохи; составлять содержание и мотивацию, исторически возникших видов туризма; выявлять и применять на практике исторически сложившиеся методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности в туристической индустрии. <i>Владеть:</i> навыками анализа информационных источников состояния туристского дела в разные эпохи; навыками установления особенностей

		сотрудников объектов туристской сферы	различных типов путеводителей и артефактов картографии; установления закономерностей в развитии туризма как сферы бизнеса.
Право	ОПК-6 Способен применять законодательств о Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональн ой деятельности	ОПК-6.1 Осуществляет поиск и обоснованно применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области ОПК-6.2 Соблюдает законодательство Российской Федерации о предоставлении туристских услуг ОПК-6.3 Обеспечивает документооборот в соответствии с нормативными требованиями	<i>Знать:</i> социокультурную специфику деятельности в сфере туризма и сервиса в различных странах в разные исторические эпохи; основные инновационные концепции сервиса и туризма, возникшие в Новое время и в современную эпоху. <i>Уметь:</i> выявлять связь концептуальных подходов к туризму и конкретных форм их реализации на практике; применять теоретические концепции в сфере туризма и гостеприимства для решения конкретных задач на основе соблюдения законодательства Российской Федерации о предоставлении туристских услуг. <i>Владеть:</i> владеть навыками консультационной деятельности по экспертному анализу инноваций в сфере туризма и гостеприимства и социальному направлению бизнеса в целом; навыками применения принципов межкультурных коммуникаций и толерантного поведения при формировании туристических и сервисных продуктов в соответствии с нормативными требованиями.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	56	56			
Лекционные занятия	18	18			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	36	36			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации / Иная контактная работа	2	2			

<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	34				
Контроль промежуточной аттестации	18				
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	108	108			

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	38	38			
Лекционные занятия	12	12			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	24	24			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации / Иная контактная работа	2	2			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	52	52			
Контроль промежуточной аттестации	18	18			
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	108	108			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 1		Курс 2	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	14		14		
Лекционные занятия	4		4		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	8		8		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации / Иная контактная работа	2		2		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					

Самостоятельная работа обучающихся	85		85		
Контроль промежуточной аттестации	9		9		
Форма промежуточной аттестации	экзамен		экзамен		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	108		108		

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	из них, в форме практической подготовки	Семинарские / практические занятия	из них, в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа
Модуль 1 (Семестр 1)								
Раздел 1 Формирование сферы гостеприимства: мировой зарубежный опыт	28	10	18	6		12		
Раздел 1.1 Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена, средневековье, эпоху Великих географических открытий	14	6	8	2		6		
Раздел 1.2 Формирование основных видов туризма и история гостеприимства в XVIII-начале XX в.	14	4	10	4		6		

Раздел 2 История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры	32	14	18	6		12			
Раздел 2.1 Формирование сферы туризма и гостеприимства в дореволюционной России	16	6	10	4		6			
Раздел 2.2 Развитие туризма и гостеприимства в России в 20 веке: пролетарский туризм, ведомственный и самодеятельный туризм	16	8	8	2		6			
Раздел 3 Инновационные изменения в туризме в XX веке	28	10	18	6		12			
Раздел 3.1 Инновации гостиничного сервиса и инновации туристского продукта в XX веке	14	6	8	2		6			
Раздел 3.2 Организационные структуры и правовые основания международного туризма	14	4	10	4		6			
Контроль промежуточной аттестации (час)	18								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	экзамен								
Общий объем, часов	108	34	56	18		36		2	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия <i>из них, в форме практической подготовки</i>	Семинарские / практические занятия <i>из них, в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Модуль 1 (Семестр 1)									
Раздел 1 Формирование сферы гостеприимства: мировой зарубежный опыт	28	16	12	4		8			
Раздел 1.1 Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена, средневековье, эпоху Великих географических открытий	14	8	6	2		4			
Раздел 1.2 Формирование основных видов туризма и история гостеприимства в XVIII-начале XX в.	14	8	6	2		4			
Раздел 2 История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры	32	20	12	4		8			
Раздел 2.1 Формирование сферы туризма и гостеприимства в	16	10	6	2		4			

дореволюционной России									
Раздел 2.2 Развитие туризма и гостеприимства в России в 20 веке: пролетарский туризм, ведомственный и самодеятельный туризм	16	10	6	2		4			
Раздел 3 Инновационные изменения в туризме в XX веке	28	16	12	4		8			
Раздел 3.1 Инновации гостиничного сервиса и инновации туристского продукта в XX веке	14	8	6	2		4			
Раздел 3.2 Организационные структуры и правовые основания международного туризма	14	8	6	2		4			
Контроль промежуточной аттестации (час)	18								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	экзамен								
Общий объем, часов	108	52	38	12		24		2	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов		
	Всего	онлайн	я
	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		

			Всего	Лекционные занятия	<i>из них, в форме практической подготовки</i>	Семинарские / практические занятия	<i>из них, в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа	<i>из них: в форме практической подготовки</i>
Модуль 1 (Курс 1. Семестр 3-4)									
Раздел 1 Формирование сферы гостеприимства: мировой зарубежный опыт	36	32	4	4					
Раздел 1.1 Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена, средневековье, эпоху Великих географических открытий	18	16	2	2					
Раздел 1.2 Формирование основных видов туризма и история гостеприимства в XVIII-начале XX в.	18	16	2	2					
Раздел 2 История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры	36	32	4			4			
Раздел 2.1 Формирование сферы туризма и гостеприимства в дореволюционной России	18	16	2			2			
Раздел 2.2 Развитие туризма и	18	16	2			2			

гостеприимства в России в 20 веке: пролетарский туризм, ведомственный и самодеятельный туризм									
Раздел 3 Инновационные изменения в туризме в XX веке	25	21	4			4			
Раздел 3.1 Инновации гостиничного сервиса и инновации туристского продукта в XX веке	13	11	2			2			
Раздел 3.2 Организационные структуры и правовые основания международного туризма	12	10	2			2			
Контроль промежуточной аттестации (час)	9								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	экзамен								
Общий объем, часов	108	85	14	4		8		2	

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Формирование сферы гостеприимства и туризма: мировой зарубежный опыт

Перечень изучаемых элементов содержания

Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства. Периодизация путешествий, гостеприимство: смысл и история понятий и терминов. Мотивация и сервис путешествий в античные времена. Средневековье: люди и дороги, гостиницы и таверны. Эпоха «круглой земли»: золотой век путешествий. Формирование инфраструктуры путешествий. Формирование основных видов туризма в XVIII-начале XX в. Ресторан и гостиница: гости и хозяева. Эпоха железных дорог и массового туризма. Фирма Томаса Кука. Литература и по истории туризма и гостеприимства. История гостеприимства в XVIII-начале XX в. Инновации туристского продукта и организационные структуры и правовые основания международного туризма в XX

веке. Мировой туризм: риски и перспективы. Концептуальные подходы к развитию туризма и гостеприимства в конце XX – начале XXI века.

Тема 1.1. Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена, средневековье, эпоху Великих географических открытий

Перечень изучаемых элементов содержания:

Путешествия, туризм и сервис путешествий. Периодизация путешествий, гостеприимство: смысл и история понятий и терминов. Литература по истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена. Достопримечательности и развлечения как мотивация античных путешественников. Сервис путешествий в античные времена. Накопление сведений о разных территориях. Древние карты и описание земель. Новые мотивации путешествий в Средневековье. Великие путешественники Средневековья. Паломничество как вид средневекового путешествия. Событийный и образовательный туризм Средневековья. Гостиницы и таверны как туристский сервис средневековой Европы. Маршруты, карты и путеводители Средневековья. Эпоха «круглой земли»: золотой век путешествий. Географические открытия. Эпоха «круглой земли»: землепроходцы и открыватели новых земель. Типы путеводителей в новое время. Формирование инфраструктуры путешествий: дилижанс и гостиница. Факторы изменения статуса путешествий в эпоху дилижанса. Становление придорожного сервиса. Паспорт путешественника как условие безопасности туризма.

Тема 1.2. Формирование основных видов туризма и история гостеприимства в XVIII-начале XX в

Перечень изучаемых элементов содержания:

Формирование основных видов туризма в XVIII-начале XX в. Grand Tour образованного англичанина как тип культурно-образовательного туризма. Альпинизм и спортивный туризм как спорт и отдых. Отдых у моря: динамика концепции пляжного отдыха. Репрезентация побережья как пространства отдыха: курортный дизайн и сервис. Формирование спа-курортов и оздоровительного туризма. Экологическое движение и туризм. Ресторан и гостиница: гости и хозяева. Продвижение новых видов продуктов и сервиса в Европе Нового времени. Появление ресторана как вида сервиса питания в Европе. Гостиничное дело в США: рождение сервисных стандартов. Эпоха железных дорог и массового туризма. Фирма Томаса Кука. История гостеприимства в XVIII-начале XX в. Инновации туристского продукта и организационные структуры и правовые основания международного туризма в XX веке. Сервис индустрии развлечений. Мировой туризм: риски и перспективы.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1.1: Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства. Мотивация и сервис путешествий в античные времена, средневековье, эпоху Великих географических открытий

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Сервис путешествий в эпоху Античности. Древние карты и описания земель
2. Достопримечательности и развлечения как мотивация античных путешественников
3. Новые мотивации путешествий в Средневековье.
4. Великие путешественники Средневековья.

5. Паломничество как вид средневекового путешествия.
6. Событийный и образовательный туризм Средневековья.
7. Гостиницы и таверны как туристский сервис средневековой Европы.
8. Маршруты, карты и путеводители Средневековья.
9. Эпоха «круглой земли»: золотой век путешествий. Географические открытия.
10. Эпоха «круглой земли»: землепроходцы и открыватели новых земель. Типы путеводителей в новое время. Формирование инфраструктуры путешествий

Тема практического занятия 1.2: Формирование основных видов туризма и история гостеприимства в XVIII-начале XX в

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Альпинизм и спортивный туризм как спорт и отдых
2. Отдых у моря: динамика концепции пляжного отдыха
3. Репрезентация побережья как пространства отдыха: курортный дизайн и сервис
4. Формирование спа-курортов и оздоровительного туризма
5. Ресторан и гостиница: история появления
6. Эпоха железных дорог и массового туризма.
7. Инновации гостиничного сервиса в XX веке.
8. Новые виды заведений питания в XX веке
9. Мировой туризм: риски и перспективы.
10. Концептуальные подходы к развитию туризма и гостеприимства в XX в.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 2. История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры

Перечень изучаемых элементов содержания:

Путешественники и литература путешествий в России. Древнерусские военные и торговые пути. Система сообщения и способы передвижения в московском государстве. Путешествия русских людей в Средние века. Образовательные и культурные поездки русских за границу в новое время. Русское географическое общество. Паломническое движение в России. Оздоровительный туризм в России Нового времени. Издание путеводителей и карт нового типа в России. Ресторанный сервис в России: истоки, типология, специфика. Клубный туризм в имперской России. Туризм как бизнес в имперской России. Пролетарский туризм. Ведомственный (профсоюзный) туризм, самостоятельный туризм второй половины XX века. Советское экскурсионное движение в рамках Российского общества туристов. Формирование и эволюция концепции пролетарского туризма. Новые виды и мотивация советского туризма в деятельности Общества пролетарского туризма и экскурсий. Инновационные характеристики советского пролетарского туризма. Пролетарский туризм: организация движения и длительность. Пролетарский туризм: сервис путешественника. Ведомственный (профсоюзный) и самостоятельный туризм второй половины XX века.

Тема 2.1. Формирование сферы туризма и гостеприимства в дореволюционной России

Перечень изучаемых элементов содержания:

Древнерусские военные и торговые пути. Система сообщения и способы передвижения в московском государстве. Путешествия русских людей в Средние века. Образовательные и культурные поездки русских за границу в новое время. Русское географическое общество. Паломническое движение в России. Оздоровительный туризм в России Нового времени. Издание путеводителей и карт нового типа в России. Ресторанный сервис в России: истоки, типология, специфика. Клубный туризм в имперской России. Туризм как бизнес в имперской России.

Тема 2.2. Развитие туризма и гостеприимства в России в 20 веке: пролетарский туризм, ведомственный и самодельный туризм

Перечень изучаемых элементов содержания:

Пролетарский туризм. Ведомственный (профсоюзный) туризм, самодельный туризм второй половины XX века. Советское экскурсионное движение в рамках Российского общества туристов. Формирование и эволюция концепции пролетарского туризма. Деятельность общества пролетарского туризма и экскурсий по реализации концепции пролетарского туризма. Новые виды и мотивация советского туризма в деятельности Общества пролетарского туризма и экскурсий. Инновационные характеристики советского пролетарского туризма. Пролетарский туризм: организация движения и длительность. Пролетарский туризм: сервис путешественника. Ведомственный (профсоюзный) и самодельный туризм второй половины XX века.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 2.1: Формирование сферы туризма и гостеприимства в дореволюционной России

Форма практического задания: кейс-задание

Темы задания:

1. Отметьте на географической карте маршруты путешествий русских землепроходцев и первооткрывателей XVI-XIX веков.
2. Отметьте на карте центры паломничества, которые посещались русскими людьми.
3. Прочтите «Хождение за три моря» Афанасия Никитина и выделите те характеристики, которые могут быть отнесены к туристическому потенциалу.
4. Отметьте на карте места оздоровительного туризма, освоенные в России до XX века.
5. Изучите значение терминов (землепроходцы, фронтир, пустынь, ям, ямщик), используя справочный материал
6. В чем состояла особенность маршрутов русских путешественников в эпоху Великих географических открытий?
7. В чем состояло сходство и различия ямской службы в России и почтовой службы в Европе?

Тема практического занятия 2.2: Развитие туризма и гостеприимства в России в 20 веке: пролетарский туризм, ведомственный и самодельный туризм.

Форма практического задания: кейс-задание

Варианты заданий:

Вариант 1.

1. Выделите те характеристики деятельности Интуриста, которые соответствовали международным правилам, и те, которые соответствовали концепции пролетарского туризма, опираясь на предложенные параметры.

Параметры деятельности	Международные правила	Принципы пролетарского туризма
Контингент потребителей		
Коммерческая рентабельность		
Содержание туров и экскурсий		
Маршруты экскурсий		
Цели и задачи организации		

2. На основании текста лекции и дополнительной литературы перечислите средства информации о туризме и путешествиях в первой половине XX века. Какие из них сохранили традиции дореволюционных туристских изданий?
3. Почему для Интуриста готовили не только гидов-переводчиков, но и гидов-лекторов?
4. Перечислите факторы, которые препятствовали формированию международных стандартов сервиса в советской системе гостеприимства. Выделите те, которые не действовали в системе Интуриста.
5. На основе каких принципов осуществлялся социальный туризм?
6. В чем состояло политическое значение Интуриста?

Вариант 2.

1. Каким образом и в чем проявлялись идеологические задачи в молодежном и спортивном туризме в СССР?
2. Проанализируйте основные отличия ведомственного и самодеятельного туризма по предложенным параметрам.

Параметры сравнения	Ведомственный туризм	Самодеятельный туризм
Цели и задачи		
Состав участников		
Маршруты		
Способы передвижения		
Сервис проживания и питания		
Мотивация		

3. На основании текста лекции и дополнительной литературы составьте перечень принципов и стандартов советского сервиса гостеприимства. На каких политических позициях они основаны?
4. Выпишите основные информационные средства в области туризма во второй половине XX века в СССР. Расположите их по степени воздействия на потребителя.
5. Составьте собственный список современных профессиональных журналов в области туризма и гостеприимства. Выделите издания профессионального формата и познавательно-рекламного характера.
6. В чем состоит отличие молодежного туризма от самодеятельного?
7. Каковы основания сервисного стандарта в исторических гостиницах и арт-отелях?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 3. Инновационные изменения в туризме в XX веке

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные инновации XX века в организации туристских перевозок. Факторы массового туризма в XX веке. Новые типы заведений питания и проживания в XX веке. Международные организации по мировому туризму. Содержание международной программы «качественного туризма». Инновационные маркетинговые и рекламные технологии в туристской деятельности XX века. Анализ рисков и проблем в мировом туризме на основе социокультурного и экологических подходов. Информационные инновации в XX веке в туризме. Современные концептуальные подходы к проблемам туризма и гостеприимства.

Тема 3.1. Инновации гостиничного сервиса и инновации туристского продукта в XX веке.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Инновации туристских перевозок. Инновации гостиничного сервиса в XX веке. Новые виды заведений питания в конце XIX – XX вв. Инновации туристского продукта. Информационные и рекламные инновации XX в. в туризме.

Тема 3.2. Организационные структуры и правовые основания международного туризма

Перечень изучаемых элементов содержания:

Организационные структуры международного туризма. Международная лига туристских организаций. Международный центр туризма. Международный гостиничный союз. Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО). Всемирная конференция по туризму (1963 г.). ЮнВТО. Манильская декларация по международному туризму. Хартия туризма и Кодекс туризма. Глобальный этический кодекс туризма. Мировой туризм: риски и перспективы конца XX века. Концептуальные подходы к развитию туризма и гостеприимства в конце XX - начале XXI в.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия 3.1: Инновации гостиничного сервиса и инновации туристского продукта в XX веке

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Гостиничный сервис под воздействием глобализации
2. Анализ деятельности сетевых гостиниц
3. Становление международных стандартов сервиса
4. Транснациональные гостиничные сети
5. Новые виды заведений питания
6. Инновации туристского продукта
7. Пакетный тур
8. Чартерные рейсы
9. Унификация и стандартизация
10. Информационные и рекламные инновации в туризме в XX веке

Тема практического занятия 3.2: Организационные структуры и правовые основания международного туризма

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание кейс-задания:

1. На основании текста лекции и дополнительной литературы систематизируйте главные инновационные изменения в туристской деятельности в XX веке. Используйте табличный метод.

Инновации перевозок	Инновации размещения	Инновации питания	Инновации туристского продукта

2. Используя дополнительную литературу и электронные ресурсы, изучите Манильскую декларацию ЮнВТО 1980 г. Отметьте принципиально новое понимание целей современного туризма.
3. Используя электронные информационные ресурсы, познакомьтесь с Глобальным этическим кодексом туризма 1999 г. Аргументируйте выделение этической стороны туризма в современном бизнесе.
4. Изучите новые термины (клиентоориентированность, качественный туризм, мотивирующие технологии, общество потребления, туристские сети, устойчивое развитие) используя текст лекции, дополнительную литературу – работы Дж. Урри, Г. Беквита, К. Бланшар, Ж. Бодрийяра).

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

**РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(МОДУЛЮ)**

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 1)		
Раздел 1 Формирование сферы гостеприимства: мировой зарубежный опыт	10	Подготовка реферата
Раздел 2 История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры	14	Подготовка реферата
Раздел 3 Инновационные изменения в туризме в XX веке	10	Кейс-задание
Общий объем по модулю/семестру, часов	34	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	34	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. семестр 1		
Раздел 1 Формирование сферы гостеприимства: мировой зарубежный опыт	16	Подготовка реферата
Раздел 2 История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры	20	Подготовка реферата

Раздел 3 Инновационные изменения в туризме в XX веке	16	Кейс-задание
Общий объем по модулю/семестру, часов	52	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	52	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1.		
курс _1_ сессии _3-4_		
Раздел 1 Формирование сферы гостеприимства: мировой зарубежный опыт	32	Подготовка реферата
Раздел 2 История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры	32	Подготовка реферата
Раздел 3 Инновационные изменения в туризме в XX веке	21	Кейс-задание
Общий объем по модулю/семестру, часов	85	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	85	

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1.

1. Древние карты и описания земель
2. Литература путешествий и реклама как образы дестинаций в Новое время
3. Инновации туристских перевозок в XX веке
4. Первопроходцы и открыватели новых земель
5. Отдых у моря: динамика концепции пляжного отдыха

Перечень тем реферата к Разделу 1:

1. Путешествия античности как способ освоения ойкумены
2. Достопримечательности и развлечения как мотивация античных путешественников
3. Великие путешественники Средневековья
4. Паломничество как вид средневекового путешествия
5. Образовательный и «событийный» туризм Средневековья
6. Географические открытия эпохи «круглой» земли.
7. Формирование «мифа места» как основы туристского потенциала региона
8. Альпинизм и спортивный туризм как спорт и отдых
9. Репрезентация побережья как пространства отдыха: курортный дизайн и сервис
10. Продвижение новых видов продуктов и сервиса в Европе Нового времени
11. Железные дороги как средство передвижения в эпоху массового туризма
12. Томас Кук – «отец» туристского бизнеса
13. Феномен Восточного экспресса: сервис железнодорожных путешествий
14. Создание и условия деятельности туристских форм в Европе
15. Инновации туристских перевозок в XX веке
16. Инновации туристского продукта

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

1. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для академического бакалавриата / Л. Г. Березовая. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-3980-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/530663> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Долженко, Г. П. История туризма : учебник для вузов / Г. П. Долженко, Ю. С. Путрик, А. И. Черевкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09717-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/516324> (дата обращения: 08.03.2023).
3. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516511> (дата обращения: 09.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Путешественники и литература путешествий в России
2. Достопримечательности России в путеводителях второй половины 19 века
3. История спа-курортов России
4. Стандарты и принципы советского сервиса туризма и гостеприимства

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

5. Ресторанный сервис в советской России: специфика и особенности

6. Имиджевая реклама городов и туристских центров России в 19-начале 20 века
7. Пляжный туризм в России: история становления
8. Горный туризм в России: исторические места
9. Профсоюзный туризм советской России: особенности и предпосылки современного социального туризма
10. Пролетарский туризм: сервис путешественника
11. Советское экскурсионное движение в рамках Российского общества туристов
12. Формирование и эволюция концепции пролетарского туризма
13. Пролетарский турист: сервис путешественника
14. Организация лечебно-оздоровительного отдыха в рамках пролетарского туризма
15. Сервис гостеприимства в СССР первой половины 20 века
16. Организационная модификация и деятельность Интуриста в 1960-1980 годах
17. Молодежный спортивный туризм в СССР
18. Специфика организации и культура самодеятельного туризма
19. Информационного и профессионального обеспечение туризма в СССР 1960-1980 годы
20. Инновации гостиничного сервиса в России в 20 веке

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

1. Полынский, А. С. История туризма и гостеприимства : учебное пособие : [16+] / А. С. Полынский ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2019. – 131 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683017> (дата обращения: 08.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8149-2806-1. – Текст : электронный.
2. Полынский, А. С. Культурный туризм в современном мире : учебное пособие : [16+] / А. С. Полынский ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. – 155 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683018> (дата обращения: 08.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8149-3068-2. – Текст : электронный.
3. Максимовская, О. А. История курортного дела и спа-индустрии : учебное пособие для вузов / О. А. Максимовская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 183 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09008-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515120> (дата обращения: 09.03.2023).
4. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13905-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519623> (дата обращения: 09.03.2023).
5. Глазков, В. Н. Методы научных исследований в сфере туризма и гостиничного дела : учебное пособие для вузов / В. Н. Глазков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13427-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519396> (дата обращения: 09.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Инновационные маркетинговые и рекламные технологии в туристской деятельности XX века.
2. Анализ рисков и проблем в мировом туризме на основе социокультурного и экологических подходов.

Кейс-задания к Разделу 3:

1. Для того, чтобы усвоить содержание новых концептуальных подходов в области туризма и гостеприимства, возьмите предлагаемые тексты Д. Огилви, Ж. Бодрийяра, Г. Беквита, Дж. Урри и выпишите встречающиеся новые термины, которые относятся к области туризма и гостеприимства. Дайте определение этим терминам. Что нового они внесли в понимание туризма и гостеприимства в конце XX века?
2. Возьмите в качестве образца программу любого тура, который предлагает современные российские компании, и выделите факты применения благоприятствующих и мотивирующих технологий в составлении этого тура. В чем состоит их разница?

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.

1. Польшинский, А. С. История туризма и гостеприимства : учебное пособие : [16+] / А. С. Польшинский ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2019. – 131 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683017> (дата обращения: 08.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8149-2806-1. – Текст : электронный.
2. Польшинский, А. С. Культурный туризм в современном мире : учебное пособие : [16+] / А. С. Польшинский ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. – 155 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683018> (дата обращения: 08.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8149-3068-2. – Текст : электронный.

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел

ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Выполнение тестовых заданий.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

Написание эссе.

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является экзамен, который проводится в **устной** форме.

4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	<p>Раздел 1. Формирование сферы гостеприимства : мировой зарубежный опыт</p>	ОПК-2	Компьютерное тестирование	<p>1. Как называется комплекс различных видов деятельности, который осуществляют лица, выезжающие за пределы места их постоянного проживания с целью отдыха, проведения деловых встреч и т.д. при условии, что они пребывают там не более одного года подряд? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. Отдых и удовольствие B. Туризм C. Передвижение D. Поход</p> <p>2. Какой фактор определяет мотивацию путешествий, вводит в моду посещение определенных мест и событий, отдает предпочтение определенной кухне и стандартам обслуживания, задает спрос на гостиничный сервис? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. Природный B. Демографический C. Материально-технический D. Социокультурный</p> <p>3. Как называется древнейший город мира, бывшая столица Иудейского царства, входившего в состав Римской империи, центр паломничества? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. Иерусалим B. Триполи C. Рабат D. Каир</p> <p>4. Выберите правильное название первого в мире коммерческого туристского предприятия полного сервисного цикла, основанного Т. Куком. Выберите 1 правильный ответ:</p>

			<p>A. «Томас Кук и жена» B. «Томас Кук и сын» C. «Томас Кук и отец» D. «Томас Кук и брат»</p> <p>5. Какому инженеру принадлежит создание комфортабельных пассажирских вагонов, особенностью которых стали спальные места, диваны в которых легко трансформировались в кровати? Выберите 1 правильный ответ: A. Ф. Харвею B. Дж. Пульману C. Т. Куку D. Ж. Нагельмаркеу</p>
		ОПК-6 Компьютерное тестирование	<p>1. Какое государство в 1930-е гг. стало лидером туристского рынка Европы? Выберите 1 правильный ответ: A. Швейцария B. Австрия C. Франция D. Италия</p> <p>2. Какие финансовые институты были созданы по итогам Бреттон-Вудской конференции в 1944 году? Выберите 1 правильный ответ: A. Международный валютный фонд B. Международный инвестиционный банк C. Международный банк реконструкции D. Международный банк развития и торговли E. Международный банк экономического сотрудничества</p> <p>3. В каком издании отражается информация о маршруте и месте пребывания? Дайте 1 правильный ответ: A. В памятке B. В буклете C. В атласе D. В путеводителе</p> <p>4. Как называется карманный путеводитель по городам Рейна? Дайте 1 правильный ответ: A. Путеводитель Мишлен B. Путеводитель Томаса Кука C. Путеводитель Карда Бедекера D. Путеводитель Джона Мюррея</p> <p>5. Какой термин появился в самом конце XIII в. для обозначения более безопасного и комфортного места ночлега? Дайте 1 правильный ответ: A. «отель» B. «хоспис»</p>

				<p>С. «гостеприимство» D. «гостиница»</p>
2.	<p>Раздел 2. История гостеприимства в России: формирование индустрии туризма и его инфраструктуры</p>	ОПК-2	Компьютерное тестирование	<p>1. Как называется местечко с одним или несколькими дворами, которые были поставлены по большим дорогам от важнейших пограничных пунктов? Дайте 1 правильный ответ: A. Станица B. Ям C. Гон D. Почта</p> <p>2. Кто из перечисленных ниже отечественных исследователей осваивал Приамурье? Дайте 1 правильный ответ: A. Е. Хабаров B. В.Я. Чичагов C. В. Поярков D. С.П. Крашенинников E. С.И. Челюскин</p> <p>3. Назовите единственного императора Российской империи, посетившего Японию? Дайте 1 правильный ответ: A. Петр I B. Александр II C. Николай II D. Павел I</p> <p>4. Древнейшим объектом поклонения остается по сей день. Дайте 1 правильный ответ: A. Оптина пустынь B. Киево-Печерская лавра C. Троице-Сергиева лавра D. Монастырский комплекс на острове Валаам</p> <p>5. Кто из ученых во второй половине XVIII в. занимался изданием описаний путешествий и российских городов? Дайте 1 правильный ответ: A. В.Г. Рубан B. Л.М. Максимович C. А.И. Богданов D. Ф.-Х. Вебер</p>
		ОПК-6	Компьютерное тестирование	<p>1. Какого типа тура в зависимости от его содержания не было в советское время? Дайте 1 правильный ответ: A. Военно-спортивного B. Производственно-хозяйственного C. Краеведческого</p>

			вание	<p>D. Духовно-нравственного</p> <p>2. В каком городе в 1935 г. открылся Институт иностранного туризма? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. В Минске</p> <p>B. В Москве</p> <p>C. В Ленинграде</p> <p>D. В Киеве</p> <p>3.Какая ключевая цель объединяла все типы путешествий в советское время? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. Духовно-нравственная</p> <p>B. Натуралистическая</p> <p>C. Личностно-ориентированная</p> <p>D. Пропагандистско-политическая</p> <p>4.Какой лагерь в советское время стал восприниматься как образцовая модель интернационального отдыха детей? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. Орленок</p> <p>B. Вымпел</p> <p>C. Артек</p> <p>D. Зарница</p> <p>5.Туристский центр «Горные вершины», подчиняющийся организации «Спутник», расположен:</p> <p>A. В Грузии</p> <p>B. В Москве</p> <p>C. В Домбае</p> <p>D. В Ярославской области</p>
3.	Раздел 3. Инновационные изменения в туризме в XX веке	ОПК-6	Компьютерное тестирование	<p>1.Как назывался единый орган, в который были объединены все структуры, ведущие туристскую деятельность в СССР? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. Корпорация туризма</p> <p>B. Федерация туризма</p> <p>C. Ассоциация туризма</p> <p>D. Институт туризма</p> <p>2.К каким направлениям относится движение «Искусство принадлежит народу»? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. К образовательному</p> <p>B. К биологическому</p>

			<p>C. К историческому</p> <p>D. К просветительскому</p> <p>E. К краеведческому</p> <p>3.Какое книжное приложение выпускал журнал «Вокруг света». Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. «Мир путешествий»</p> <p>B. «Искатель»</p> <p>C. «Турист»</p> <p>D. «Кругозор»</p> <p>4.Распределите к какой группе изданий по туризму относятся:</p> <p>1) информационным бюллетеням официальных организаций по туризму</p> <p>2) профессиональным деловым журналам</p> <p>3) массовым изданиям</p> <p>A. «Ресторатор»</p> <p>B. «Пять звезд»</p> <p>C. «Гео»</p> <p>D. «Вояж»</p> <p>E. «Вестник РАТА»</p>
		ОПК-2	<p>Компьютерное тестирование</p> <p>1.Кого из нижеперечисленных считают «отцом» гостиничных стандартов? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. К. Хилтона</p> <p>B. К. Уилсона</p> <p>C. А. Хейли</p> <p>D. Э. Статлера</p> <p>2.Как называется сервис, предполагающий полное или частичное самообслуживание, отсутствие официантов? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>A. Буфет</p> <p>B. Кофейня</p> <p>C. Ресторан</p> <p>D. Кафетерий</p> <p>3.Расположите перечисленные ниже организации, связанные с деятельностью международного туризма, в порядке их возникновения – от самой ранней до самой поздней.</p> <p>A. Международный союз официальных организаций по пропаганде туризма</p> <p>B. Международный гостиничный союз</p>

				<p>С. Международная лига туристских ассоциаций</p> <p>Д. Международный центр туризма</p> <p>4.Какие технологии формируют новые интересы и потребности людей, которые могут быть удовлетворены современным бизнесом туризма и гостеприимства? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>А. Благоприятствующие</p> <p>В. Инновационные</p> <p>С. Дополнительные</p> <p>Д. Мотивирующие</p> <p>5.Какой регион мира является старейшим по развитию туризма? Дайте 1 правильный ответ:</p> <p>А. Южная Африка</p> <p>В. Европа</p> <p>С. Юго-Восточная Азия</p> <p>Д. Австралия</p>
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические и исследовательские основания истории туризма и гостеприимства 2. Путешествия, туризм и сервис путешествий. 3. Периодизация путешествий, гостеприимство: смысл и история понятий и терминов. 4. Мотивация и сервис путешествий в античные времена. 5. Достопримечательности и развлечения как мотивация античных путешественников. Сервис путешествий в античные времена. 6. Накопление сведений о разных территориях. Древние карты и описание земель. 7. Новые мотивации путешествий в Средневековье. Великие путешественники Средневековья. 8. Паломничество как вид средневекового путешествия. 9. Событийный и образовательный туризм Средневековья.

10. Гостиницы и таверны как туристский сервис средневековой Европы.
11. Маршруты, карты и путеводители Средневековья.
12. Эпоха «круглой земли»: золотой век путешествий.
13. Географические открытия. Эпоха «круглой земли»: землепроходцы и открыватели новых земель.
14. Типы путеводителей в новое время.
15. Ресторан и гостиница: гости и хозяева.
16. Продвижение новых видов продуктов и сервиса в Европе Нового времени.
17. Формирование инфраструктуры путешествий: дилижанс и гостиница.
18. Факторы изменения статуса путешествий в эпоху дилижанса.
19. Становление придорожного сервиса.
20. Формирование основных видов туризма в XVIII-начале XX в.
21. Grand Tour образованного англичанина как тип культурно-образовательного туризма.
22. Альпинизм и спортивный туризм как спорт и отдых.
23. Отдых у моря: динамика концепции пляжного отдыха.
24. Репрезентация побережья как пространства отдыха: курортный дизайн и сервис.
25. Формирование спа-курортов и оздоровительного туризма.
26. Появление ресторана как вида сервиса питания в Европе.
27. Гостиничное дело в США: рождение сервисных стандартов.
28. Эпоха железных дорог и массового туризма.
29. Фирма Томаса Кука. История гостеприимства в XVIII-начале XX в.
30. Инновации туристского продукта и организационные структуры и правовые основания международного туризма в XX веке.
31. Сервис индустрии развлечений.
32. Мировой туризм: риски и перспективы.
33. Концептуальные подходы к развитию туризма и гостеприимства в конце XX – начале XXI века.
34. Путешественники и литература путешествий в России.
35. Древнерусские военные и торговые пути.
36. Система сообщения и способы передвижения в московском государстве.
37. Путешествия русских людей в Средние века.
38. Образовательные и культурные поездки русских за границу в новое время.
39. Русское географическое общество.
40. Паломническое движение в России.
41. Оздоровительный туризм в России Нового времени.

	<p>42. Издание путеводителей и карт нового типа в России. 43. Ресторанный сервис в России: истоки, типология, специфика. 44. Клубный туризм в имперской России. 45. Туризм как бизнес в имперской России.</p>
ОПК-6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные инновации XX века в организации туристских перевозок. 2. Факторы массового туризма в XX веке. 3. Новые типы заведений питания и проживания в XX веке. 4. Международные организации по мировому туризму. 5. Содержание международной программы «качественного туризма». 6. Инновационные маркетинговые и рекламные технологии в туристской деятельности XX века. 7. Анализ рисков и проблем в мировом туризме на основе социокультурного и экологических подходов. 8. Информационные инновации в XX веке в туризме. 9. Современные концептуальные подходы к проблемам туризма и гостеприимства. 10. Паспорт путешественника как условие безопасности туризма. 11. Экологическое движение и туризм. 12. Пролетарский туризм. 13. Ведомственный (профсоюзный) туризм, самодеятельный туризм второй половины XX века. 14. Советское экскурсионное движение в рамках Российского общества туристов. 15. Формирование и эволюция концепции пролетарского туризма. 16. Новые виды и мотивация советского туризма в деятельности 17. Общества пролетарского туризма и экскурсий. 18. Инновационные характеристики советского пролетарского туризма. 19. Пролетарский туризм: организация движения и длительность. 20. Пролетарский туризм: сервис путешественника.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для академического бакалавриата / Л. Г. Березовая. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-3980-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/530663> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Долженко, Г. П. История туризма : учебник для вузов / Г. П. Долженко, Ю. С. Путрик, А. И. Черевкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09717-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/516324> (дата обращения: 08.03.2023).
3. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/516511> (дата обращения: 09.03.2023).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Польшинский, А. С. История туризма и гостеприимства : учебное пособие : [16+] / А. С. Польшинский ; Омский государственный технический университет. — Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2019. — 131 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683017> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-8149-2806-1. — Текст : электронный.
2. Польшинский, А. С. Культурный туризм в современном мире : учебное пособие : [16+] / А. С. Польшинский ; Омский государственный технический университет. — Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. — 155 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683018> (дата обращения: 08.03.2023). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-8149-3068-2. — Текст : электронный.
3. Максимовская, О. А. История курортного дела и спа-индустрии : учебное пособие для вузов / О. А. Максимовская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 183 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09008-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/515120> (дата обращения: 09.03.2023).
4. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13905-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/519623> (дата обращения: 09.03.2023).
5. Глазков, В. Н. Методы научных исследований в сфере туризма и гостиничного дела : учебное пособие для вузов / В. Н. Глазков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13427-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://ura.it.ru/bcode/519396> (дата обращения: 09.03.2023).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения.

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения, демонстрационными материалами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – <i>бакалавриата</i> по направлению подготовки 43.03.02 <i>Туризм</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516	Протокол заседания Ученого сове _2_ от «_27_»_апреля_ 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » ____ 20 ____ года	__.:__.____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » ____ 20 ____ года	__.:__.____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » ____ 20 ____ года	__.:__.____



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшая школа индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
27 апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Международные и национальные общественные туристские организации

Направление подготовки
43.03.02 «Туризм»

Направленность
«Экономика впечатлений»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	7
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	7
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	7
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	9
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	9
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	11
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	17
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	21
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	21
3.2. Задания для самостоятельной работы	25
1. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/519853 (дата обращения: 08.03.2023). Серия.....	26
2. Международные экономические организации : учебник для вузов / С. Н. Сильвестров [и др.] ; под редакцией С. Н. Сильвестрова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9314-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511126 (дата обращения: 09.03.2023).	26
1. Сологубова, Г. С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15237-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512685 (дата обращения: 09.03.2023).	26
2. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14348-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/516223 (дата обращения: 09.03.2023).	26
3. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510088 (дата обращения: 09.03.2023).	27

3. Международные экономические организации : учебник для вузов / С. Н. Сильвестров [и др.] ; под редакцией С. Н. Сильвестрова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9314-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511126 (дата обращения: 09.03.2023).	28
4. Жираткова, Ж. В. Организация экскурсионной деятельности : учебник и практикум для вузов / Ж. В. Жираткова, Т. В. Рассохина, Х. Ф. Очилова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12370-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518582 (дата обращения: 09.03.2023).	28
4. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14348-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/516223 (дата обращения: 09.03.2023).	28
5. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510088 (дата обращения: 09.03.2023).	28
6. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. пользователей	28
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	30
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	31
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	31
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	31
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	35
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	46
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	46
5.1.1. Основная литература	46
1. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/519853 (дата обращения: 08.03.2023). Серия	47
2. Международные экономические организации : учебник для вузов / С. Н. Сильвестров [и др.] ; под редакцией С. Н. Сильвестрова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 246 с. — (Высшее образование)	

образование). — ISBN 978-5-9916-9314-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511126 (дата обращения: 09.03.2023).	47
3. Жираткова, Ж. В. Организация экскурсионной деятельности : учебник и практикум для вузов / Ж. В. Жираткова, Т. В. Рассохина, Х. Ф. Очилова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12370-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518582 (дата обращения: 09.03.2023).	47
1. Дополнительная литература	47
1. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490727 (дата обращения: 09.03.2023).	47
2. Сологубова, Г. С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15237-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512685 (дата обращения: 09.03.2023).	47
3. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14348-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/516223 (дата обращения: 09.03.2023).	47
4. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510088 (дата обращения: 09.03.2023).	47
5. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. пользователей	47
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	47
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	48
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	50
5.4.1. Средства информационных технологий	50
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	50
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	50

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	51
5.6. Образовательные технологии.....	51
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	53

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Международные и национальные общественные туристские организации» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки/специальности 43.03.02 *Туризм* (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Международные и национальные общественные туристские организации» разработана рабочей группой в составе: канд. эконом. наук, доцента Донсковой Л.И.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива
(наименование факультета)

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент

В.Ш. Хетагурова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей :

ООО «Спутник»
директор

А.В. Горбачевская

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Кандидат исторических наук,
Ведущий советник Отдела по
взаимодействию с органами
государственной власти АНО «Больше,
чем путешествие», Москва

М.С. Федорова

(подпись)

Кандидат экономических наук, доцент
Доцент кафедры ресторано-
гостиничного бизнеса и гастрономии
(РГСУ)

И.Г. Шадская

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Международные и национальные общественные туристские организации» является в получении обучающимися теоретических систематизированных знаний о сущности и необходимости международных и национальных общественных туристских организаций, их роли и значения с учетом особенностей индустрии туризма и гостеприимства.

- дать студентам необходимые теоретические знания в области международных и национальных туристских организаций, их роли и значения в сфере туризма и гостеприимства и ее особенностях;
- изучить виды общественных организаций в туристской индустрии как негосударственное регулирование в сфере туризма по двум направлениям: общего характера и типы организаций отраслевого характера.
- ознакомить студентов с основными областями взаимодействия международных организаций с национальными туристскими администрациями (организациями).
- - раскрыть отношения, связанные с областями взаимодействия международных организаций с национальными туристскими администрациями (организациями).
- Обосновать перспективы дальнейшего совершенствования международных туристских связей, расширение рынка туристских услуг и развития туризма в России.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-6; ПК-4 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Право	ОПК-6 Способен применять законодательств о Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональн	ОПК-6.1 Осуществляет поиск и обоснованно применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области ОПК-6.2 Соблюдает	Знать: Основные положения нормативно-правовой документации в туристской деятельности Уметь: Осуществлять поиск и обосновывать применение нормативных положений в сфере туризма

	ой деятельности	<p>законодательство Российской Федерации о предоставлении туристских услуг</p> <p>ОПК-6.3 Обеспечивает документооборот в соответствии с нормативными требованиями</p>	<p>Владеть: Навыками использовать современные разработки процедур и методов контроля; навыками оценивания принимаемых управленческих решений..</p>
	<p>ПК-4 Способен осуществлять внутренние и внешние профессиональные коммуникации</p>	<p>ПК-4.1 Организует ведение переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг</p> <p>ПК-4.2 Обеспечивает информационное консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия</p> <p>ПК-4.3 Обеспечивает взаимодействие с турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кассами продажи билетов, и иными сторонними организациями, структурами</p>	<p>Знать: Основные положения нормативно-правовой документации в туристской деятельности и гостеприимстве в профессиональной деятельности на международном и национальном уровне</p> <p>Уметь: Осуществлять поиск и обосновывать применяемые правовые основы и нормативные положения в организации туристского обслуживания</p> <p>Владеть: Навыками использовать современные разработки процедур и методов контроля, навыками оценивания принимаемых управленческих решений..</p>

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	36	36			
Лекционные занятия	12	12			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	24	24			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	27	27			
Контроль промежуточной аттестации	9	9			
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	72	72			

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	24	24			
Лекционные занятия	8	8			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	16	16			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	39	39			
Контроль промежуточной аттестации	9	9			
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой			

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	72	72			
------------------------------------------	-----------	-----------	--	--	--

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 2		Курс 3	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	8	4	4		
Лекционные занятия	4	4			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	4		4		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	60	32	28		
Контроль промежуточной аттестации	4		4		
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой		Зачет с оценкой		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	72	36	36		

**2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Модуль 1 (Семестр 1)										
Раздел 1 Международные национальные общественные туристские организации. Функции, цели, задачи.	31	13	18	6		12				
Тема 1.1 Роль и значение общественных организаций в развитии туризма. Классификация туристских организаций. Общественные туристские организации	16	7	9	3		6				
Тема 1.2 Международные туристские организации общего характера. Международное регулирование индустрии гостеприимства и туризма.	15	6	9	3		6				
Раздел 2 Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Национальные Российские	32	14	18	6		12				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
общественные туристские организации.										
Тема 2.1 Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Международные ассоциации.	16	7	9	3		6				
Тема 2.2. Региональные общественные туристские организации в мире. Туристские общественные организации в Российской Федерации.	16	7	9	3		6				
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Зачет с оценкой									
Общий объем, часов	72	27	36	12		24				

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов
--------------	------------------------------------------

	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Модуль 1 (Семестр 7)										
Раздел 1 Международные и национальные общественные туристские организации. Функции, цели, задачи.	31	19	12	4		8				
Тема 1.1 Роль и значение общественных организаций в развитии туризма. Классификация туристских организаций. Общественные туристские организации	16	10	6	2		4				
Тема 1.2 Международные туристские организации общего характера. Международное регулирование индустрии гостеприимства и туризма.	15	9	6	2		4				
Раздел 2 Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Национальные Российские общественные туристские организации.	32	20	12	4		8				
Тема 2.1 Международные туристские	16	10	6	2		4				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
общественные организации отраслевого характера. Международные ассоциации.										
Тема 2.2. Региональные общественные туристские организации в мире. Туристские общественные организации в Российской Федерации.	16	10	6	2	4					
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Зачет с оценкой									
Общий объем, часов	72	39	24	8	16					

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Модуль 1 (Сессия 1, курс 2)										
Раздел 1 Международные и национальные общественные туристские организации. Функции, цели, задачи.	36	32		4	4					
Тема 1.1 Роль и значение общественных организаций в развитии туризма. Классификация туристских организаций. Общественные туристские организации	18	16		2	2					
Тема 1.2 Международные туристские организации общего характера. Международное регулирование индустрии гостеприимства и туризма.	18	16	2	2						
Раздел 2 Международные туристские организации отраслевого характера. Национальные Российские общественные	32	28		4						

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
туристские организации.										
Тема 2.1 Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Международные ассоциации.	16	14	2	2						
Тема 2.2. Региональные общественные туристские организации в мире. Туристские общественные организации в Российской Федерации.	16	14	2	2						
Контроль промежуточной аттестации (час)	4									
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Зачет с оценкой									
Общий объем, часов	72	60	8	4		4				

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1 МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ТУРИСТСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ. ФУНКЦИИ, ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ.

Тема 1.1. Роль и значение общественных организаций в развитии туризма. Классификация туристских организаций. Общественные туристские организации

Перечень изучаемых элементов содержания

Туризм как индустрия туристских услуг. Туристские организации. Классификация туристских организаций. Функции туристских организаций. Международные туристские организации. История возникновения и развития деятельности общественных объединений и организаций в сфере туризма. Виды международных туристских организаций. Функции, цели и задачи международных туристских организаций.

Тема 1.2. Международные туристские организации общего характера. Международное регулирование индустрии гостеприимства и туризма

Перечень изучаемых элементов содержания

Международные туристские организации общего характера. Всемирная туристская организация: история, цели. Устав Всемирной туристской организации. Международные конвенции, регулирующие перемещение туристов и пересечение ими таможенных границ. Всемирная конференция по туризму (27.09-10.10.1980, г. Манила, Филиппины). Манильская Декларация по туризму. Всемирный Совет по путешествиям и туризму. Международная ассоциация мирового туризма. Всемирная федерация туристских агентств. Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств. Международный туристский альянс. Всемирная ассоциация по вопросам досуга и отдыха.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 1.1 Роль и значение общественных организаций в развитии туризма. Классификация туристских организаций. Общественные туристские организации

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Международно-правовые формы координации деятельности государств в сфере туризма
2. Государственное регулирование туристской деятельности в мире и в России.
3. Закон РФ “О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию”.
4. С какой целью формируются ассоциации и объединения в индустрии гостеприимства и туризма?
5. Изучите организационную структуру ВТО. Была ли Россия в составе Исполнительного совета ВТО?
6. Какие факторы способствуют созданию международных туристских организаций?
7. Какие преимущества для развития туризма достигаются с помощью заключения нормативно-правовых актов на международном уровне?
8. Различия международного и национального уровней регулирования туристской деятельности.

9. Влияние деятельности международных туристских организаций на регулирование индустрии гостеприимства и туризма в разных странах (на примере конкретных стран).

10. Виды и роль международных организаций в сфере туристской деятельности.

11. Всемирная туристская организация (ВТО): роль и функции.

12. Взаимодействие международных организаций с национальными туристскими администрациями и офисами.

Тема 1.2. Международные туристские организации общего характера. Международное регулирование индустрии гостеприимства и туризма

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Всеобщая Декларация прав человека принятая Генеральной Ассамблеей ООН 10 ноября 1948 года о праве граждан на свободу перемещения и выбора места пребывания в любой стране мира.
2. “Хартия туриста и Кодекс туриста”, одобренные VI сессией Генеральной Ассамблеи Всемирной туристической организации (ВТО) 22 сентября 1985 года.
3. Гагская, Манильская и Монреальская декларации по туризму.
4. Международные конвенции по туризму, регулирующие по вопросы гостиничного сервиса, Перевозки пассажиров воздушным, автомобильным и морским транспортом.
5. Соглашения о сотрудничестве в области туризма между странами СНГ.
6. Международные организации в сфере туризма (ВТО,
7. Всемирная организация ассоциаций туристских агентств,
8. Ассоциация воздушных перевозчиков,
9. Международная гостиничная ассоциация),
10. Региональные организации.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 2 МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ ОТРАСЛЕВОГО ХАРАКТЕРА. НАЦИОНАЛЬНЫЕ РОССИЙСКИЕ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ТУРИСТСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ.

Тема 2.1. Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Международные ассоциации.

Перечень изучаемых элементов содержания

Международная ассоциация воздушного транспорта. Международная организация гражданской авиации. Международная ассоциация морских пассажирских перевозчиков. Международная гостиничная ассоциация. Международный союз национальных ассоциаций гостиниц, ресторанов и кафе. Международная ассоциация конгрессных центров.

Тема 2.2. Региональные общественные туристские организации в мире. Туристские общественные организации в Российской Федерации.

Перечень изучаемых элементов содержания

Региональные объединения в области туризма и путешествий: Азиатско-тихоокеанский регион. Американский регион. Африканский регион. Европейский регион.

РФ Национальные и региональные общественные туристские организации. Области взаимодействия международных организаций с национальными туристскими администрациями (организациями). Соглашения РФ с другими странами в области сотрудничества в сфере туризма. Двустороннее сотрудничество Российской Федерации в сфере туризма. Участие Национальной туристской администрации в деятельности международных межправительственных организаций.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 2.1 Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Международные ассоциации.

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Международные организации в сфере туризма(ВТО,
2. Всемирная организация ассоциаций туристских агентств,
3. Ассоциация воздушных перевозчиков,
4. Международная гостиничная ассоциация),
5. Региональные организации.
6. Организация авиаперевозок в туризме.
7. Организация автоперевозок в туризме.
8. Организация железнодорожных перевозок в туризме.
9. Организация водных перевозок в туризме.
10. Организация приключенческого туризма.
11. Организация экологического туризма.
12. Организация делового туризма.
13. Организация спортивного туризма.
14. Организация религиозного туризма.
15. Организация лечебно-оздоровительного туризма.

Тема 2.2. Региональные общественные туристские организации в мире. Туристские общественные организации в Российской Федерации.

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Региональные туристские организации.
2. Европейская комиссия по туризму.
3. Европейская туристская группа.
4. Ассоциация по развитию и координации европейских туристских обменов.
5. Туристская организация стран Азии и Тихого океана (Азиатско-Тихоокеанская туристская организация).
6. Туристская ассоциация стран Восточной Азии.
7. Федерация туристских ассоциаций стран-членов АСЕАН.
8. Бюро организаций-членов АИТ в Европейском Союзе.
9. Ассоциация туристской индустрии Америки.
10. Конфедерация туристских организаций Латинской Америки.
11. Карибская ассоциация по туризму.
12. Арабский туристский союз.
13. Панафриканская туристская организация.
14. Африканская ассоциация путешествий.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – контрольная работа (по вариантам)

1. Систематизация и координация норм и принципов международного права по вопросам туристской деятельности.
2. Международные конвенции, регулирующие перемещение туристов и пересечение имитаможенных границ.
3. Рекомендации Римской конвенции ООН по туризму и международным путешествиям (1963 г.).
4. Цели, задачи, структура и принципы деятельности Всемирной туристской организации (ВТО).
5. Рекомендации Всемирной конвенции ВТО по туризму (1980 г.).
6. Деятельность некоммерческих ассоциаций по туризму и неправительственных международных организаций (WATA; IСТА; UFTA).
7. Ассоциация европейских авиакомпаний
8. Соглашения о сотрудничестве в области туризма между странами СНГ.
9. Закон РФ “О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию”.
10. Государственное регулирование туристской деятельности в мире и в России.

**РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(МОДУЛЮ)**

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 1)		
Раздел 1 Международные и национальные общественные туристские организации. Функции, цели, задачи.	14	
Тема 1.1 Роль и значение общественных организаций в развитии туризма. Классификация туристских организаций. Общественные туристские организации	6	Подготовка реферата
Тема 1.2 Международные туристские организации общего характера. Международное регулирование индустрии гостеприимства и туризма.	8	Практическое задание
Раздел 2 Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Национальные Российские общественные туристские организации.	13	

Тема 2.1 Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Международные ассоциации.	6	Подготовка эссе
Тема 2.2. Региональные общественные туристские организации в мире. Туристские общественные организации в Российской Федерации.	7	Контрольная работа
Общий объем по модулю/семестру, часов	27	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	27	

Очно-заочная форма

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 7)		
Раздел 1 и Международные национальные общественные туристские организации. Функции, цели, задачи.	19	
Тема 1.1 Роль и значение общественных организаций в развитии туризма. Классификация туристских организаций.	10	Подготовка реферата

Общественные туристские организации		
Тема 1.2 Международные туристские организации общего характера. Международное регулирование индустрии гостеприимства и туризма.	9	Практическое задание
Раздел 2 Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Национальные Российские общественные туристские организации.	20	
Тема 2.1 Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Международные ассоциации.	10	Подготовка эссе
Тема 2.2. Региональные общественные туристские организации в мире. Туристские общественные организации в Российской Федерации.	10	Контрольная работа
Общий объем по модулю/семестру, часов	39	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	39	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (курс 2, сессия 1-2)		
Раздел 1 Международные и национальные общественные туристские организации. Функции, цели, задачи.	30	
Тема 1.1 Роль и значение общественных организаций в развитии туризма. Классификация туристских организаций. Общественные туристские организации	15	Подготовка реферата
Тема 1.2 Международные туристские организации общего характера. Международное регулирование индустрии гостеприимства и туризма.	15	Практическое задание
Модуль 1. (сессия 2, курс 2)		
Раздел 2 Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Национальные Российские общественные туристские организации.	30	

Тема Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Международные ассоциации.	2.1	15	Подготовка эссе
Тема Региональные общественные туристские организации в мире. Туристские общественные организации в Российской Федерации.	2.2.	15	Контрольная работа
Общий объем по модулю/семестру, часов		60	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов		60	

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Международные туристские организации.
2. Международное регулирование индустрии гостеприимства и туризма
3. Международные туристские организации общего характера.
4. Всемирная туристская организация: история, цели.
5. Устав Всемирной туристской организации.
6. Международные конвенции, регулирующие перемещение туристов и пересечение ими таможенных границ.

Перечень тем рефератов к Разделу 1, Тема 1.1.:

1. История возникновения и развития деятельности общественных объединений и организаций в сфере туризма.
2. Виды международных туристских организаций.
3. Функции, цели и задачи международных туристских организаций.
4. Всемирная конференция по туризму (27.09-10.10.1980, г. Манила, Филиппины).
5. Манильская Декларация по туризму.
6. Всемирный Совет по путешествиям и туризму.
7. Международная ассоциация мирового туризма.

8. Всемирная федерация туристских агентств.
9. Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств.
10. Международный туристский альянс.
11. Всемирная ассоциация по вопросам досуга и отдыха.
12. Организация авиаперевозок в туризме.
13. Организация автоперевозок в туризме.
14. Организация железнодорожных перевозок в туризме.
15. Организация водных перевозок в туризме.
16. Организация приключенческого туризма.
17. Организация экологического туризма.
18. Организация делового туризма.
19. Организация спортивного туризма.
20. Организация религиозного туризма.
21. Организация лечебно-оздоровительного туризма.
22. Современное состояние и тенденции развития туризма в РФ.
23. Современное состояние и тенденции развития туризма в мире.

Перечень тем «Практическое задание» к Разделу 1, Тема 1.2 : (по вариантам)

1. Собрать краткую информационную справку о Всемирной туристской организации:
 - (а) ознакомиться с Уставом Всемирной туристской организации (ВТО) 1970 г.;
 - (б) прочитать последний отчет данной организации, размещенный на сайте ВТО, и сделать вывод о современных тенденциях развития международного туризма. (Оформить работу письменно).
2. Найти в нормативно-правовой базе («Гарант» или «Консультант Плюс») Соглашения РФ с другими странами в области сотрудничества в сфере туризма. Проанализировать любое из Соглашений по следующей схеме:
 - а) сфера распространения данного Соглашения: - определенный вид деятельности в туризме или вся сфера туризма;
 - (б) страны, участвующие в Соглашении. Какие преимущества, на ваш взгляд, получает каждая из сторон в Соглашении?

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

1. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/519853> (дата обращения: 08.03.2023). Серия
2. Международные экономические организации : учебник для вузов / С. Н. Сильвестров [и др.] ; под редакцией С. Н. Сильвестрова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9314-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511126> (дата обращения: 09.03.2023).
1. Сологубова, Г. С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15237-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512685> (дата обращения: 09.03.2023).
2. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14348-5. —

Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516223> (дата обращения: 09.03.2023).

3. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510088> (дата обращения: 09.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2, ТЕМА 2.1.

1. Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Международные ассоциации.
2. Международная ассоциация воздушного транспорта.
3. Международная организация гражданской авиации.
4. Международная ассоциация морских пассажирских перевозчиков.
5. Международная гостиничная ассоциация.
6. Международный союз национальных ассоциаций гостиниц, ресторанов и кафе. Международная ассоциация конгрессных центров.
7. Региональные объединения в области туризма и путешествий:
8. Азиатско-тихоокеанский регион.
9. Американский регион.
10. Африканский регион.
11. Европейский регион.
12. Европейская сеть путешествий (ETN).
13. Транснациональные ассоциации и союзы.
14. Правовые формы сотрудничества и партнерства стран СНГ и Европейского союза в области туризма и путешествий.
15. РФ Национальные и региональные общественные туристские организации.
16. Области взаимодействия международных организаций с национальными туристскими администрациями (организациями).
17. Соглашения РФ с другими странами в области сотрудничества в сфере туризма.
18. Двустороннее сотрудничество Российской Федерации в сфере туризма.
19. Участие Национальной туристской администрации в деятельности международных межправительственных организаций.

Перечень тем эссе к Разделу 2:

1. Перечислите виды и значение международных организаций в сфере туристской деятельности.
2. Назовите области взаимодействия международных организаций с национальными туристскими администрациями (организациями).
2. С какой целью формируются ассоциации и объединения в индустрии гостеприимства и туризма?
3. Изучите организационную структуру ВТО. Была ли Россия в составе Исполнительного совета ВТО?
4. Какие факторы способствуют созданию международных туристских организаций?
5. Какие преимущества для развития туризма достигаются с помощью заключения нормативно-правовых актов на международном уровне?
6. Различия международного и национального уровней регулирования туристской деятельности.

Студенты готовят эссе по теме «Роль и значение общественных организаций в туристской и гостиничной индустрии: современное состояние, проблемы».

Подготовить эссе на тему «Роль и значение общественных организаций в туристской и гостиничной индустрии, в экономике страны, региона».

Подготовьте эссе на тему: «Состояние туристской и гостиничной индустрии и влияние ее на качество жизни населения (на примере Вашего города)».

В эссе используются статьи актуальные по данной тематике российских авторов («Менеджмент в России и за рубежом», «Статистика» и др.). Эссе сдается преподавателю. Объем эссе должен быть от 3 до 5 страниц компьютерного текста шрифтом 14с интервалом до 1,5 и должен представлять собой целостное раскрытие поставленной темы. Правила оформления - общепринятые, т.е. должны быть указаны источники информации, список использованной литературы и т.д. При выполнении эссе студенты используют конкретные статистические показатели, характеризующие развитие и динамику туристской и гостиничной индустрии РФ и регионе.

Эссе оценивается по следующим показателям: написание, оформление, подготовка доклада, презентации, участие в ответах на вопросы, выполнение задания в срок.

Задание контрольной работы к Разделу 2, Тема 2.2 :

1. Найти в нормативно-правовой базе («Гарант» или «Консультант Плюс») Соглашения РФ с другими странами в области сотрудничества в сфере туризма. Проанализировать любое из Соглашений по следующей схеме:

а) сфера распространения данного Соглашения: - определенный вид деятельности в туризме или вся сфера туризма;

(б) страны, участвующие в Соглашении. Какие преимущества, на ваш взгляд, получает каждая из сторон в Соглашении?

(Оформить работу письменно).

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

3. Международные экономические организации : учебник для вузов / С. Н. Сильвестров [и др.] ; под редакцией С. Н. Сильвестрова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9314-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511126> (дата обращения: 09.03.2023).

4. Жираткова, Ж. В. Организация экскурсионной деятельности : учебник и практикум для вузов / Ж. В. Жираткова, Т. В. Рассохина, Х. Ф. Очилова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12370-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518582> (дата обращения: 09.03.2023).

4. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14348-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516223> (дата обращения: 09.03.2023).

5. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510088> (дата обращения: 09.03.2023).

6. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрированных пользователей

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Выполнение тестовых заданий.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

Написание эссе.

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за

каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенции	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1 Международные и национальные общественные туристские организации. Функции, цели, задачи.	ОПК-6 ПК-4	Компьютерное тестирование	<p style="text-align: center;">Тест</p> <p>Вопрос №1. Какой законодательный акт Российской Федерации определяет основные понятия в туризме? <i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Закон о защите прав потребителей 2. Федеральный закон № 132 «Об основах туристской деятельности в РФ от 1996 года с исправлениями и изменениями, статья 1 3. Конституция Российской Федерации 4. Гражданский кодекс Российской Федерации <p>Вопрос №2. Контрактно-договорные взаимоотношения в туризме регулируются: <i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нормами международного права 2. Нормами национального гражданского права 3. Нормативными актами в сфере туризма 4. Все вышеперечисленное <p>Вопрос №3. Международный туризм - это: <i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну

			<p>2. Туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации</p> <p>3. Туризм въездной или выездной</p> <p>4. Нет правильного ответа</p> <p>Вопрос №4. Первая Всемирная конференция по туризму состоялась</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <p>1. В 1945 году в России</p> <p>2. В 1963 году в Италии</p> <p>3. В 1975 году в Нью-Йорке</p> <p>4. Нет правильного ответа</p> <p>Вопрос №5. Объединение туроператоров в сфере выездного туризма действует в целях:</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <p>1. Оказание экстренной помощи туристам</p> <p>2. Продвижение туристского продукта за рубежом</p> <p>3. Поддержка и развитие туроператоров в сфере выездного туризма</p> <p>4. Отстаивание своих интересов в государственных структурах и судебных органах</p> <p>Вопрос №6.</p> <p>Права и свободы в Российской Федерации могут быть ограничены в целях:</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <p>1. обеспечения обороны страны и безопасности государства;</p> <p>2. развития экономики и повышения уровня жизни;</p> <p>3. защиты нравственности;</p> <p>4. идеологической борьбы.</p> <p>Вопрос №7.</p> <p>Национальная безопасность это:</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <p>1. Способность нации удовлетворять потребности, необходимые для её самосохранения, самовоспроизведения и самосовершенствования с минимальным риском ущерба для базовых ценностей её нынешнего состояния;</p> <p>2. Отрасль права, регулирующая общественные отношения, связанные с совершением преступных деяний, назначением наказания и применением иных мер уголовно-правового характера, устанавливающая основания и условия привлечения к уголовной ответственности либо освобождения от уголовной ответ-</p>
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>ственности и наказания;</p> <p>3. Совокупность норм права, регулирующих общественные отношения, возникающие в процессе организации.</p> <p>Вопрос №8.</p> <p>В теории государства и права по правовым регулированием понимается:</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. осуществляемое всей системой юридических средств воздействие на общественные отношения с целью их упорядочивания2. разработка кодексов и законов3. законодательное воздействие на общественные отношения с целью их упорядочивания4. нет верного ответа <p>Вопрос №9.</p> <p>Целью правового регулирования является:</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. упорядочивание и регламентация общественных отношений2. общественные отношения, на которые направлено упорядочивание3. совокупность юридических средств, при помощи которых осуществляется правовая регламентация4. создание нормативно-правовых актов <p>Вопрос №10.</p> <p>К правам органов местного самоуправления по созданию благоприятных условий для развития туризма относятся:</p> <p><i>Тип ответа:</i> Многие из многих</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. реализация мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территориях муниципальных образований, в том числе социального туризма, детского туризма и самодельного туризма2. содействие созданию благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территориях муниципальных образований, и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи3. организация и проведение мероприятий в сфере туризма на муниципальном уровне
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>4. участие в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровне</p> <p>5. содействие в создании и функционировании туристских информационных центров на территориях муниципальных образований</p> <p>Вопрос №11.</p> <p>Органы государственной власти субъектов Российской Федерации в сфере туризма вправе:</p> <p><i>Тип ответа:</i> Многие из многих</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. участвовать в реализации государственной политики в сфере туризма2. участвовать в реализации стратегий развития туризма, государственных программ Российской Федерации, федеральных целевых и иных программ развития туризма3. участвовать в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском и межрегиональном уровне4. участвовать в организации проведения научных исследований в сфере туризма <p>Вопрос №12.</p> <p>К основным полномочиям органов государственной власти субъектов Российской Федерации по созданию благоприятных условий для развития туризма в субъектах Российской Федерации относятся:</p> <p><i>Тип ответа:</i> Многие из многих</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. определение основных задач в сфере туризма и приоритетных направлений развития туризма в субъектах Российской Федерации2. разработка, утверждение (одобрение) и реализация документов стратегического планирования в сфере туризма по вопросам, отнесенным к полномочиям субъектов Российской Федерации3. создание благоприятных условий для развития туристской индустрии в субъектах Российской Федерации4. создание и обеспечение благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на терри-
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>ториях субъектов Российской Федерации, и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи</p> <p>5. содействие в продвижении туристских продуктов соответствующего субъекта Российской Федерации на внутреннем и мировом туристских рынках</p> <p>Вопрос №13.</p> <p>Законы и иные нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации, регулирующие туристскую деятельность:</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. не могут противоречить настоящему Федеральному закону и принимаемым в соответствии с ним федеральным законам2. могут противоречить настоящему Федеральному закону и принимаемым в соответствии с ним федеральным законам3. не могут противоречить настоящему Федеральному закону и принимаемым в соответствии с ним федеральным законам по вопросам самостоятельного туризма4. не могут противоречить настоящему Федеральному закону и принимаемым в соответствии с ним федеральным законам по вопросам международного туризма <p>Вопрос №14.</p> <p>К субъектам сферы туризма относятся:</p> <p><i>Тип ответа:</i> Многие из многих</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. фирмы-производители туристских услуг2. туроператоры3. турагенты4. рекламно-информационные туристские учреждения <p>Вопрос №15.</p> <p>В каком году был принят Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в РФ":</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. 19962. 19983. 20004. 2005
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>Вопрос №16. Туроператор - это...</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. предприятие, организующее рекламу и продвижение туристического продукта 2. реализатор туристического продукта 3. предприятие, занимающееся разработкой туристического продукта, комплектацией тура иобеспечивающее их функционирование <p>Вопрос №17. В соответствии с Федеральным законом от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" турагентская деятельность - это:</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Деятельность по реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом илииндивидуальным предпринимателем 2. Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемаяиндивидуальным предпринимателем с целью получения дохода 3. Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемаяюридическим лицом или индивидуальным предпринимателем 4. Нет правильного ответа <p>Вопрос №18. Основой взаимодействия турагента и туроператора по продвижению и реализациятуристского продукта является:</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Устная договоренность 2. Договор 3. Соглашение о сотрудничестве 4. Заявка на бронирование тура <p>Вопрос №19. Какие формы собственности характерны для турагентской деятельности?</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Частная 2. Кооперативная 3. Акционерная 4. Корпоративная <p>Вопрос №20. У кого из перечисленных субъектов турагент приобретает</p>
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>комплекс туристских услуг?</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. У поставщика услуг 2. У отеля 3. У туроператора 4. У транспортной компании <p>Вопрос №21. Какие положения относятся к категории "существенных условий" договора о реализации туристского продукта, заключаемого между турагентом и потребителем?</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <p>Полное и сокращенное наименования, адрес (место нахождения) и почтовый адрес турагента</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Информация о климатических особенностях страны посещения 2. Информация о месте встречи туриста в аэропорту 3. Реквизиты сторон <p>Вопрос №22. К какой категории компаний относится турагентство?</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оптовая фирма 2. Розничная фирма 3. Девелоперская фирма 4. Дистрибьюторская фирма <p>Вопрос №23. Какие действия являются обязательными при создании турагентства?</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реклама в периодической печати 2. Разработка документов, необходимых для работы в туризме 3. Аренда помещения в центре города 4. Проведение фуршета с приглашением представителей СМИ <p>Вопрос №24. Что такое правоспособность турагентской фирмы?</p> <p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие у фирмы регистрационных документов 2. Правовые документы 3. Наличие у фирмы юридических оснований для работы в туризме 4. Содержание рекламных материалов фирмы
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Вопрос №25. Основой взаимодействия турагента и туроператора по продвижению и реализации туристского продукта является:

Варианты ответов:

1. Устная договоренность
2. Договор
3. Соглашение о сотрудничестве
4. Заявка на бронирование

Вопрос №26. Заключение франчайзингового соглашения с независимым турагентством принадлежит к действиям:

Варианты ответов:

1. Туроператора
2. Турагентства
3. Турброкера
4. Нет правильного ответа

Вопрос №27. Турагентство - это физическое или юридическое лицо, занятое ...

Варианты ответов:

1. Покупкой турпродукта
2. Продвижением турпродукта
3. Производством турпродукта
4. Производством и продвижением турпродукта

Вопрос №28. Турагентство - это физическое или юридическое лицо, занятое ...

Варианты ответов:

1. Покупкой турпродукта
2. Продвижением турпродукта
3. Производством турпродукта
4. Производством и продвижением турпродукта

Вопрос №29. Заключение франчайзингового соглашения с независимым турагентством принадлежит к действиям:

Варианты ответов:

1. Туроператора
2. Турагентства
3. Турброкера
4. Нет правильного ответа

Вопрос №30. Виза – это:

				<p><i>Варианты ответов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Документ на въезд и выезд, проживание или проезд через территорию страны 2. Документ правительства на въезд и выезд, временное проживание на срок до трех лет 3. Документ, содержащий сведения об иностранном гражданине и о сроке его пребывания 4. Все вышеперечисленное
2.	<p>Раздел 2 Международные туристские общественные организации отраслевого характера. Национальные Российские общественные туристские организации.</p>	<p>ОПК-6 ПК-4</p>	<p>Контрольная работа (по вариантам)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. В нашей стране активно действуют неправительственные общественные туристские организации. Такие организации функционируют как на национальном, так и на региональном уровне. <ol style="list-style-type: none"> 1. На национальном уровне: <ol style="list-style-type: none"> 2. АСТУР - Ассоциация туристических организаций России; 3. НТА - Национальная туристская ассоциация; 4. НГТП - Национальная гильдия туристической прессы; 5. РАСТ - Российская ассоциация социального туризма; 6. РАТА - Российская Ассамблея Туристических Агентств; 7. РГА - Российская гостиничная ассоциация; 8. ТССР - Туристско-спортивный союз России. 2. На региональном уровне: <ol style="list-style-type: none"> 9. МАТА - Московская ассоциация туристических агентств; 10. НТЛ - Нижегородская туристская лига и др. 11. <i>Российская Ассамблея Туристических Агентств</i> (президент РАТА - зам. преде. ГКФТ Сергей Шпилько, вице-президент - президент корпорации "Академсервис" И.Зворыкин). 12. РАТА создана в июле 1993 г. шестью московскими фирмами, сейчас в ее состав входят 611 членов. 13. В структуре РАТА насчитывается десять региональных отделений: 14. а Северо-западное (г.Санкт-Петербург); 15. а Тверское (г.Тверь); 16. а Южно-российское (г.Краснодар); 17. а Центрально-Черноземное (г.Воронеж); 18. а Нижегородское (г.Нижний Новгород);

				<p>19. а Красноярское (г.Красноярск); 20. а Бурятское (г.Улан-Удэ); 21. а Хабаровское (г.Хабаровск); 22. а Приморское (г.Владивосток); 23. а Межрегиональное "Золотое кольцо" (г.Ярославль). 24. Кроме этого имеются представительства в Крыму, Великобритании и Болгарии.</p>
--	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-6 ПК-4	<p>Теоретический блок вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Роль и значение общественных организаций в развитии туризма.2. Классификация туристских организаций.3. Общественные туристские организации4. Туризм как индустрия туристских услуг.5. Туристские организации.6. Классификация туристских организаций.7. Функции туристских организаций.8. Международные туристские организации.9. История возникновения и развития деятельности общественных объединений и организаций в сфере туризма.10. Виды международных туристских организаций.11. Функции, цели и задачи международных туристских организаций.12. Международные туристские организации общего характера.13. Всемирная туристская организация: история, цели.14. Устав Всемирной туристской организации.15. Международные конвенции, регулирующие перемещение туристов и пересечение ими таможенных границ. Всемирная конференция по туризму (27.09-10.10.1980, г. Манила, Филиппины).16. Манильская Декларация по туризму.17. Всемирный Совет по путешествиям и туризму.18. Международная ассоциация мирового туризма.19. Всемирная федерация туристских агентств.20. Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств.21. Международный туристский альянс.

- | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none">22. Всемирная ассоциация по вопросам досуга и отдыха.23. Международные туристские общественные организации отраслевого характера.24. Международные ассоциации.25. Международная ассоциация воздушного транспорта.26. Международная организация гражданской авиации.27. Международная ассоциация морских пассажирских перевозчиков.28. Международная гостиничная ассоциация.29. Международный союз национальных ассоциаций гостиниц, ресторанов и кафе.30. Международная ассоциация конгрессных центров.31. Туристские общественные организации в Российской Федерации.32. Региональные объединения в области туризма и путешествий:<ol style="list-style-type: none">33. Азиатско-тихоокеанский регион.34. Американский регион.35. Африканский регион.36. Европейский регион.37. Европейская сеть путешествий (ETN).38. Транснациональные ассоциации и союзы.39. Правовые формы сотрудничества и партнерства стран СНГ и Европейского союза в области туризма и путешествий.40. РФ Национальные и региональные общественные туристские организации.41. Области взаимодействия международных организаций с национальными туристскими администрациями (организациями).42. Соглашения РФ с другими странами в области сотрудничества в сфере туризма.43. Двустороннее сотрудничество Российской Федерации в сфере туризма.44. Участие Национальной туристской администрации в деятельности международных межправительственных организаций. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/519853> (дата обращения: 08.03.2023).
Серия
2. Международные экономические организации : учебник для вузов / С. Н. Сильвестров [и др.] ; под редакцией С. Н. Сильвестрова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9314-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511126> (дата обращения: 09.03.2023).
3. Жираткова, Ж. В. Организация экскурсионной деятельности : учебник и практикум для вузов / Ж. В. Жираткова, Т. В. Рассохина, Х. Ф. Очилова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12370-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518582> (дата обращения: 09.03.2023).

1. Дополнительная литература

1. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 09.03.2023).
2. Сологубова, Г. С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15237-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512685> (дата обращения: 09.03.2023).
3. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14348-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516223> (дата обращения: 09.03.2023).
4. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510088> (дата обращения: 09.03.2023).
5. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. пользователей

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;

- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете

по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к диф.зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более	http://elibrary.ru/

		34 млн научных публикаций и патентов	
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения.

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения, демонстрационными материалами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета института на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – <i>бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____.____.____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____.____.____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____.____.____



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
27 апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ТУРИСТСКОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ

Направление подготовки
43.03.02 «Туризм»

Направленность
«Экономика впечатлений»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	5
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)	5
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	5
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	8
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	8
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	9
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	17
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	27
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	27
3.2. Задания для самостоятельной работы	30
3. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. Пользователей.....	33
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	35
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	36
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	36
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	36
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	37
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	37
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	38
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	40
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	40

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	48
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	51
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)	51
5.1.1. Основная литература.....	51
5.1.2. Дополнительная литература	51
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	52
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	53
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	54
5.4.1. Средства информационных технологий	54
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	54
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	55
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)	55
5.6. Образовательные технологии.....	56
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	57

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Туристское страноведение» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Туристское страноведение» разработана рабочей группой в составе: канд. геогр. наук, доцента Хетагуровой В.Ш..

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства (выпускающая кафедра) Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент



В.Ш. Хетагурова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей :

ООО «Спутник»
директор




А.В. Горбачевская

(подпись)

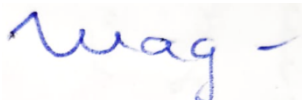
Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Кандидат исторических наук,
Ведущий советник Отдела по
взаимодействию с органами
государственной власти АНО «Больше,
чем путешествие», Москва



М.С. Федорова

(подпись)



Кандидат экономических наук, доцент
Доцент кафедры ресторанно-
гостиничного бизнеса и гастрономии
(РГСУ)

И.Г. Шадская

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний о туристском потенциале стран с позиций комплексной оценки географических природно-климатических, культурно-исторических и социально-экономических факторов. Изучение дисциплины (модуля) нацелено на овладение основами и методическим арсеналом туристского страноведения, на понимание его значения для современной науки, на приобретение навыков поиска, самостоятельного анализа и синтеза данных о странах для решения познавательной и прикладной задач. Изучение дисциплины (модуля) предусматривает получение студентами профессиональных знаний по современным регионам мирового туристского рынка, пространственной организации рекреации и туризма в странах и регионах мира, овладение навыками проектирования и управления новыми пространственно-организационными формами развития рекреации и туризма на национальном, региональном и локальном уровнях. В процессе обучения студенты должны научиться пользоваться архивными источниками, атласом и картами, а также возможностью проектирования и освоения туристско-рекреационного потенциала территорий с использованием рекреационных ресурсов.

Задачи дисциплины (модуля):

1. рассмотреть естественные преимущества стран в производстве туристского продукта и овладеть методикой их оценки;
2. изучить туристско-рекреационных потенциал и ресурсы развития туризма отдельных стран и регионов, на базе которых развивается как международный, так и внутренний туризм;
3. дать представление о трудовых ресурсах международного туристского производства и географии их распределения;
4. изучить анализ международных и региональных особенностей развития туризма;
5. ознакомить с религиозными, историко-культурными особенностями стран и фактором туристского производства.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата*, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-6, ПК-5 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Право	ОПК-6 Способен	ОПК-6.1 Осуществляет поиск и обоснованно применяет необходимую нормативно-правовую документацию для	<i>Знать:</i> социокультурную специфику деятельности

	<p>применять законодательств о Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности</p>	<p>деятельности в избранной профессиональной области</p> <p>ОПК-6.2 Соблюдает законодательство Российской Федерации о предоставлении туристских услуг</p> <p>ОПК-6.3 Обеспечивает документооборот в соответствии с нормативными требованиями</p>	<p>в сфере туризма и сервиса в различных странах в разные исторические эпохи; основные инновационные концепции сервиса и туризма, возникшие в Новое время и в современную эпоху.</p> <p><i>Уметь:</i> выявлять связь концептуальных подходов к туризму и конкретных форм их реализации на практике; применять теоретические концепции в сфере туризма и гостеприимства для решения конкретных задач на основе соблюдения законодательства Российской Федерации о предоставлении туристских услуг.</p> <p><i>Владеть:</i> владеть навыками консультационной деятельности по экспертному анализу инноваций в сфере туризма и гостеприимства и социальному направлению бизнеса в целом; навыками применения принципов межкультурных коммуникаций и толерантного поведения при формировании туристических и сервисных продуктов в соответствии с нормативными требованиями.</p>
<p>Исследовательская деятельность</p>	<p>ПК-5</p> <p>Способен находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма</p>	<p>ПК-5.1</p> <p>Проводит исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов</p> <p>ПК-5.2</p> <p>Применяет современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – факторы определяющие пространственные особенности развития туризма в отдельных странах и регионах; – классификацию туристско-рекреационных ресурсов различных территорий; – причины формирования

		<p>ПК-5.3</p> <p>Использует методы анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма</p>	<p>специализированных территориальных туристско-рекреационных систем факторах их эффективного развития.</p> <p>– современные методы оценки состояния и использования туристско-рекреационных ресурсов территорий.</p> <p><i>Уметь:</i></p> <p>– на основе анализа международных туристских связей, выявлять зоны притяжения туристов;</p> <p>– выявлять и оценивать рекреационные туристско-рекреационных потенциал отдельных стран;</p> <p>– способность проводить мониторинговые исследования туристского рынка;</p> <p>– систематизировать туристские ресурсы стран, составлять базы данных туристско-рекреационного потенциала территории.</p> <p><i>Владеть:</i></p> <p>– способностью к ориентации в организации туристско-рекреационного пространства;</p> <p>– методами оценки состояния и использования туристско-рекреационных ресурсов, их качественными и количественными параметрами;</p> <p>– разработкой мероприятий по использованию туристско-рекреационных ресурсов в туристской деятельности и индустрии</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			гостеприимства.
--	--	--	-----------------

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетные единицы.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	112	56	56		
Лекционные занятия	36	18	18		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	72	36	36		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации / Иная контактная работа	4	2	2		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	68	34	34		
Контроль промежуточной аттестации	36	18	18		
Форма промежуточной аттестации	экз	экз	экз		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	216	108	108		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	76	38	38		
Лекционные занятия	24	12	12		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	48	24	24		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации / Иная контактная работа	4	2	2		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					

Самостоятельная работа обучающихся	104	52	52		
Контроль промежуточной аттестации	36	18	18		
Форма промежуточной аттестации	экз	экз	экз		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	216	108	108		

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 1		Курс 2	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	28			14	14
Лекционные занятия	8			4	4
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	16			8	8
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации / Иная контактная работа	4			2	2
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	170			85	85
Контроль промежуточной аттестации	18			9	9
Форма промежуточной аттестации	экз			экз	экз
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	216			108	108

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них, в форме практической подготовки</i>	Семинарские / практические занятия	<i>из них, в форме практической подготовки</i>	Консультации / Иная контактная работа	<i>из них: в форме практической подготовки</i>
Модуль 1 (Семестр 1)									

РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАНОВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА	28	10	18	6		12			
Тема 1.1 Страноведение как научная основа туризма. Комплексное страноведение: функции, методы и принципы	14	6	8	2		6			
Тема 1.2 Страноведение как особый комплекс географических знаний	14	4	10	4		6			
РАЗДЕЛ 2. ФИЗИКО- ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ (ПРИРОДНОЕ) СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	30	12	18	6		12			
Тема 2.1. Географическое положение страны	14	6	8	2		6			
Тема 2.2 Природа страны как условия развития туризма	16	6	10	4		6			
РАЗДЕЛ 3. АНТРОПОЛОГИЧЕСКОЕ И ЭТНОКОНФЕССИОНА ЛЬНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	30	12	18	6		12			
Тема 3.1 Народонаселение страны	14	6	8	2		6			
Тема 3.2 География религий и туризм	16	6	10	4		6			
Консультации	2		2					2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18								
<i>Форма промежуточной</i>	ЭКЗ								

<i>аттестации (указать)</i>									
Общий объем Модуля 1, часов	108	34	56	18		36		2	
Модуль 2 (Семестр 2)									
РАЗДЕЛ 4. ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	28	10	18	6		12			
Тема 4.1. Методы туристского анализа истории страны	14	6	8	2		6			
Тема 4.2. Страноведческий подход к изучению роли культуры в туризме	14	4	10	4		6			
РАЗДЕЛ 5. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	30	12	18	6		12			
Тема 5.1. Экономико-географическое положение страны как условие развития национального туризма	14	6	8	2		6			
Тема 5.2. Политическое страноведение и политические условия организации туризма	16	6	10	4		6			
РАЗДЕЛ 6. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СТРАНАХ И РЕГИОНАХ МИРА	30	12	18	6		12			
Тема 6.1. Развитие туристско-рекреационных центров в странах и регионах мира	14	6	8	2		6			
Тема 6.2. Развитие туристско-рекреационных центров в Российской Федерации	16	6	10	4		6			

Консультации	2		2					2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18								
Форма промежуточной аттестации (указать)	ЭКЗ								
Общий объем Модуля 2, часов	108	34	56	18		36		2	
Общий объем по дисциплине, часов	216	68	112	36		72		4	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						Консультации / Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
			Всего	Лекционные занятия	из них, в форме практической подготовки	Семинарские / практические занятия	из них, в форме практической подготовки			
Модуль 1 (Семестр 1)										
РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАНОВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА	28	16	12	4		8				
Тема 1.1 Страноведение как научная основа туризма. Комплексное страноведение: функции, методы и принципы	14	8	6	2		4				
Тема 1.2 Страноведение как	14	8	6	2		4				

особый комплекс географических знаний									
РАЗДЕЛ 2. ФИЗИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ (ПРИРОДНОЕ) СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	30	18	12	4		8			
Тема 2.1. Географическое положение страны	14	8	6	2		4			
Тема 2.2 Природа страны как условия развития туризма	16	10	6	2		4			
РАЗДЕЛ 3. АНТРОПОЛОГИЧЕСКОЕ И ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	30	18	12	4		8			
Тема 3.1 Народонаселение страны	14	8	6	2		4			
Тема 3.2 География религий и туризм	16	10	6	2		4			
Консультации	2		2					2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	экз								
Общий объем Модуля 1, часов	108	52	38	12		24		2	
Модуль 2 (Семестр 2)									
РАЗДЕЛ 4. ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	28	16	12	4		8			
Тема 4.1. Методы туристского анализа истории страны	14	8	6	2		4			

Тема 4.2. Страноведческий подход к изучению роли культуры в туризме	14	8	6	2	4			
РАЗДЕЛ 5. СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	30	18	12	4	8			
Тема 5.1. Экономико- географическое положение страны как условие развития национального туризма	14	8	6	2	4			
Тема 5.2. Политическое страноведение и политические условия организации туризма	16	10	6	2	4			
РАЗДЕЛ 6. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СТРАНАХ И РЕГИОНАХ МИРА	30	18	12	4	8			
Тема 6.1. Развитие туристско- рекреационных центров в странах и регионах мира	14	8	6	2	4			
Тема 6.2. Развитие туристско- рекреационных центров в Российской Федерации	16	10	6	2	4			
Консультации	2		2				2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18							
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	экз							

Общий объем Модуля 2, часов	108	52	38	12		24		2	
Общий объем по дисциплине, часов	216	104	76	24		48		4	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						Иная контактная работа	из них: в форме практической подготовки
			Всего	Лекционные занятия	из них, в форме практической подготовки	Семинарские / практические занятия	из них, в форме практической подготовки	Консультации / Иная контактная работа		
Модуль 1 (Курс 2, Сессия 1-2)										
РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАНОВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА	32	30	2	2						
Тема 1.1 Страноведение как научная основа туризма. Комплексное страноведение: функции, методы и принципы	14	14	2	2						
Тема 1.2 Страноведение как особый комплекс географических знаний	16	16								
РАЗДЕЛ 2. ФИЗИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ (ПРИРОДНОЕ) СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	34	28	6	2		4				
Тема 2.1. Географическое положение страны	16	14	2	2						

Тема 2.2 Природа страны как условия развития туризма	18	14	4	2		2			
РАЗДЕЛ 3. АНТРОПОЛОГИЧЕСКОЕ И ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	31	27	4			4			
Тема 3.1 Народонаселение страны			2			2			
Тема 3.2 География религий и туризм			2			2			
Консультации	2		2					2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	9								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>									
Общий объем Модуля 1, часов	108	85	14	4		8		2	
Модуль 2 (Курс 2, Сессия 3-4)									
РАЗДЕЛ 4. ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	32	30	2	2					
Тема 4.1. Методы туристского анализа истории страны	16	14	2	2					
Тема 4.2. Страноведческий подход к изучению роли культуры в туризме	16	16							
РАЗДЕЛ 5. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	34	28	6	2		4			

Тема 5.1. Экономико-географическое положение страны как условие развития национального туризма	16	14	2	2					
Тема 5.2. Политическое страноведение и политические условия организации туризма	18	14	4	2		2			
РАЗДЕЛ 6. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СТРАНАХ И РЕГИОНАХ МИРА	31	27	4			4			
Тема 6.1. Развитие туристско-рекреационных центров в странах и регионах мира	16	14	2			2			
Тема 6.2. Развитие туристско-рекреационных центров Российской Федерации	15	13	2			2			
Консультации	2		2					2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	9								
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>									
Общий объем Модуля 2, часов	108	85	14	4		8		2	
Общий объем по дисциплине, часов	216	170	28	8		16		4	

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАНОВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА

Перечень изучаемых элементов содержания

Страноведение – научная основа международного туризма. История страноведения как географической науки. Страноведение в системе географических наук. Объект и предмет исследования в страноведении. Функции современного страноведения. Основные методы и принципы страноведения. Концепции и парадигмы в географии и страноведении. Дифференциация и интеграция науки. Структурирование земного пространства. Научные и прикладные задачи страноведения. Источники информации в страноведении и туризме. Страноведческий комплекс, его главные элементы и составные части. Образ страны и комплексная страноведческая характеристика.

Тема 1.1 Страноведение как научная основа туризма. Комплексное страноведение: функции, методы и принципы

Страноведение в системе географических наук. Страноведение – научная основа международного туризма. История страноведения как географической науки. Объект и предмет исследования в страноведении. Функции современного страноведения. Основные методы и принципы страноведения. Концепции и парадигмы в географии и страноведении. Географическое и туристское страноведение: общее и особенное.

Тема 1.2 Страноведение как особый комплекс географических знаний

Научные и прикладные задачи страноведения. Дифференциация и интеграция науки. Источники информации в страноведении и туризме. Страноведческий комплекс, его главные элементы и составные части. Образ страны и комплексная страноведческая характеристика.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1: ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАНОВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

- 1) Страноведение в системе географических наук.
- 2) Страноведение – научная основа международного туризма.
- 3) История страноведения как географической науки.
- 4) Объект и предмет исследования в страноведении.
- 5) Концепции и парадигмы в географии и страноведении.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 2. ФИЗИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ (ПРИРОДНОЕ) СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ

Перечень изучаемых элементов содержания:

Роль географического положения территории в физико-географическом (природном) страноведении. Дифференциация земной поверхности. Зональные особенности территорий.

Физико-географическая положение страны как предмет изучения в страноведении. Физико-географическая характеристика территории. Широтно-зональные и высотно-поясные особенности ландшафтов. Географические пейзаж в страноведении. Методические основы изучения географического положения страны. Свойства географического положения страны. Природа как условие развития туризма. Анализ климатических ресурсов регионов для организации туризма. Орографические ресурсы и возможности их использования в целях отдыха и туризма. Гидрологические ресурсы и возможности их использования в целях отдыха и туризма. Природные зоны, растительный и животный мир.

Тема 2.1. Географическое положение страны

Перечень изучаемых элементов содержания:

Дифференциация земной поверхности. Роль географического положения территории в физико-географическом (природном) страноведении. Зональные особенности территорий. Физико-географическая положение страны как предмет изучения в страноведении. Физико-географическая характеристика территории. Широтно-зональные и высотно-поясные особенности ландшафтов. Методические основы изучения географического положения страны. Свойства географического положения страны.

Тема 2.2 Природа страны как условия развития туризма

Перечень изучаемых элементов содержания:

Географические пейзажи в страноведении. Градация природно-рекреационных ресурсов. Вовлечение природных ресурсов в процесс туристско-рекреационной деятельности. Физические, биологические и комплексные природные рекреационные ресурсы. Понятие антропогенной нагрузки. Минеральные источники, целебные грязи. География, классификация и современные тенденции в развитии российских и зарубежных курортов. Биоклиматический потенциал и зонирование территорий.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема практического занятия 2: ФИЗИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ (ПРИРОДНОЕ) СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ

Форма практического задания: кейс-задание

Аналитическое задание – создание материалов-презентации (выполняется в группе из 2 или 3 человек) с использованием специализированных и информационных источников.

Входная информация: Географическая составляющая туристского образа страны выступает в виде суммы представлений, связанных с локализацией территории и ее природными особенностями. Это приводит к выделению территорий с разной степенью аттрактивности и в значительной степени оказывает на формирование туристского интереса к той или иной дестинации.

Ход выполнения задания:

1. Проанализировав туристский рынок, определите страны с хорошо сформированными и узнаваемыми пейзажными (природными) образами. Раскройте содержание этих образов.
2. Выберите три зарубежные страны, пользующиеся спросом у российских туристов и:
 - проанализируйте географический (пейзажный) образ каждой из выбранных стран, сложившийся в представлении потенциальных российских туристов;
 - насколько он соответствует природно-туристскому потенциалу страны?
 - оцените степень экологической безопасности выбранных для анализа стран (учитывая возможности природных катастроф и наличие угрожающих здоровью и жизни человека животных и растений) с точки зрения развития международных туристских связей.

Результаты исследования должны быть представлены в виде презентации.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 3. АНТРОПОЛОГИЧЕСКОЕ И ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ

Перечень изучаемых элементов содержания

Народонаселение страны. Науки о народах и населении мира. Методика исследования населения. Народы, расы и расообразование, конфессии. Этнические общности и цивилизации. Этнический и национальный состав населения страны. Демографическая характеристика населения. Понятие «демографическая молодость» в туристском страноведении. «Качество» населения и его влияние на туризм. География религий, конфессиональное страноведение и туризм. Исторические этапы развития религий. Основные религии современного мира. Другие религии, имеющие локальное распространение. Религиозные особенности стран как фактор туристского производства. Религиозные объекты в христианстве. Религиозные объекты ислама. Ареалы распространения ислама и география религиозных центров. Объекты ислама и их значение для туризма. Религиозные объекты буддизма. Ареалы распространения буддизма и география паломнических центров. Святые места и паломничество в индуизме. Объекты индуизма и их значение.

Тема 3.1 Народонаселение страны

Науки о народах и населении мира. Методика исследования населения. Народы, расы и расообразование, конфессии. Этнические общности и цивилизации. Этнический и национальный состав населения страны. Демографическая характеристика населения. Понятие «демографическая молодость» в туристском страноведении. «Качество» населения и его влияние на туризм. Понятие «количество населения»: демографические характеристики территорий (численность населения и тенденции ее изменения, возрастная структура населения, половой состав). Плотность населения. Урбанизация. Миграции и их виды. «Качество» населения. Индекс человеческого развития. Средняя продолжительность жизни.

Тема 3.2 География религий и туризм

Вопросы для самоподготовки

География религий, конфессиональное страноведение и туризм. Исторические этапы развития религий. Основные религии современного мира. Религии, имеющие локальное распространение. Религиозные особенности стран как фактор туристского производства. Мотивы и особенности паломничества. Религиозные объекты в христианстве. Христианские святыни на Святой Земле. Религиозные центры православия в зарубежных странах. Религиозные центры и объекты католицизма и протестантизма. Религиозные объекты ислама. Ареалы распространения ислама и география религиозных центров. Паломничество в исламе. Объекты ислама и их значение для туризма. Религиозные объекты буддизма. Ареалы распространения буддизма и география паломнических центров. Святые места и паломничество в индуизме. Объекты индуизма и их значение.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Тема практического занятия 3: АНТРОПОЛОГИЧЕСКОЕ И ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ

Форма практического задания: кейс-задание

1. Аналитическое задание.

Охарактеризуйте роль религии в выбранной зарубежной стране как условия развития туризма в соответствии с методикой ее изучения.

Характеристику религий в стране следует давать по следующему плану:

1. Необходимо назвать все религии, встречающиеся на территории данной страны. Необходимо указать, какие религии, имеют статус государственных;
2. Следует обратить внимание на особенности размещения религий по территории страны, отметив их совпадение с этническими границами (районами расселения определенных народов);
3. Целесообразно дать краткую характеристику вероучения, которое в туристском страноведении понимается не как пересказ основ содержания, а как ответы на три вопроса: что лежит в основе учения, каковы главные объекты культового поклонения, каков символ веры?
4. Изучая особенности религиозного культа, представляется важным обратить внимание на церковные ритуалы (таинства), религиозные праздники и наличие религиозных (мистических) практик. Следует обратить внимание на красочность внешней атрибутики религиозного культа, зрелищность культурных ритуалов и церемоний.

2. Работа с картой.

По данным литературных источников и используя географическую карту заполнить таблицу:

ЧАСТЬ СВЕТА	ТУРИСТСКИЙ СУБРЕГИОН (МЕЗОРЕГИОН)	РЕЛИГИЯ (КОНФЕССИЯ)	СТРАНА	ЦЕНТР ПАЛОМНИЧЕСТВА (ГОРОД)	ЦЕРКОВЬ, ПРЕДМЕТ ПОКЛОНЕНИЯ
-------------	-----------------------------------------	----------------------------	--------	-----------------------------------	-----------------------------------

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – кейс-задание

РАЗДЕЛ 4. ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ

Перечень изучаемых элементов содержания

Методы туристского анализа истории страны. Потребности туристов в исторической информации. Страноведческий подход к изучению роли культуры в туризме. Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы. Классификация культурно-исторических рекреационных ресурсов. Принципы рекреационного освоения культурно-исторических объектов. Объекты всемирного культурного наследия ЮНЕСКО в России. Значение культурного ландшафта в сохранении культурного и природного наследия. Информационные туристско-рекреационные ресурсы. Язык как компонент культуры. Этнолингвистическое страноведение. Этнические общности и языковые различия. Языки и языковые общности людей. Типизация языков народов мира и лингвострановедение. Письменность народов мира.

Тема 4.1. Методы туристского анализа истории страны

Потребности туристов в исторической информации. Страноведческий подход к изучению роли культуры в туризме. Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы. Классификация культурно-исторических рекреационных ресурсов. Принципы рекреационного освоения культурно-исторических объектов.

Тема 4.2. Страноведческий подход к изучению роли культуры в туризме

Объекты всемирного культурного наследия ЮНЕСКО в России. Значение культурного ландшафта в сохранении культурного и природного наследия. Информационные туристско-рекреационные ресурсы. Язык как компонент культуры. Этнолингвистическое страноведение. Этнические общности и языковые различия. Языки и языковые общности людей. Типизация языков народов мира и лингвострановедение. Письменность народов мира. Анализ культурно-исторических ресурсов туризма регионов.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Тема практического занятия 4: ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ

Форма практического задания: кейс-задание

Аналитическое задание 4.1

А) Дайте туристскую характеристику одного из европейских городов (на выбор) по следующему плану:

- Название города. Географическое положение.
- Окружающая природная среда (Ландшафт).
- География города: а) планировка, б) городской пейзаж, в) особенности застройки (архитектура).
- Краткая характеристика истории города с указанием памятников исторических мест и памятников истории.
- Основные функции города.
- Городские достопримечательности (памятники, музеи, парки, галереи и др.), формирующие культурный образ города.

Б) Разработайте авторскую экскурсию (сопроводив ее презентацией) по одному из европейских городов, отличающуюся от существующих набором объектов экскурсионного показа и технологией (методикой) проведения.

Аналитическое задание 4.2.

Дайте оценку туристского имиджа арабской страны (по выбору). Для объективной оценки привлекательного имиджа важно определить оценочные показатели. В качестве оценочных групп показателей можно выделить:

- психофизические – характеризуют физический и эмоциональный комфорт, экологическую безопасность отдыха;
- репутационную (имиджевую) – характеризуют степень престижности отдыха в регионе;
- социальные – отражают социальную стабильность в регионе, отношение местного населения к туристам;
- культурно-эстетические – характеризуют уровень историко-культурного потенциала региона, информационную насыщенность, степень познавательности экскурсионных маршрутов;
- экономические – отражают уровень туристских расходов, стоимость основных и дополнительных услуг, соответствие цены и качества.

Проанализировав имидж страны, сложившийся в СМИ и на быденном уровне, выделите стереотипы и мифы в восприятии иностранными туристами.

Аналитическое задание 4.3.

Дайте оценку туристского имиджа азиатской страны (по выбору). Для объективной оценки привлекательного имиджа важно определить оценочные показатели. В качестве оценочных групп показателей можно выделить:

- психофизические – характеризуют физический и эмоциональный комфорт, экологическую безопасность отдыха;
- репутационную (имиджевую) – характеризуют степень престижности отдыха в регионе;
- социальные – отражают социальную стабильность в регионе, отношение местного населения к туристам;
- культурно-эстетические – характеризуют уровень историко-культурного потенциала региона, информационную насыщенность, степень познавательности экскурсионных маршрутов;
- экономические – отражают уровень туристских расходов, стоимость основных и дополнительных услуг, соответствие цены и качества.

Проанализировав имидж страны, сложившийся в СМИ и на быденном уровне, выделите стереотипы и мифы в восприятии иностранными туристами.

Аналитическое задание 4.4.

Дайте оценку туристского имиджа северо-американского или латино-американского города (по выбору), используя различные типы источников. Для объективной оценки привлекательного имиджа важно определить оценочные показатели. В качестве оценочных групп показателей можно выделить:

- психофизические – характеризуют физический и эмоциональный комфорт, экологическую безопасность отдыха;
- репутационную (имиджевую) – характеризуют степень престижности отдыха в регионе;
- социальные – отражают социальную стабильность в регионе, отношение местного населения к туристам;
- культурно-эстетические – характеризуют уровень историко-культурного потенциала региона, информационную насыщенность, степень познавательности экскурсионных маршрутов;
- экономические – отражают уровень туристских расходов, стоимость основных и дополнительных услуг, соответствие цены и качества.

Проанализировав имидж страны, сложившийся в СМИ и на быденном уровне, выделите стереотипы и мифы в восприятии иностранными туристами. Составьте имидж туристский имидж города.

Результаты заданий представить в виде презентаций.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – контрольная работа

РАЗДЕЛ 5. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ

Перечень изучаемых элементов содержания

Экономика и инфраструктура страны. Отраслевая и территориальная структура хозяйства. Народонаселение как предмет страноведения и туризма. Миграция населения. Типизация стран по уровню социально-экономического развития. Экономическое и социальное значение туризма. Мировые сухопутные, морские и воздушные транспортные коридоры. Политическая карта мира и политическая география. Территориальные образования на политической карте мира. Политическое страноведение и типология стран мира по уровню развития туризма. Районирование мира по версии UNWTO. Методика проведения анализа экономики и инфраструктуры страны. Методика изучения политических условий развития туризма. Политические факторы, сдерживающие развитие международного туризма. Проблемы региональной безопасности.

Тема 5.1. Экономико-географическое положение страны как условие развития национального туризма

Туризм как сфера мировой экономики. Организационные формы туризма. Экономика и инфраструктура страны. Отраслевая и территориальная структура хозяйства. Народонаселение как предмет страноведения и туризма. Миграция населения. Типизация стран по уровню социально-экономического развития. Экономическое и социальное значение туризма. Мировые сухопутные, морские и воздушные транспортные коридоры. Инфраструктура туризма. Коэффициент «компактности» страны как фактор туризма.

Тема 5.2. Политическое страноведение и политические условия организации туризма

Политическая карта мира и объекты на ней. Территориальные образования на политической карте мира. Политическое страноведение и типология стран мира по уровню развития туризма. Районирование мира по версии UNWTO. Методика проведения анализа экономики и инфраструктуры страны. Методика изучения политических условий развития туризма. Политические факторы, сдерживающие развитие международного туризма. Проблемы региональной безопасности. Проблемы типологии в страноведении и туризме. «Черные списки» стран мира. Страны с наибольшим и наименьшим уровнем туризма.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 5

Тема практического занятия 5: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ

Форма практического задания: кейс-задание

Аналитическое задание 5.1:

Проанализируйте политические условия развития туризма в зарубежной стране (для анализа необходимо выбирать страну, пользующуюся спросом у российских туристов) в соответствии с методикой их изучения (см. методические указания к заданию).

Методические указания к заданию:

Характеристику политических условий развития в стране следует начать со сведений о форме правления и государственного устройства (территориально-административного устройства) страны. Далее необходимо указать членство страны в военно-политических и экономических союзах. Следует отметить, к каким ограничениям или новым возможностям в политике страны приводит это участие, как это влияет на туризм, а также какова внешняя политика государства на мировой арене. Следует обратить внимание на вопросы внутренней политики: особенности общественно-политической обстановки, наличие или отсутствие внутренних конфликтов (религиозных, этнических, военно-политических или социальных), районы конфликтов или

напряженности. Важно знать о криминальной обстановке в стране. При рассмотрении вопросов о государственной политике страны в сфере туризма следует уделить внимание существующим программам его развития.

Задание 5.2.

Работа с контурной картой:

- а) нанести на контурную карту мира макрорегионы, субрегионы и страны мира в соответствии со схемой туристского районирования ЮНВТО;
- б) выделить (желтым цветом) страны с монархической формой государственного устройства;
- в) выделить (штриховкой) страны с федеральным типом государственного устройства;
- г) выделить (звездочкой) страны, которые не рекомендуются для посещения туристами (опасные).

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 6. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СТРАНАХ И РЕГИОНАХ МИРА

Перечень изучаемых элементов содержания

Характеристика туристских макрорегионов мира. Туристские регионы и субрегионы UNWTO. Страны-лидеры на международном туристском рынке. Туризм в странах Европы. Регионы и центры туризма Америки. Международный туризм в странах Азии. Особенности развития туризма в Африке. Международный туризм в Австралии и Океании. Рейтинг стран –лидеров по туристским прибытиям и доходам. Гаагская декларация по туризму. Россия на мировом туристском рынке. Основные туристско-рекреационные зоны и центры РФ. Культурно-познавательные туристско-рекреационные центры. Туристско-рекреационные центры, формируемые на основе природных ценностей. Туристско-рекреационные центры оздоровительного типа. Туристско-рекреационные центры горного типа. Туристические зоны федерального значения. Особые экономические зоны, создаваемые для развития туризма в РФ

Тема 6.1. Развитие туристско-рекреационных центров в странах и регионах мира

Характеристика туристских макрорегионов мира. Туристские регионы и субрегионы UNWTO. Страны-лидеры на международном туристском рынке. Туризм в странах Европы. Регионы и центры туризма Америки. Международный туризм в странах Азии. Особенности развития туризма в Африке. Международный туризм в Австралии и Океании. Рейтинг стран –лидеров по туристским прибытиям и доходам. Гаагская декларация по туризму.

Тема 6.2. Развитие туристско-рекреационных центров в Российской Федерации

Россия на мировом туристском рынке. Основные туристско-рекреационные зоны и центры РФ. Культурно-познавательные туристско-рекреационные центры. Туристско-рекреационные центры, формируемые на основе природных ценностей. Туристско-рекреационные центры оздоровительного типа. Туристско-рекреационные центры горного типа. Туристические зоны федерального значения. Особые экономические зоны, создаваемые для развития туризма в РФ

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 6

Тема практического занятия 6: РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СТРАНАХ И РЕГИОНАХ МИРА

Форма практического задания: кейс-задание

Темы вопросов для обсуждения:

Аналитическое задание к разделу 6:

Дать туристско-рекреационную характеристику одной из туристических зон России федерального значения:

1. Западная туристская зона - Калининградская область.
2. Северо-западная туристская зона - Санкт-Петербург; Ленинградская, Новгородская, Псковская, Вологодская области; Республика Карелия.
3. Центральная туристская зона - Москва, Московская, Владимирская, Калужская, Рязанская, Смоленская, Тверская, Тульская, Ярославская области.
4. Южно-Русская туристская зона - Белгородская, Брянская, Воронежская, Курская, Липецкая, Орловская, Пензенская и Тамбовская области, Республика Мордовия
5. Поволжская туристская зона - Республики Калмыкия, Татарстан, Марий Эл, Удмуртия, Чувашия, Астраханская, Саратовская, Ульяновская, Самарская, Волгоградская, Ивановская, Кировская, Костромская и Нижегородская области.
6. Уральская туристская зона - Республика Башкортостан, Оренбургская, Пермская, Свердловская и Челябинская области.
7. Приазовско-Черноморская туристская зона - Краснодарский край и Ростовская область.
8. Кавказская туристская зона - Ставропольский край и республики Адыгея, Дагестан, Ингушетия, Чеченская, Кабардино-Балкарская, Карачаево-Черкесская, Северо-Осетинская.
9. Обско-Алтайская туристская зона - Республика Алтай, Алтайский край, Кемеровская, Тюменская и Томская области.
10. Енисейская туристская зона — Республики Тува и Хакасия, Красноярский край.
11. Байкальская туристская зона — Республику Бурятию, а также Иркутскую и Читинскую области.
12. Дальневосточная туристская зона — Приморский и Хабаровский края, Амурская и Сахалинская области, Еврейская автономная область.
13. Туристская зона «Российский Север» — республики Коми, Саха, автономные округа Чукотский, Таймырский, Ханты-Мансийский, Эвенкийский, Ямало-Ненецкий, Архангельская, Мурманская, Камчатская и Магаданская области.

по следующему плану:

- Обоснование выбора региона или страны для анализа
- Характеристика экономико-географического положения.
- Характеристика природных условий и ресурсов.
- Характеристика населения.
- Краткий исторический очерк.
- Общая характеристика хозяйства.
- Порайонные различия.
- Туристские ресурсы.
- Основные туры.
- Туристские формальности.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6

форма рубежного контроля – контрольная работа

**РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(МОДУЛЮ)**

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 1)		
РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАНОВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА	10	Подготовка реферата
РАЗДЕЛ 2. ФИЗИКО- ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ (ПРИРОДНОЕ) СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	12	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 3. АНТРОПОЛОГИЧЕС КОЕ И ЭТНОКОНФЕССИОН АЛЬНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	12	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем Модуля 1, часов	34	
Модуль 2 (Семестр 2)		
РАЗДЕЛ 4. ИСТОРИКО- КУЛЬТУРНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	10	Подготовка реферата
РАЗДЕЛ 5. СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	12	Кейс-задание
РАЗДЕЛ 6. РАЗВИТИЕ	12	Самостоятельное изучение материала

ТУРИЗМА В СТРАНАХ И РЕГИОНАХ МИРА		раздела
Общий объем по модулю/семестру, часов	34	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	68	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 1)		
РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАНОВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА	16	Подготовка реферата
РАЗДЕЛ 2. ФИЗИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ (ПРИРОДНОЕ) СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	18	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 3. АНТРОПОЛОГИЧЕСКОЕ И ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	18	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем Модуля 1, часов	52	
Модуль 2 (Семестр 2)		
РАЗДЕЛ 4. ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	16	Подготовка реферата
РАЗДЕЛ 5. СОЦИАЛЬНО-	18	Кейс-задание

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ		
РАЗДЕЛ 6. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СТРАНАХ И РЕГИОНАХ МИРА	18	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем по модулю/семестру, часов	52	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	104	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (Курс 2, сессия 1-2)		
РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАНОВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА	30	Подготовка реферата
РАЗДЕЛ 2. ФИЗИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ (ПРИРОДНОЕ) СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	28	Самостоятельное изучение материала раздела
РАЗДЕЛ 3. АНТРОПОЛОГИЧЕСКОЕ И ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	27	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем Модуля 1, часов	85	
Модуль 2 (Курс 2, Сессия 3-4)		

РАЗДЕЛ 4. ИСТОРИКО- КУЛЬТУРНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	30	Подготовка реферата
РАЗДЕЛ 5. СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	28	Кейс-задание
РАЗДЕЛ 6. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СТРАНАХ И РЕГИОНАХ МИРА	27	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем по модулю/семестру, часов	85	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	170	

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Страноведение как особый комплекс географических знаний
2. Научные и прикладные задачи страноведения
3. Источники информации в страноведении и туризме
4. Страноведческий комплекс, его главные элементы и составные части
5. Образ страны и комплексная страноведческая характеристика

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Среда обитания человека и географическая оболочка Земли
2. Природные ресурсы и природно-ресурсный потенциал территории
3. Структура природно-ресурсного потенциала
4. Рекреация и туризм как альтернативный вид природопользования
5. Рекреационная деятельность: понятие, виды и эволюция.
6. Туристский центр и центр туризма
7. Общие положения типологии туристских центров
8. Факторы формирования туристских центров и их классификация.
9. Факторы международной конкурентоспособности национального туристского комплекса.
10. Международный туризм как важная часть сферы внешнеэкономических связей РФ.
11. Территориальная рекреационная система и ее подсистемы.
12. Туристский район. Туристский центр. Типология туристских центров.

13. Факторы, влияющие на развитие туризма.
14. Генерирующие и лимитирующие факторы.
15. Статистические и динамические факторы.
16. Природные факторы.
17. Культурно-исторические факторы.
18. Социально-экономические факторы.
19. Принципы и проблемы составления реестра и кадастра туристско-рекреационных ресурсов.
20. Нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность в области туризма.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

1. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/516511> (дата обращения: 08.03.2023)
2. Агабабян, С. Р. Страноведение : учебное пособие : [16+] / С. Р. Агабабян, И. Г. Барабанова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2021. — 96 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=693137> (дата обращения: 08.03.2023). — ISBN 978-5-7972-2955-1. — Текст : электронный

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельного изучения к Разделу 2

- Охарактеризуйте особенности изучения вод в туристском страноведении.
В чем состоит роль подземных минеральных вод и грязей в туристском страноведении?
Приведите примеры.
Охарактеризуйте состояние инфраструктуры и перспективы развития санаторно-курортного лечения в условиях рекреационных учреждений.
Объясните системообразующую роль климата в туристском страноведении.
Конкретизируйте на отдельных примерах влияние малых форм рельефа на туризм.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

1. Симагин, Ю. А. Экономическая география и прикладное регионоведение России : учебник для вузов / Ю. А. Симагин, А. В. Обыграйкин ; под редакцией Ю. А. Симагина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14220-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/511061> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Гладкий, Ю. Н. Регионоведение : учебник для вузов / Ю. Н. Гладкий, А. И. Чистобаев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 360 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00479-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/511767> (дата обращения: 08.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельного изучения к Разделу 3:

1. Понятие «количество населения»: демографические характеристики территорий (численность населения и тенденции ее изменения, возрастная структура населения, половой состав).
2. Плотность населения.
3. Урбанизация.
4. Миграции и их виды.
5. «Качество» населения. Индекс человеческого развития. Средняя продолжительность жизни.
6. Мотивы и особенности паломничества.
7. Христианские святыни на Святой Земле.
8. Религиозные центры православия в зарубежных странах.
9. Религиозные центры и объекты католицизма и протестантизма.
10. Паломничество в исламе.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.

1. Социально-экономическая география : учебник для вузов / М. М. Голубчик, С. В. Макара, А. М. Носонов, Э. Л. Файбусович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11477-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510962> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Мишнина, Е. И. Туристское страноведение : учебное пособие : [16+] / Е. И. Мишнина. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. — 215 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=601704> (дата обращения: 08.03.2023). — ISBN 978-5-4499-1849-9. — DOI 10.23681/601704. — Текст : электронный.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Материальные и нематериальные объекты культурно-исторического туризма.
2. Памятники истории и культуры и их разновидности.
3. Памятник светской архитектуры.
4. Движимые и недвижимые объекты познавательно-культурной рекреации.
5. Типология культурно-исторических объектов по рекреационной значимости.

Перечень тем рефератов к Разделу 4:

1. Деятельность ЮНЕСКО и его роль в сохранении и оценке природного и культурного наследия. Список всемирного наследия ЮНЕСКО. Критерии отнесения объектов к памятникам всемирного наследия.
2. Концепция и основные принципы адекватного туризма.
3. Политика туристского развития и ее основные аспекты. Хартия культурного туризма.
4. Основные аспекты природного и культурного наследия в туризме.
5. Классификация культурно-исторических объектов.
6. Ресурсы познавательного туризма – древние города, памятники истории и культуры, дворцово-парковые ансамбли, музеи-заповедники.
7. Ресурсы религиозного и паломнического туризма – памятники культовой архитектуры, монастыри и приходы. Культовые сооружения мировых религий.
8. Ресурсы этнографического туризма – народные промыслы, традиции, быт, творчество.
9. Мероприятия по охране памятников истории и культуры.
10. Охрана и использование культурно-исторического наследия.
11. Социодемографические изменения и их влияние на развитие мирового рынка туризма.

12. Надежность и емкость культурных комплексов.
13. Основные принципы рекреационного освоения природных и культурно-исторического наследия.
14. Историко-культурный и природный потенциал в системе международного туризма.
15. Города как центры событийного туризма.
16. Роль городов в современном туристском производстве.
17. Европейские города как центры развития туризма
18. Арабские (мусульманские) города как центры развития туризма
19. Туристский потенциал городов Южной, Северо-Восточной и Юго-Восточной Азии
20. Города Нового света и их туристский потенциал

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 4.

1. Памятники всемирного природного и культурного наследия России в системе туризма : учебник : [16+] / А. С. Баранов, Е. И. Богданов, Н. О. Верещагина, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 312 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572463> (дата обращения: 08.03.2023). – Библиогр.: с. 303-307. – ISBN 978-5-4499-0772-1. – Текст : электронный.
2. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/516511> (дата обращения: 08.03.2023)
3. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. — URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. Пользователей

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 5

1. Экономическое и социальное значение туризма.
2. Мировые сухопутные, морские и воздушные транспортные коридоры.
3. Политическая карта мира и политическая география.

Выполнение кейс-задания к Разделу 5:

Дайте оценки экономико-географического положения зарубежной страны (по выбору преподавателя) как условия развития национального туризма в соответствии с методикой его изучения.

Ход выполнения задания:

1. Дать характеристику географического положения страны.

Географическое положение – обязательный пункт плана туристской характеристики страны, позволяющий раскрыть естественные предпосылки развития туризма. Для составления характеристики и оценки географического положения изучаемой страны представляется необходимым дать пояснения по основным пунктам следующего плана относительно положений:

- экватора, нулевого меридиана, полюсов, тропиков и полярных кругов;
- на материке / части материка или части света;
- океанов, морей, крупных заливов, проливов, морских течений;
- крупных форм рельефа суши;

- климатических поясов и центров высокого и низкого давления;
- крупных рек и озер;
- природных зон;
- «соседского» положения;
- путей сообщения (транспортно-географическое положение);
- государств с нестабильной политической ситуацией и очагов войны.

2. Положение страны в отношении стран – основных поставщиков туристов.
3. Соотношение площади государства и длины ее границ, которое условно называют коэффициентом «компактности» страны; влияние коэффициента компактности на географию туристских районов.
4. Протяженность сухопутных границ и пограничный туризм.
5. Экономико-социальная оценка стран, с которыми анализируемое государство имеет общую сухопутную границу, и направленность пограничных турпотоков.
6. Положение страны в отношении стран – конкурентов по приему туристов.
7. Общий вывод об особенностях экономико-географического положения страны с точки зрения его выгоды или неудобства для развития туризма.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 5.

1. Симагин, Ю. А. Экономическая география и прикладное регионоведение России : учебник для вузов / Ю. А. Симагин, А. В. Обыграйкин ; под редакцией Ю. А. Симагина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14220-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/511061> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Социально-экономическая география : учебник для вузов / М. М. Голубчик, С. В. Макар, А. М. Носонов, Э. Л. Файбусович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11477-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.ura.it.ru/bcode/510962> (дата обращения: 08.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6

Вопросы для самостоятельного изучения к Разделу 6:

1. Культурно-познавательные туристско-рекреационные центры России.
2. Туристско-рекреационные центры, формируемые на основе природных ценностей.
3. Туристско-рекреационные центры оздоровительного типа.
4. Туристско-рекреационные центры горного типа.
5. Самодеятельный туризм в РФ

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 6.

1. Агабабян, С. Р. Страноведение : учебное пособие : [16+] / С. Р. Агабабян, И. Г. Барабанова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2021. — 96 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=693137> (дата обращения: 08.03.2023). — ISBN 978-5-7972-2955-1. — Текст : электронный

2. Гладкий, Ю. Н. Регионоведение : учебник для вузов / Ю. Н. Гладкий, А. И. Чистобаев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 360 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00479-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511767> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Мишнина, Е. И. Туристское страноведение : учебное пособие : [16+] / Е. И. Мишнина. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. — 215 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=601704> (дата обращения: 08.03.2023). — ISBN 978-5-4499-1849-9. — DOI 10.23681/601704. — Текст : электронный.

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полупунктный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Выполнение тестовых заданий.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

Написание эссе.

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является экзамен, экзамен, которые проводятся в устной форме.

4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

1. текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
2. промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

3. академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

4. выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

5. прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАНОВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА	ПК-5	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризуйте понятие «туристские ресурсы» и дайте соотношение терминов «туристские» и «рекреационные ресурсы». 2. Перечислите основные свойства и характеристики туристских ресурсов. 3. Что такое рекреационная деятельность: понятие, виды и эволюция 4. Требования, предъявляемые к туристским ресурсам. 5. Назовите классификации туристских ресурсов и их группы. 6. Принципы и проблемы составления реестра и кадастра туристских ресурсов. 7. Типология туристских центров. 8. Назовите общие положения типологии туристских центров. 9. Факторы формирования туристских центров. 10. Что такое туристско-рекреационный комплекс? 11. Влияние глобальных проблем мира на использование рекреационных ресурсов. 12. В чем значение туристско-рекреационных ресурсов на развитие туризма? 13. География туристско-рекреационных районов и туристско-рекреационных зон. 14. Дайте анализ использования туристского потенциала туристско-рекреационных зон России. 15. Назовите глобальные и насущные проблемы мира и развитие центров туризма. 16. Назовите основные факторы и условия формирования и развития туристского

				<p><i>региона.</i></p> <p>17. Особенности иерархии и типологии рекреационных и туристских районов.</p> <p>18. Статистическая типология туристских центров.</p> <p>19. Пассивный и активный пространственные стандарты рекреации.</p> <p>20. Рекреация как современный феномен, выражающийся в развитии индустрии массового отдыха.</p> <p>21. Роль страноведения в формировании имиджа туристской территории.</p> <p>22. Факторы, реализующие рекреационные потребности в туризме.</p> <p>23. Приоритетные направления развития туризма в России – транзитный, экологический, сельский и трансграничный туризм.</p> <p>24. Международный туризм как важная часть сферы внешнеэкономических связей РФ.</p> <p>25. Основные понятия рекреационного ресурсоведения, регионального природопользования и курортологии.</p>
2.	РАЗДЕЛ 2. ФИЗИКО- ГЕОГРАФИ- ЧЕСКОЕ (ПРИРОДН ОЕ) СТРАНОВЕ- ДЕНИЕ И ТУРИЗМ	ПК-5	Контро- льная работа	<p>1. Что такое географическое положение?</p> <p>2. Какие критерии географического положения выделяются в страноведении?</p> <p>3. Раскройте объем и содержание понятия «географическое положение». Приведите примеры.</p> <p>4. В чем состоит влияние географического положения на туризм?</p> <p>5. Приведите примеры доказательства воздействия географического положения страны на развитие туризма.</p> <p>6. Что такое природная среда в туризме?</p> <p>7. В чем особенности изучения природы в туристском страноведении по сравнению с комплексным страноведением?</p> <p>8. Объясните основополагающую роль рельефа в страноведческой характеристике природы?</p> <p>9. Приведите примеры, поясняющие значение разнообразия рельефа страны в туризме.</p> <p>10. Дайте развернутый план характеристики рельефа.</p> <p>11. Раскройте смысл понятий «морфоструктура» и «морфоскульптура».</p> <p>12. Что такое климат?</p> <p>13. В чем состоит различие климата и погоды?</p> <p>14. Какова методика характеристики климата?</p>

				<p>15. Назовите и кратко охарактеризуйте основные и переходные климатические пояса.</p> <p>16. Конкретизируйте состав климатических показателей в туристском страноведении.</p> <p>17. Приведите основные критерии определения типов погод.</p> <p>18. Раскройте объем и содержание понятий «воды Мирового океана» и «воды суши».</p> <p>19. Поясните на конкретных примерах, в чем проявляется влияние вод как условия развития туризма в стране.</p> <p>20. Раскройте смысл понятия «природная зона».</p> <p>21. В чем заключается методика изучения и оценки природных зон страны?</p> <p>22. Каковы особенности изучения высотной поясности в страноведении?</p> <p>23. Объясните взаимосвязь растительности (животного мира) и туризм в стране. Приведите примеры.</p> <p>24. Опишите разновидности лечебных и рекреационных услуг, предлагаемых в санаторно-курортной практике.</p> <p>25. Приведите примеры уникальных курортов Российской Федерации: история развития и природные лечебные факторы.</p>
3.	РАЗДЕЛ 3. АНТРОПОЛОГИЧЕСКОЕ И ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ И ТУРИЗМ	ПК-5	Кейс-задание	<p>1. Используя атлас мира, карту распространения религий, найдите на карте мира основные православные и католические центры паломничества в странах дальнего зарубежья и составьте их характеристику:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные православные центры в странах дальнего зарубежья; – религиозные объекты католицизма и протестантизма; – наиболее известные европейские центры паломничества и религиозного туризма экскурсионной направленности в Европе; – Христианские святыни на Святой Земле; – Святые места на территории Египта; – Объекты религиозного паломничества в России. <p>2. Используя атлас мира, карту распространения религий, найдите на карте мира основные центры паломничества мусульман и объекты религиозного туризма в странах</p>

дальнего зарубежья и составьте их характеристику:

- Мекка (Саудовская Аравия);*
- Медина (Саудовская Аравия);*
- Мечеть халифа Омара на горе Мориа (Иерусалим);*
- Голубая мечеть в Стамбуле (Турция);*
- Мечети Кира (Египет);*
- Мечети в Дамаске (Сирия);*
- Золотая мечеть в Багдаде (Ирак);*
- Мечети в Дели (Индия).*

3. Используя атлас мира, карту распространения религий, найдите на карте мира основные центры паломничества буддистов:

- паломнические центры буддизма в Индии и Непале;*
- святыя места буддизма в Индии;*
- центры тибетского буддизма в Индии;*
- буддийские святыя места в Непале;*
- паломнические центры в Тибете;*
- центры буддизма в Японии;*
- буддийские религиозные центры в Мьянме;*
- объекты буддизма в других странах Азии.*

4. Используя атлас мира, карту распространения религий, найдите на карте мира основные святыя места и центры паломничества в индуизме:

- святыя места индуизма в Индии;*
- святыя места в Тибете;*
- святыя места в Непале.*

4.	РАЗДЕЛ 4. ИСТОРИКО - КУЛЬТУРНОЕ СТРАНОВЕ ДЕНИЕ И ТУРИЗМ	ОПК-6	Контрольная работа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Перечислите проблемы использования памятников истории и культуры регионов в целях туризма и рекреации. 2. Назовите типы археологических памятников в регионах, степень их организации археологических памятников и их оценка. 3. Как Вы понимаете слова «Искусство как компонент культуры»? 4. В чем суть методики туристского исследования отдельных видов искусства 5. Что понимается под традициями народов? 6. Охарактеризуйте понятие «Народное творчество как компонент культуры». 7. Назовите подходы к изучению массовой культуры. 8. Какова роль ЮНЕСКО в сохранении природного и культурного наследия. 9. Что такое движимые и недвижимые объекты познавательно-культурной рекреации? 10. Что понимается под оценкой культурного наследия?
		ПК-5	Компьютерное тестирование	<ol style="list-style-type: none"> 1. Главные центры средневековой культуры и науки находились в Багдаде, Каире, Кордове и других городах арабо-мусульманского: <ol style="list-style-type: none"> а) царства б) халифата в) княжества 2. Телевидение возникло в Латинской Америке в ... XX в. <ol style="list-style-type: none"> а) середине 60-х гг. б) начале 70-х гг. в) начале 50-х гг. 3. Шекспир — представитель эпохи: <ol style="list-style-type: none"> а) реализма б) футуризма в) Возрождения 4. В каком городе находится Нотр-Дам-де-Пари: <ol style="list-style-type: none"> а) Прага б) Париж в) Вена

				<p>5. В каком году проходила Международная выставка (Экспо), на которой была представлена знаменитая Эйфелева башня:</p> <p>а) 1889 б) 1918 в) 1937</p>
5.	РАЗДЕЛ 5. СОЦИАЛЬН О- ЭКОНОМИ ЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕ СКОЕ СТРАНОВЕ ДЕНИЕ И ТУРИЗМ	ОПК-6	Компью терное тестиро вание	<p>1. Лейбористская партия возникла в Великобритании в:</p> <p>а) 1900 г б) 1800 г в) 1700 г</p> <p>2. Законодательным органом в Марокко является:</p> <p>а) Палата депутатов б) Народный совет в) Палата представителей</p> <p>3. Наименьшие показатели экономической активности среди детей и подростков в арабском мире отмечается среди:</p> <p>а) населения крупных городов б) населения стран Северной Африки в) сельского населения</p> <p>4. По форме государственного устройства Германия:</p> <p>а) монархия б) парламентская республика в) президентская республика</p> <p>5. Владения Нидерландов в Латинской Америке включают:</p> <p>а) Антилские острова, б) Уругвай, Парагвай, в) Сент-Люсия, Гвиану, монтсеррат</p> <p style="text-align: right;">Арубу Гайану</p>

		ПК-5		<p><i>1. Политическая обстановка в Испании в 1940-1945 гг характеризовалась тем, что:</i></p> <p><i>а) была создана коммунистическая партия</i></p> <p><i>б) были запрещены забастовки, были ликвидированы демократические свободы</i></p> <p><i>в) активно действовали рабочие организации и профсоюзы</i></p> <p><i>2. Согласно аргентинской конституции, членами национального конгресса не могут быть лица:</i></p> <p><i>а) старше 50</i></p> <p><i>б) духовного санаторно-курортного</i></p> <p><i>в) ранее состоявшие в каких-либо политических партиях</i></p> <p><i>3. Тунис является мировым производителем этого масла:</i></p> <p><i>а) пальмового</i></p> <p><i>б) арахисового</i></p> <p><i>в) оливкового</i></p> <p><i>4. К странам Магриба относятся:</i></p> <p><i>а) Мавритания</i></p> <p><i>б) Египет</i></p> <p><i>в) Саудовская Аравия</i></p> <p><i>5. По добыче рыбы Испания занимает это место:</i></p> <p><i>а) 4</i></p> <p><i>б) 8</i></p> <p><i>в) 5</i></p>
6.	РАЗДЕЛ 6. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СТРАНАХ И РЕГИОНАХ МИРА	ПК-5	Контроль ная работа	<p><i>1. Дайте сравнительную характеристику особенностей развития туризма во Франции и Великобритании.</i></p> <p><i>2. Какую туристскую специализацию имеют макрорегионы США?</i></p> <p><i>3. Охарактеризуйте современные особенности географии туризма и туристских потоков в Китае.</i></p> <p><i>4. Какие виды туризма получили развитие в Индии?</i></p> <p><i>5. Дайте характеристику современного состояния туризма в ЮАР.</i></p> <p><i>6. Каковы особенности географии туризма в Австралии?</i></p>

7. *Восточно-Европейская туристско-рекреационная зона: общая характеристика.*
8. *Северо-Европейская туристско-рекреационная зона: общая характеристика.*
9. *Южно-Европейская туристско-рекреационная зона: общая характеристика.*
10. *Западно-Европейская туристско-рекреационная зона: общая характеристика.*
11. *Туризм и отдых в странах Юго-Западной Азии.*
12. *Туристско-рекреационный потенциал регионов и стран Южной Азии.*
13. *Туризм и отдых в странах Юго-Восточной Азии.*
14. *Туристско-рекреационный потенциал стран Африканского Средиземноморья (Тунис,*
15. *Марокко, Алжир, Ливия, Египет). Туризм и отдых в ЮАР.*
16. *Международный туризм в Северной Америке: современное состояние, проблемы и*
17. *перспективы. Туризм и отдых в США и Канаде.*
18. *Международный туризм в Латинской Америке: современное состояние, проблемы и*
19. *перспективы. Туризм и отдых в странах Карибского бассейна. Туристско-рекреационный потенциал*
20. *государств Центральной Америки.*
21. *Южно-Американская зона: общая характеристика. Туристско-рекреационный потенциал*
22. *государств Южной Америки.*
23. *Международный туризм в Австралии и Океании: современное состояние, проблемы и*
24. *перспективы. Туризм и отдых в Австралии и Новой Зеландии.*
25. *Туристско-рекреационный потенциал государств Закавказья.*
26. *Туристско-рекреационный потенциал Крыма. Южный берег Крыма - основной рекреационный район полуострова.*
27. *Туристско-рекреационный потенциал Беларуси и Молдовы: сравнительный анализ.*
28. *Туристские и рекреационные ресурсы Казахстана и Среднеазиатских государств.*
29. *Туристско-рекреационный потенциал стран Южной Европы.*
30. *Туристско-рекреационный потенциал Восточной Европы.*

- | | | | | |
|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | <p>28. Туристско-рекреационный потенциал стран Западной Европы.
29. Туристско-рекреационный потенциал стран Северной Европы.</p> |
|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
МОДУЛЬ 1	
ПК-5	<ol style="list-style-type: none"> 1. Страноведение – научная основа международного туризма. 2. История страноведения как географической науки. 3. Страноведение в системе географических наук. Объект и предмет исследования в страноведении. 4. Функции современного страноведения. 5. Основные методы и принципы страноведения. Концепции и парадигмы в географии и страноведении. 6. Структурирование земного пространства. Научные и прикладные задачи страноведения. 7. Источники информации в страноведении и туризме. 8. Страноведческий комплекс, его главные элементы и составные части. 9. Образ страны и комплексная страноведческая характеристика. 10. Факторы, влияющие на развитие туризма. 11. Роль географического положения территории в физико-географическом (природном) страноведении. 12. Физико-географическая характеристика территории. 13. Географические пейзажи в страноведении. 14. Методические основы изучения географического положения страны. 15. Свойства географического положения страны. 16. Природа как условие развития туризма. 17. В чем состоит влияние географического положения на туризм?

	<p>18. Приведите примеры доказательства воздействия географического положения страны на развитие туризма.</p> <p>19. Что такое природная среда в туризме?</p> <p>20. В чем особенности изучения природы в туристском страноведении по сравнению с комплексным страноведением?</p> <p>21. Объясните основополагающую роль рельефа в страноведческой характеристике природы?</p> <p>22. Приведите примеры, поясняющие значение разнообразия рельефа страны в туризме. Дайте развернутый план характеристики рельефа.</p> <p>23. Раскройте смысл понятий «морфоструктура» и «морфоскульптура». Конкретизируйте на отдельных примерах влияние малых форм рельефа на туризм.</p> <p>24. Объясните системообразующую роль климата в туристском страноведении.</p> <p>25. Поясните на конкретных примерах, в чем проявляется влияние вод как условия развития туризма в стране.</p> <p>26. Приведите примеры уникальных курортов Российской Федерации: история развития и природные лечебные факторы.</p>
ОПК-6	<p>27. Охарактеризуйте роль религии в выбранной зарубежной стране (по выбору преподавателя) как условия развития туризма в соответствии с методикой ее изучения.</p> <p>28. Народонаселение страны. Науки о народах и населении мира. Методика исследования населения.</p> <p>29. Народы, расы и расообразование, конфессии.</p> <p>30. Этнические общности и цивилизации. Этнический и национальный состав населения страны.</p> <p>31. Демографическая характеристика населения. Понятие «демографическая молодость» в туристском страноведении. «Качество» населения и его влияние на туризм.</p> <p>32. География религий, конфессиональное страноведение и туризм. Исторические этапы развития религий.</p> <p>33. Основные религии современного мира. Другие религии, имеющие локальное распространение.</p> <p>34. Религиозные особенности стран как фактор туристского производства.</p> <p>35. Религиозные объекты в христианстве.</p> <p>36. Религиозные объекты ислама. Ареалы распространения ислама и география религиозных центров.</p> <p>37. Объекты ислама и их значение для туризма.</p> <p>38. Религиозные объекты буддизма. Ареалы распространения буддизма и география паломнических центров.</p> <p>39. Святые места и паломничество в индуизме. Объекты индуизма и их значение.</p> <p>40. Методы туристского анализа истории страны. Потребности туристов в исторической информации.</p>

МОДУЛЬ 2

ОПК-6

1. Нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность в области туризма.
2. Общие положения типологии туристских центров
3. Факторы формирования туристских центров и их классификация.
4. Факторы международной конкурентоспособности национального туристского комплекса.
5. Международный туризм как важная часть сферы внешнеэкономических связей РФ.
6. Территориальная рекреационная система и ее подсистемы.
7. Туристский район. Туристский центр. Типология туристских центров.
8. Факторы, влияющие на развитие туризма.
9. Охарактеризуйте масштабы развития мировой туристской индустрии.
10. Приведите примеры событий, оказавших существенное влияние на развитие международного туризма в разных регионах мира.
11. На какие туристские регионы и субрегионы делятся страны мира?
12. Кратко охарактеризуйте динамику туристских прибытий по регионам мира.
13. В чем заключаются особенности развития туризма в Европейском регионе?
14. Охарактеризуйте особенности современного развития туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе.
15. Опишите структуру прибытий и основные туристские потоки в Американском регионе.
16. Дайте характеристику стран-лидеров по числу туристских прибытий в мире.
17. По каким показателям можно сравнить развитие туризма в странах? Прокомментируйте каждый из показателей.
18. Перечислите страны-лидеры по расходам на международный туризм и объясните, как меняется их соотношение в последние годы.
19. Охарактеризуйте современные особенности географии туризма и туристских потоков в Китае.
20. Проанализируйте политические факторы, сдерживающие развитие международного туризма.

ПК-5

21. Страноведческий подход к изучению роли культуры в туризме.
22. Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы. Классификация культурно-исторических рекреационных ресурсов.
23. Принципы рекреационного освоения культурно-исторических объектов.
24. Объекты всемирного культурного наследия ЮНЕСКО в России.

25. Язык как компонент культуры. Этнолингвистическое страноведение.
26. Типизация языков народов мира и лингвострановедение. Письменность народов мира.
27. Политика туристского развития и ее основные аспекты. Хартия культурного туризма.
28. Роль городов в современном туристском производстве.
29. Экономико-географическое положение страны как условие развития национального туризма.
30. Политическое страноведение и политические условия организации туризма.
32. Политическое страноведение и типология стран мира по уровню развития туризма.
33. Районирование мира по версии UNWTO.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

3. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/516511> (дата обращения: 08.03.2023)
4. Симагин, Ю. А. Экономическая география и прикладное регионоведение России : учебник для вузов / Ю. А. Симагин, А. В. Обыграйкин ; под редакцией Ю. А. Симагина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14220-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511061> (дата обращения: 08.03.2023).
5. Социально-экономическая география : учебник для вузов / М. М. Голубчик, С. В. Макар, А. М. Носонов, Э. Л. Файбусович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11477-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510962> (дата обращения: 08.03.2023).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Агабабян, С. Р. Страноведение : учебное пособие : [16+] / С. Р. Агабабян, И. Г. Барабанова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2021. – 96 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=693137> (дата обращения: 08.03.2023). – ISBN 978-5-7972-2955-1. – Текст : электронный
2. Гладкий, Ю. Н. Регионоведение : учебник для вузов / Ю. Н. Гладкий, А. И. Чистобаев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 360 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00479-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511767> (дата обращения: 08.03.2023).
3. Мишнина, Е. И. Туристское страноведение : учебное пособие : [16+] / Е. И. Мишнина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 215 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=601704> (дата обращения: 08.03.2023). – ISBN 978-5-4499-1849-9. – DOI 10.23681/601704. – Текст : электронный.
4. Памятники всемирного природного и культурного наследия России в системе туризма : учебник : [16+] / А. С. Баранов, Е. И. Богданов, Н. О. Верещагина, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 312 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572463> (дата обращения: 08.03.2023). – Библиогр.: с. 303-307. – ISBN 978-5-4499-0772-1. – Текст : электронный.
5. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. пользователей

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования,	http://elibrary.ru/

		содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

– узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

– консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзаменам. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC

5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

**Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения.

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения, демонстрационными материалами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – <i>бакалавриата</i> по направлению подготовки 43.03.02 <i>Туризм</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516	Протокол заседания Ученого совета факультета № <u>2</u> от « <u>27</u> » <u> </u> апреля <u> </u> 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № <u> </u> от « <u> </u> » <u> </u> 20 <u> </u> года	— . — . —
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № <u> </u> от « <u> </u> » <u> </u> 20 <u> </u> года	— . — . —
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № <u> </u> от « <u> </u> » <u> </u> 20 <u> </u> года	— . — . —



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшая школа индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
27 апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Экономика организаций сферы туризма и гостеприимства

Направление подготовки
43.03.02 «Туризм»

Направленность
«Экономика впечатлений»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	8
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	8
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	10
Модуль 1 Макроэкономические аспекты сферы туризма и гостеприимства	12
Раздел 1 Теоретические и концептуальные основы сферы туризма и гостеприимства: научное направление и вид практической деятельности.	12
Тема 1.1 Сущность сферы туризма и гостеприимства и основные социально-экономические категории. сферы туризма и гостеприимства как социально-экономическая система.	12
Тема 1.2 Научное направление и вид практической деятельности	12
Раздел 2 Рынок сферы туризма и гостеприимства.	12
Тема 2.1 Рыночный механизм регулирования сферы туризма и гостеприимства.	12
Тема 2.2 Методы прогнозирования рынка туруслуг.....	12
Раздел 3 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства.	12
Тема 3.1 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства (функции, показатели).	13
Социально-экономические показатели (показатели и уровень развития сферы туризма и гостеприимства в РФ)	13
Раздел 4 Роль и значение статистики сферы туризма и гостеприимства.	13
Тема 4.1 Роль и значение статистики в туризме.	13
Тема 4.2 Глобальные факторы, влияющие на экономику туризма (общемировые).	13
Консультация, час.....	13
Модуль 2 Микроэкономические аспекты сферы туризма и гостеприимства.....	14
Раздел 5 Понятие организаций сферы туризма и гостеприимства, типы.....	14
Тема 5.1 Предпринимательство в сфере туризма и гостеприимства.....	14
Тема 5.2 Особенности развития предприятий в сферы туризма и гостеприимства.	14
Раздел 6 Экономические основы организаций сферы туризма и гостеприимства (производственные и оборотные фонды).....	14
Тема 6.1 Ресурсы туристского предприятия.....	14

Тема 6.2 Показатели эффективности использования основных средств.....	14
Раздел 7 Формирование результатов деятельности предприятия. Прибыль предприятия.....	14
Тема 7.1 Формирование результатов деятельности предприятий туризма	15
Тема 7.2 Сущность прибыли, виды прибыли туристского предприятиями	15
Раздел 8 Экономика труда, ценообразование на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.....	15
Тема 8.1 Экономика труда на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.....	15
Тема 8.2 Современные методики ценообразования в практической деятельности.....	15
Консультация, час.....	15
Раздел 1 Теоретические и концептуальные основы сферы туризма и гостеприимства: научное направление и вид практической деятельности.....	16
Тема 1.1 Сущность сферы туризма и гостеприимства и основные социально-экономические категории. сферы туризма и гостеприимства как социально-экономическая система.	17
Тема 1.2 Научное направление и вид практической деятельности	17
Раздел 2 Рынок сферы туризма и гостеприимства.....	17
Тема 2.1 Рыночный механизм регулирования сферы туризма и гостеприимства.	17
Тема 2.2 Методы прогнозирования рынка туруслуг.....	17
Раздел 3 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства.....	17
Тема 3.1 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства (функции, показатели).	17
Социально-экономические показатели (показатели и уровень развития сферы туризма и гостеприимства в РФ)	18
Раздел 4 Роль и значение статистики сферы туризма и гостеприимства.	18
Тема 4.1 Роль и значение статистики в туризме.	18
Тема 4.2 Глобальные факторы, влияющие на экономику туризма (общемировые).	18
Раздел 5 Понятие организаций сферы туризма и гостеприимства, типы.....	19
Тема 5.1 Предпринимательство в сфере туризма и гостеприимства.....	19
Тема 5.2 Особенности развития предприятий в сферы туризма и гостеприимства.	19
Раздел 6 Экономические основы организаций сферы туризма и гостеприимства	

(производственные и оборотные фонды).....	19
Тема 6.1 Ресурсы туристского предприятия.....	19
Тема 6.2 Показатели эффективности использования основных средств.....	19
Раздел 7 Формирование результатов деятельности предприятия. Прибыль предприятия.....	19
Тема 7.1 Формирование результатов деятельности предприятий туризма	20
Тема 7.2 Сущность прибыли, виды прибыли туристского предприятия.....	20
Раздел 8 Экономика труда, ценообразование на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.....	20
Тема 8.1 Экономика труда на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.....	20
Тема 8.2 Современные методики ценообразования в практической деятельности.....	20
Консультация, час.....	20
Раздел 1 Теоретические и концептуальные основы сферы туризма и гостеприимства: научное направление и вид практической деятельности.....	21
Тема 1.1 Сущность сферы туризма и гостеприимства и основные социально-экономические категории. сферы туризма и гостеприимства как социально-экономическая система.	22
Тема 1.2 Научное направление и вид практической деятельности	22
Раздел 2 Рынок сферы туризма и гостеприимства.....	22
Тема 2.1 Рыночный механизм регулирования сферы туризма и гостеприимства.....	22
Тема 2.2 Методы прогнозирования рынка туруслуг.....	22
Раздел 3 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства.....	22
Тема 3.1 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства (функции, показатели).	22
Социально-экономические показатели (показатели и уровень развития сферы туризма и гостеприимства в РФ)	23
Раздел 4 Роль и значение статистики сферы туризма и гостеприимства.....	23
Тема 4.1 Роль и значение статистики в туризме.	23
Тема 4.2 Глобальные факторы, влияющие на экономику туризма (общемировые).....	23
Раздел 5 Понятие организаций сферы туризма и гостеприимства, типы.....	24
Тема 5.1 Предпринимательство в сфере туризма и гостеприимства.....	24

Тема 5.2 Особенности развития предприятий в сферы туризма и гостеприимства.	24
Раздел 6 Экономические основы организаций сферы туризма и гостеприимства (производственные и оборотные фонды).....	24
Тема 6.1 Ресурсы туристского предприятия.....	24
Тема 6.2 Показатели эффективности использования основных средств.....	24
Раздел 7 Формирование результатов деятельности предприятия. Прибыль предприятия.....	24
Тема 7.1 Формирование результатов деятельности предприятий туризма	25
Тема 7.2 Сущность прибыли, виды прибыли туристского предприятиями	25
Раздел 8 Экономика труда, ценообразование на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.....	25
Тема 8.1 Экономика труда на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.....	25
Тема 8.2 Современные методики ценообразования в практической деятельности.....	25
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	26
РАЗДЕЛ 2. РЫНОК СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.....	28
Тема 2.1 Рыночный механизм регулирования сферы туризма и гостеприимства.	28
Тема 2.2 Методы прогнозирования рынка туруслуг.....	28
РАЗДЕЛ 3. АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗНАЧИМОСТИ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.	29
Тема 3.1 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства (функции, показатели).	29
Тема 3.2 Социально-экономические показатели (показатели и уровень развития сферы туризма и гостеприимства в РФ)	29
РАЗДЕЛ 4 РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ СТАТИСТИКИ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.	30
МОДУЛЬ 2 МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА	32
РАЗДЕЛ 5 ПОНЯТИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА, ТИПЫ	32
РАЗДЕЛ 6 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА (ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ И ОБОРОТНЫЕ ФОНДЫ).....	34
РАЗДЕЛ 7 ФОРМИРОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ. ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	35

РАЗДЕЛ 8 ЭКОНОМИКА ТРУДА, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.	36
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	39
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	39
3.2. Задания для самостоятельной работы	43
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	54
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	68
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	75

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Экономика организаций сферы туризма и гостеприимства» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Экономика организаций сферы туризма и гостеприимства» разработана рабочей группой в составе: канд. эконом. наук, доцента Донсковой Л.И.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент



В.Ш. Хетагурова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей :

ООО «Спутник»
директор



А.В. Горбачевская

(подпись)

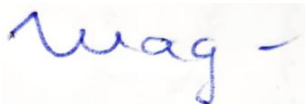
Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Кандидат исторических наук,
Ведущий советник Отдела по
взаимодействию с органами
государственной власти АНО «Больше,
чем путешествие», Москва



М.С. Федорова

(подпись)



Кандидат экономических наук, доцент
Доцент кафедры ресторанно-
гостиничного бизнеса и гастрономии
(РГСУ)

И.Г. Шадская

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических знаний

Цель курса – заключается в овладении теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для эффективного управления предприятиями туристской индустрии, подготовки специалистов умеющих самостоятельно разрабатывать и применять современные экономические методы и модели в управлении экономикой предприятий туризма и гостеприимства в современных рыночных условиях, а также для повышения взаимосвязи между научной и практической деятельностью в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины (модуля):

- овладение компетенциями и базовыми представлениями об основах хозяйственного механизма в индустрии туризма и гостеприимства, отраслевой экономике туризма и гостеприимства и экономике туристического и гостиничного предприятия.
- сформировать и представить студентам необходимый объем знаний в области экономических основ организации бизнеса в туристской деятельности как субъекта предпринимательства,
- изучение основ туристического и гостиничного бизнеса;
- изучение основных экономических методов управления организаций сферы туризма и гостеприимства;
- сформировать навыки расчетов и анализа социально-экономических показателей развития туризма на уровне страны, региона и туристского предприятия.
- приобретение навыков и опыта творческой деятельности при решении ситуационных и расчетных задач.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-2, ОПК-5 _ в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Управление	ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления структурными подразделениям и объектов туристской сферы	ОПК-2.1 Определяет цели и задачи управления структурными подразделениями объектов туристской сферы ОПК-2.2 Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных	Знать: Основные положения , цели, задачи в управления структурными подразделениями объектов туристской сферы Уметь: Использовать основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и

	туристской деятельностью	подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской сферы ОПК-2.3 Осуществляет контроль деятельности структурных подразделений объектов туристской сферы	координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской сферы Владеть: Способами, методами контроля в управленческой деятельности предприятий туристской сферы
Экономика	ОПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.1 Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы ОПК-5.2 Принимает экономически обоснованные управленческие решения ОПК-5.3 Обеспечивает экономическую эффективность туристского предприятия	Знать: Основы определения, анализа и оценки производственно-экономических показателей предприятий туристской сферы Уметь: По результатам анализп принимать экономически обоснованные управленческие решения Владеть: Способами и методами оценки экономической эффективности туристского предприятия

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 8 единицы: 3 и 4 семестры .

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	4		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	146	72	74		
Лекционные занятия	48	24	24		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	96	48	48		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультация	2		2		
Самостоятельная работа обучающихся	115	63	52		
Контроль промежуточной аттестации	27	9	18		
Форма промежуточной аттестации		Зачет с оцен.	экзамен		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	288	144	144		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	4		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	98	48	50		
Лекционные занятия	32	16	16		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	64	32	32		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультация	2		2		
Самостоятельная работа обучающихся	163	87	76		
Контроль промежуточной аттестации	27	9	18		
Форма промежуточной аттестации		Зачет	экза		

		с оцен.	мен		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	288	144	144		

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3		Курс 4	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4	Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	34	16	18		
Лекционные занятия	16	8	8		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	16	8	8		
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультация	2		2		
Самостоятельная работа обучающихся	241	124	117		
Контроль промежуточной аттестации	13	4	9		
Форма промежуточной аттестации		Зачет с оцен.	Экзамен		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	288	144	144		

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов	
	Всего	Самостоятельная работа обучающихся
		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками

			Всего	Лекционные занятия из них: в форме практической подготовки	Практические занятия из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия из них: в форме практической подготовки	Консультации из них: в форме практической подготовки			
Модуль 1 (Семестр _3_)										
Модуль 1 Макроэкономические аспекты сферы туризма и гостеприимства										
Раздел 1 Теоретические и концептуальные основы сферы туризма и гостеприимства: научное направление и вид практической деятельности.	33	15	18	6	12					
Тема 1.1 Сущность сферы туризма и гостеприимства и основные социально-экономические категории. сферы туризма и гостеприимства как социально-экономическая система.	16	8	8	2	6					
Тема 1.2 Научное направление и вид практической деятельности	17	7	10	4	6					
Раздел 2 Рынок сферы туризма и гостеприимства.	34	16	18	6	12					
Тема 2.1 Рыночный механизм регулирования сферы туризма и гостеприимства.	16	8	8	2	6					
Тема 2.2 Методы прогнозирования рынка туруслуг	18	8	10	4	6					
Раздел 3 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства.	34	16	18	6	12					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Тема 3.1 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства (функции, показатели).	16	8	8	2		6				
Социально-экономические показатели (показатели и уровень развития сферы туризма и гостеприимства в РФ)	18	8	10	4		6				
Раздел 4 Роль и значение статистики сферы туризма и гостеприимства.	34	16	18	6		12				
Тема 4.1 Роль и значение статистики в туризме.	16	8	8	2		6				
Тема 4.2 Глобальные факторы, влияющие на экономику туризма (общемировые).	18	8	10	4		6				
Консультация, час										
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Зачет с оцен.									
Общий объем, часов По модулю	144	63	72	24		48				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Модуль 2 (семестр 4)										
Модуль 2 Микроэкономические аспекты сферы туризма и гостеприимства										
Раздел 5 Понятие организаций сферы туризма и гостеприимства, типы	31	13	18	6		12				
Тема 5.1 Предпринимательство в сфере туризма и гостеприимства	15	7	8	2		6				
Тема 5.2 Особенности развития предприятий в сфере туризма и гостеприимства.	16	6	10	4		6				
Раздел 6 Экономические основы организаций сферы туризма и гостеприимства (производственные и оборотные фонды)	31	13	18	6		12				
Тема 6.1 Ресурсы туристского предприятия	15	7	8	2		6				
Тема 6.2 Показатели эффективности использования основных средств	16	6	10	4		6				
Раздел 7 Формирование результатов деятельности	31	13	18	6		12				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Общий объем, часов По модулю	144	52	74	24		48				2
Контроль промежуточной аттестации (час)	27									
Общий объем, часов	288	115	146	48		96				2

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Модуль 1 (Семестр _3_)										
Модуль 1 Макроэкономические аспекты сферы туризма и гостеприимства. Семестр 3										
Раздел 1 Теоретические и концептуальные основы сферы туризма	33	21	12	4		8				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации
и гостеприимства: научное направление и вид практической деятельности.										
Тема 1.1 Сущность сферы туризма и гостеприимства и основные социально-экономические категории. сферы туризма и гостеприимства как социально-экономическая система.	17	11	6	2		4				
Тема 1.2 Научное направление и вид практической деятельности	16	10	6	2		4				
Раздел 2 Рынок сферы туризма и гостеприимства.	34	22	12	4		8				
Тема 2.1 Рыночный механизм регулирования сферы туризма и гостеприимства.	16	10	6	2		4				
Тема 2.2 Методы прогнозирования рынка туруслуг	18	12	6	2		4				
Раздел 3 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства.	34	22	12	4		8				
Тема 3.1 Анализ экономической	16	10	6	2		4				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства (функции, показатели).										
Социально-экономические показатели (показатели и уровень развития сферы туризма и гостеприимства в РФ)	18	12	6	2		4				
Раздел 4 Роль и значение статистики сферы туризма и гостеприимства.	34	22	12	4		8				
Тема 4.1 Роль и значение статистики в туризме.	16	10	6	2		4				
Тема 4.2 Глобальные факторы, влияющие на экономику туризма (общемировые).	18	12	6	2		4				
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Зачет с оцен.									
Общий объем, часов По модулю	144	87	48	16		32				
	Модуль 2 (семестр 4)									
	Модуль 2 Микроэкономические аспекты сферы туризма и									

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
	гостеприимства									
Раздел 5 Понятие организаций сферы туризма и гостеприимства, типы	31	19	12	4		8				
Тема 5.1 Предпринимательство в сфере туризма и гостеприимства	16	10	6	2		4				
Тема 5.2 Особенности развития предприятий в сфере туризма и гостеприимства.	15	9	6	2		4				
Раздел 6 Экономические основы организаций сферы туризма и гостеприимства (производственные и оборотные фонды)	31	19	12	4		8				
Тема 6.1 Ресурсы туристского предприятия	16	10	6	2		4				
Тема 6.2 Показатели эффективности использования основных средств	15	9	6	2		4				
Раздел 7 Формирование результатов деятельности предприятия. Прибыль предприятия.	31	19	12	4		8				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Тема 7.1 Формирование результатов деятельности предприятий туризма	16	10	6	2	4					
Тема 7.2 Сущность прибыли, виды прибыли туристского предприятия	15	9	6	2	4					
Раздел 8 Экономика труда, ценообразование на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.	31	19	12	4	8					
Тема 8.1 Экономика труда на предприятиях сферы туризма и гостеприимства	16	10	6	2	4					
Тема 8.2 Современные методики ценообразования в практической деятельности	15	9	6	2	4					
Консультация, час	2		2						2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	18									
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Экзамен									
Общий объем, часов По модулю	144	76	50	16	32				2	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Контроль промежуточной аттестации (час)	27									
Общий объем, часов	288	163	98	32		64			2	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Модуль 1 (Курс 3, Сессия 1-2)										
Модуль 1 Макроэкономические аспекты сферы туризма и гостеприимства										
Раздел 1 Теоретические и концептуальные основы сферы туризма и гостеприимства: научное направление и вид практической	35	31	4	2		2				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации
деятельности.										
Тема 1.1 Сущность сферы туризма и гостеприимства и основные социально-экономические категории. сферы туризма и гостеприимства как социально-экономическая система.	17	15	2	2						
Тема 1.2 Научное направление и вид практической деятельности	18	16	2			2				
Раздел 2 Рынок сферы туризма и гостеприимства.	35	31	4	2		2				
Тема 2.1 Рыночный механизм регулирования сферы туризма и гостеприимства.	17	15	2	2						
Тема 2.2 Методы прогнозирования рынка туруслуг	18	16	2			2				
Раздел 3 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства.	35	31	4	2		2				
Тема 3.1 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства	17	15	2	2						

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
(функции, показатели).										
Социально-экономические показатели (показатели и уровень развития сферы туризма и гостеприимства в РФ)	18	16	2			2				
Раздел 4 Роль и значение статистики сферы туризма и гостеприимства.	35	31	4	2		2				
Тема 4.1 Роль и значение статистики в туризме.	17	15	2	2						
Тема 4.2 Глобальные факторы, влияющие на экономику туризма (общемировые).	18	16	2			2				
Контроль промежуточной аттестации (час)	4									
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Зачет с оцен.									
Общий объем, часов по модулю	144	124	16	8		8				
Модуль 2 (Курс 3, Сессия 3-4)										
Микроэкономические аспекты сферы туризма и гостеприимства										

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Раздел 5 Понятие организаций сферы туризма и гостеприимства, типы	33	29	4	2		2				
Тема 5.1 Предпринимательство в сфере туризма и гостеприимства	17	15	2	2						
Тема 5.2 Особенности развития предприятий в сфере туризма и гостеприимства.	16	14	2			2				
Раздел 6 Экономические основы организаций сферы туризма и гостеприимства (производственные и оборотные фонды)	33	29	4	2		2				
Тема 6.1 Ресурсы туристского предприятия	17	15	2	2						
Тема 6.2 Показатели эффективности использования основных средств	16	14	2			2				
Раздел 7 Формирование результатов деятельности предприятия. Прибыль предприятия.	33	29	4	2		2				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Тема 7.1 Формирование результатов деятельности предприятий туризма	17	15	2	2						
Тема 7.2 Сущность прибыли, виды прибыли туристского предприятия	16	14	2		2					
Раздел 8 Экономика труда, ценообразование на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.	34	30	4	2	2					
Тема 8.1 Экономика труда на предприятиях сферы туризма и гостеприимства	17	15	2	2						
Тема 8.2 Современные методики ценообразования в практической деятельности	17	15	2		2					
Консультация, час	2		2						2	
Контроль промежуточной аттестации (час)	9									
<i>Форма промежуточной аттестации (указать)</i>	Экзамен									
Общий объем, часов По модулю	144	117	18	8		8			2	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Контроль промежуточной аттестации (час)	13									
Общий объем, часов	288	241	34	16		16			2	

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

Модуль 1 Макроэкономические аспекты сферы туризма и гостеприимства РАЗДЕЛ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА: НАУЧНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ И ВИД ПРАКТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Перечень изучаемых элементов содержания

Роль и значение сферы туризма и гостеприимства в жизнедеятельности человека, для государства, для экономики. Предмет курса задачи. Сущность сферы туризма и гостеприимства и основные социально-экономические категории. сферы туризма и гостеприимства как социально-экономическая система. Методы исследования сферы туризма и гостеприимства как социально-экономической системы. Факторы, влияющие на ее функционирование (современные факторы).

Тема 1.1 Сущность сферы туризма и гостеприимства и основные социально-экономические категории. сферы туризма и гостеприимства как социально-экономическая система.

Роль и значение сферы туризма и гостеприимства в жизнедеятельности человека, для государства, для экономики. Предмет курса задачи. Сущность сферы туризма и гостеприимства и основные социально-экономические категории. сферы туризма и гостеприимства как социально-экономическая система.

Тема 1.2 Научное направление и вид практической деятельности

Методы исследования сферы туризма и гостеприимства как социально-экономической системы. Факторы, влияющие на ее функционирование (современные факторы).

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1.

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. В чем состоит экономическая и социальная значимость туризма?
2. Что такое «видимая» и «невидимая» торговля?
3. В чем заключается значение туризма как фактора экономического прогресса и развития?
4. Что такое функция сглаживания туризма?
5. Что такое эффект мультипликации в туризме?
6. Назовите основные тенденции развития современного туризма.
7. Каковы основные проблемы экономики туризма?
8. Что такое туристское ожидание и туристский опыт?
9. Каковы лимитирующие факторы экономики туризма?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

тестирование.

Задание № 1. Туристский экспорт – это... *(указывается один варианта ответа)* (1б)

- 1) ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом туристом денег из данной страны;
- 2) комплекс положительных эмоций и душевного состояния туриста, возникающий или достигнутый им в результате потребления туристского продукта;
- 3) вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом туристом денег в данную страну.

Задание № 2. Туристская организация, специализированное учреждение Организации Объединенных Наций, активно участвует в глобальной туристской политике... *(указывается один вариант ответа)* (1б)

- 1) Международное бюро социального туризма (BITS);
- 2) Всемирная туристская организация (WTO);
- 3) Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC);
- 4) Всемирная конфедерация молодежного, студенческого и образовательного туризма (WYSE).

Задание № 3. Туристский мультипликатор – это ... *(указывается один вариант ответа)* (1б)

- 1) соотношение отклонения от равновесного чистого национального продукта и исходного изменения в расходах на инвестиции, вызвавшее данное изменение реального чистого национального продукта;
- 2) экономический эффект от организации туризма;
- 3) количество имеющихся и вновь создаваемых рабочих мест.

Задание № 4. Туристский поток (турпоток) – приезд туристов в страну – характеризуется следующими показателями... *(указывается один варианта ответа)* (1б)

- 1) общее число туристов;
- 2) число туродней;
- 3) средняя продолжительность пребывания туристов в стране (регионе);
- 4) все перечисленные выше показатели.

РАЗДЕЛ 2. РЫНОК СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.

Перечень изучаемых элементов содержания

Рыночный механизм регулирования сферы туризма и гостеприимства. Государственно-правовое регулирование сферы туризма и гостеприимства. Рынок туристских услуг, виды рынков. Спрос, предложение. Характеристики туристского спроса, сезонность. Коэффициенты эластичности спроса по доходу и цене. Методы прогнозирования рынка туруслуг. Роль международных организаций и объединений в туризме.

Тема 2.1 Рыночный механизм регулирования сферы туризма и гостеприимства.

Рыночный механизм регулирования сферы туризма и гостеприимства. Государственно-правовое регулирование сферы туризма и гостеприимства. Рынок туристских услуг, виды рынков. Спрос, предложение. Характеристики туристского спроса, сезонность. Коэффициенты эластичности спроса по доходу и цене.

Тема 2.2 Методы прогнозирования рынка туруслуг

Методы прогнозирования рынка туруслуг. Роль международных организаций и объединений в туризме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Рынок туруслуг, виды рынков.
2. Туристский спрос и туристское предложение
3. Характеристики туристского спроса.
4. Методы прогнозирования рынка туруслуг.
5. Рыночные механизмы регулирования туризма
6. Государственно-правовое регулирование туризма в России.
7. Роль международных организаций в туризме.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

тестирование.

Задание № 5. Туристский рынок – это экономическая система взаимодействия следующих элементов... (*указывается один вариант ответа*) (1б)

- 1) туристский спрос и туристское предложение;
- 2) цена и конкуренция;
- 3) спрос, предложение и конкуренция;
- 4) цена, предложение, конкуренция и спрос.

Задание № 6. Туристский спрос это –... (*указывается один варианта ответа*) (1б)

- 1) функция склонности человека к путешествиям и соответствующей величины сопротивления связи между начальным пунктом путешествия и местом назначения;
- 2) идеальная готовность и реальная возможность товаропроизводителя произвести и поставить на рынок определенное количество туристского товара.

Задание № 7. Туристское предложение это –... (*указывается один варианта ответа*) (1б)

- 1) функция склонности человека к путешествиям и соответствующей величины сопротивления связи между начальным пунктом путешествия и местом назначения;
- 2) идеальная готовность и реальная возможность товаропроизводителя произвести и поставить на рынок определенное количество туристского товара.

Задание № 8. Туроператорская деятельность – деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) верно;
- 2) неверно.

Задание № 9 Турагентская деятельность – деятельность по продвижению и реализации туристского продукта... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) верно;
- 2) неверно;

Задание № 10. Турпродукт – совокупность услуг и товаров туристского назначения, включающий в себя... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) туры, объединённые по целенаправленности (познавательные, оздоровительные и т.д.);
- 2) туристско-экскурсионные услуги различных видов (размещение, питание, транспортные услуги);
- 3) товары туристско-экскурсионного назначения (карты, открытки, сувениры);
- 4) всё вышеперечисленное.

РАЗДЕЛ 3. АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗНАЧИМОСТИ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.

Перечень изучаемых элементов содержания

Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства (функции, показатели). Социально-экономические функции сферы туризма и гостеприимства. Социально-экономические показатели (показатели и уровень развития сферы туризма и гостеприимства в РФ). Коэффициент дохода. Мультипликационный эффект .

Тема 3.1 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства (функции, показатели).

Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства (функции, показатели). Социально-экономические функции сферы туризма и гостеприимства.

Тема 3.2 Социально-экономические показатели (показатели и уровень развития сферы туризма и гостеприимства в РФ)

Социально-экономические показатели (показатели и уровень развития сферы туризма и гостеприимства в РФ и). Коэффициент дохода. Мультипликационный эффект .

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Туриндустрия, ее состав и особенности.
2. Туристские затраты, факторы производства турпродукции (труд, земля, капитал).
3. Социально-экономические показатели и уровень развития туризма в РФ.
4. Мультипликационный эффект в туризме. Роль и значение статистики в туризме
5. Туризм как социально-экономическая система.
6. Факторы, влияющие на функционирование социально-экономической системы туризм.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Экономическое пространство социально-культурной сферы и туризма.

2. Основные концепции экономики социально-культурного сервиса и туризма.
3. Материальное состояние населения, его структура, дифференциация и динамика.
4. Организационно-экономические основы социального обеспечения и страхования.
5. Источники, принципы и порядок финансирования социально-культурной сферы.
6. Социальные льготы; налогообложение; благотворительное финансирование социально-культурной сферы.
7. Расчетная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме.
8. Туризм как социально-экономическая система.
9. Факторы, влияющие на функционирование социально-экономической системы туризм.
10. Природные факторы, их значение в туризм.
11. Рынок туруслуг, виды рынков. Туристский спрос и туристское предложение
12. Характеристики туристского спроса.
13. Методы прогнозирования рынка туруслуг.
14. Рыночные механизмы регулирования туризма

РАЗДЕЛ 4 РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ СТАТИСТИКИ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.

Перечень изучаемых элементов содержания

Роль и значение статистики в туризме. Виды статистики, Социально-экономическая статистика. Современные тенденции развития сферы туризма и гостеприимства под влиянием трансформаций в РФ. Глобальные факторы, влияющие на экономику туризма (общемировые). Значительное влияние доходов населения. Наличие необходимых туристских ресурсов.

Тема 4.1 Роль и значение статистики в туризме.

Роль и значение статистики в туризме. Виды статистики, Социально-экономическая статистика. Современные тенденции развития сферы туризма и гостеприимства под влиянием трансформаций в РФ.

Тема 4.2 Глобальные факторы, влияющие на экономику туризма (общемировые).

Глобальные факторы, влияющие на экономику туризма (общемировые). Значительное влияние доходов населения. Наличие необходимых туристских ресурсов.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Социально-экономическая статистика туризма, структура, динамика.
2. Социально-экономическая статистика туризма: количественные и качественные показатели.
 1. Какое место занимает статистическое наблюдение в экономико-статистическом исследовании?
 2. Как цель связана с объектом статистического наблюдения?
 3. Какие преследуются цели и какие решаются задачи при проведении специальных статистических наблюдений?
 4. Перечислите способы получения статистической информации. Какой из них, по вашему мнению, наиболее доступный и распространенный?
 5. Чем относительные показатели отличаются от абсолютных?
 6. Рассчитайте относительную величину структуры вашей группы, исходя из состава студентов по полу.
 7. С какой целью рассчитывают относительные величины сравнения?
 8. Приведите примеры расчета относительных величин координации.
 9. В чем принципиальное отличие относительных величин интенсивности от всех дру-

гих типов относительных величин?

3. Модуль 2 Основные методы статистики: группировки, средние вели

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

тестирование.

Задание № 11. Закономерность внутригодовой динамики того или иного явления, которая проявляется во внутригодовых повышениях или понижениях уровней того или иного показателя на протяжении ряда лет... *(указывается один вариант ответа)* (1б)

- 1) туристский кругооборот;
- 2) сезонность;
- 3) передвижной туризм.

Задание № 12. Сезонность туризма способствует текучести кадров в туризме и становлению многопрофильного характера рабочих мест... *(указываются один варианта ответа)* (1б)

- 1) верно;
- 2) неверно.

Задание № 13. Туристский импорт – это... *(указывается один варианта ответа)* (1б)

- 1) ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом туристом денег из данной страны;
- 2) комплекс положительных эмоций и душевного состояния туриста, возникающий или достигнутый им в результате потребления туристского продукта;
- 3) вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом туристом денег в данную страну.

Задание № 14. Туристская индустрия – это... *(указывается один вариант ответа)* (1б)

- 1) межотраслевой комплекс мероприятий;
- 2) соединения материально-технической базы и рабочей силы для туристского обслуживания населения;
- 3) совокупность средств размещения, объектов общественного питания, развлекательного, познавательного, оздоровительного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность.

Задание № 15. Материально-техническая база туризма – совокупность средств труда, функционирующих в туризме... *(указывается один вариант ответа)* (1б)

- 1) верно;
- 2) неверно.

Задание № 16. График производственных возможностей туристской индустрии показывает упущенную выгоду... *(указывается один вариант ответа)* (1б)

- 1) верно;
- 2) неверно.

Задание № 17. Чем больше численность туристов в группе, тем выше стоимость тура в расчёте на одного человека... *(указывается один вариант ответа)* (1б)

- 1) верно;
- 2) неверно.

Задание № 18. В туризме в кругооборот оборотных средств вовлекаются также и туристские ресурсы... *(указывается один вариант ответа)* (1б)

- 1) верно;
- 2) неверно.

Задание № 19. Туристские путёвки облагаются налогом на добавленную стоимость... *(указывается один вариант ответа)* (1б)

- 1) верно;
- 2) неверно.

Задание № 20. Какая из функций туризма не относится к группе социально-экономических...
(указывается один вариант ответа) (16)

- 1) производственная;
- 2) интеграционная;
- 3) доходная;
- 4) функция нивелирования.

МОДУЛЬ 2 МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

РАЗДЕЛ 5 ПОНЯТИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА, ТИПЫ

Перечень изучаемых элементов содержания

Предпринимательство в сфере туризма и гостеприимства как особый вид профессиональной деятельности: Организационно-правовые формы хозяйствования. Субъекты и объекты предпринимательства. Особенности развития предприятий в сфере туризма и гостеприимства. Государственная поддержка и социальная защита. Риски в предпринимательской деятельности в современной России. Риск-менеджмент в туризме.

Тема 5.1 Предпринимательство в сфере туризма и гостеприимства

Предпринимательство в сфере туризма и гостеприимства как особый вид профессиональной деятельности: Организационно-правовые формы хозяйствования. Субъекты и объекты предпринимательства.

Тема 5.2 Особенности развития предприятий в сферы туризма и гостеприимства.

Особенности развития предприятий в сферы туризма и гостеприимства. Государственная поддержка и социальная защита. Риски в предпринимательской деятельности в современной России. Риск-менеджмент в туризме.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 5

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Туристское предприятие: правовые и экономические основы функционирования.
2. Организационные формы предпринимательства туристских предприятий.
3. Нормативно правовые документы, регулирующие экономические взаимоотношения туристского предприятия с субъектами рынка, а также экономическую деятельность туристского предприятия.
4. Особенности туристского деятельности и туристского продукта.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примерные тестовые задания:

Задание № 21. Какие формы собственности чаще всего встречаются в туризме в РФ ...
(указывается один вариант ответа) (16)

- 1) ОАО и ТОО;
- 2) ЗАО и ООО;

3) ОАО и ЗАО;

4) ООО и ТОО.

Задание № 22. Лизингодатель может быть... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) юридическим лицом;

2) физическим лицом;

3) как юридическим так и физическим лицом.

Задание № 23. По договору лизинга может быть приобретено... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) только новое оборудование;

2) только б/у оборудование

3) как новое, так и б/у оборудование.

Задание № 24. Что не относится к материальным услугам... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) общественное питание;

2) ремонт автомобилей;

3) экскурсии;

4) гостиничная услуга.

Задание № 25. В какой период развития туризма акцент сместился в экологическую сторону... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) 50-70-е годы XX в.;

2) 70-80-е годы XX в.;

3) 80-90-е годы XX в.;

4) 20-40-е годы XX в.

Задание № 26. Прогнозирование спроса на продукцию туристической индустрии может осуществляться... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) только на макроуровне;

2) только на микроуровне;

3) как на макроуровне, так и на микроуровне.

Задание № 27. Мультипликационный эффект оказывает... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) прямое влияние на экономику;

2) неблагоприятное влияние на экономику;

3) косвенное влияние на экономику;

4) однократный эффект.

Задание № 28. Какой из этих факторов не влияет на туризм... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) политический;

2) экономический;

3) социокультурный;

4) бытовой.

Задание № 29. Главная задача туристической деятельности в условиях рынка является... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) выявление роли и места в рыночных отношениях туризма;

2) выявление конкурентов;

3) нет верного ответа;

4) получение прибыли.

Задание № 30. К основным социально-культурным функциям можно отнести... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) доходная;

2) социально-статусная;

3) выравнивающая;

4) содействия занятости.

РАЗДЕЛ 6 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА (ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ И ОБОРОТНЫЕ ФОНДЫ)

Перечень изучаемых элементов содержания

Ресурсы туристского предприятия. Производственные фонды (основные средства): сущность, виды. Износ основных фондов, амортизация. Показатели эффективности использования основных средств. Оборотные фонды: сущность, состав. Показатели использования оборотных средств. Управление оборотными средствами

Тема 6.1 Ресурсы туристского предприятия

Ресурсы туристского предприятия. Производственные фонды (основные средства): сущность, виды. Износ основных фондов, амортизация.

Тема 6.2 Показатели эффективности использования основных средств

Показатели эффективности использования основных средств. Оборотные фонды: сущность, состав. Показатели использования оборотных средств. Управление оборотными средствами

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 6

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Ресурсы туристского предприятия
2. Основные фонды туристского предприятия: понятие и структура;
3. Оценка и учет основных фондов;
4. Износ и методы начисления амортизации;
5. Показатели эффективности использования основных фондов туристского предприятия.
6. Нематериальные активы туристского предприятия.
7. Оборотные средства предприятия: понятие и состав оборотных средств; расчет потребностей в оборотных средствах;
8. Показатели эффективности использования оборотных средств.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6

форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Анализ технико-организационного уровня развития производства.
2. Показатели экономической эффективности мероприятий по техническому и организационному развитию.
3. Экстенсивное и интенсивное направления развития производства. Направления анализа и исходные.
4. Анализ эффективности использования основных средств.
5. Анализ производственного оборудования.
6. Анализ затрат на содержание и эксплуатацию оборудования.
7. Направления деятельности руководства в результате анализа основных фондов.
8. Глобальные факторы, влияющие на экономику туризма (общемировые).
9. Сезонность – неравномерность доходов, загрузки персонала.
10. Анализ сезонности в туризме, расчет показателей, индекс сезонности.
11. Политические – законы о туризме в каждом государстве свои.
12. Экономические – уровень жизни населения отражается на развитии туризма (кризисы, инфляция, дефолты).
13. Природные – наличие природных факторов влияет на развитие туризма.
14. Эти факторы необходимо учитывать в анализе и исследовании на уровне мира, страны, региона.

РАЗДЕЛ 7 ФОРМИРОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ. ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Перечень изучаемых элементов содержания

Формирование результатов деятельности. Затраты, себестоимость турпродукта. Доходы, структура. Прибыль предприятия. Сущность прибыли, виды прибыли. Факторы, влияющие на прибыль. Управление прибылью. Налогообложение, прибыль туристского предприятия. Налогообложение туристского предприятия. Налогообложение, прибыль туристского предприятия

Тема 7.1 Формирование результатов деятельности предприятий туризма

Формирование результатов деятельности. Затраты, себестоимость турпродукта. Доходы, структура.

Тема 7.2 Сущность прибыли, виды прибыли туристского предприятия

Прибыль предприятия. Сущность прибыли, виды прибыли. Факторы, влияющие на прибыль. Управление прибылью. Налогообложение, прибыль туристского предприятия. Налогообложение туристского предприятия. Налогообложение, прибыль туристского предприятия

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 7

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Экономическая деятельность туристского предприятия.
2. Издержки туристского предприятия.
3. Классификация издержек.
4. Себестоимость и калькуляция.
5. Значение и функции налогов.
6. Система налогов РФ. Федеральные налоги.
7. Региональные и местные налоги.
8. Виды налогов и сборов, подлежащих к уплате.
9. Особенности налогообложения предприятий сферы туризма и гостеприимства. Особенности налогообложения туристского предприятия.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

тестирование.

Задание № 31. Основные факторы производства в любой экономической деятельности... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) земля, капитал, природные ресурсы, предприимчивость;
- 2) предприимчивость, политическая ситуация, труд, сезонность;
- 3) труд, земля, капитал, предприимчивость;
- 4) информация, капитал, социально-культурный фактор, производственный фактор.

Задание № 32. Функция, которая не относится к социально-экономическим ... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) внешнеэкономическая;

- 2) управленческая;
- 3) доходная;
- 4) выравнивающая.

Задание № 33. На каком этапе использовался экономический метод, который рассматривал туристскую систему как рыночную, т.е. где действует закон спроса и предложения... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) 1 этап: 1950-е – начало 1980-х гг.;
- 2) 2 этап: 1980-х гг.;
- 3) 3 этап: 1980-е – начало 1990-х гг.

Задание № 34. Экономические, политические, социально-культурные, научно-технические и природные факторы представляют туризм как ... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) социально-психологическую систему;
- 2) социально-экономическую систему;
- 3) систему факторов;
- 4) общественную систему.

Задание № 35. Коэффициент эластичности спроса по доходу показывает увеличение туристического спроса при ... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) увеличении доходов на 1%;
- 2) уменьшении доходов на 1%;
- 3) уменьшении цены на 1%.

Задание № 36. Коэффициент эластичности спроса по цене показывает увеличение туристического спроса при... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) уменьшении цены на 1%;
- 2) увеличении цены на 1%;
- 3) увеличении доходов.

Задание № 37. Какие затраты с точки зрения цели можно выделить ... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) видимые, невидимые, дополнительные;
- 2) прямые, косвенные;
- 3) прямые, косвенные, дополнительные.

Задание № 38. Что является результатом деятельности предприятий в туристической индустрии... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) турпродукт высокого качества;
- 2) комфорт;
- 3) уровень сервиса.

Задание № 39. Какая из перечисленных функций не относится к социально-экономическим формам туризма... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) доходная;
- 2) занятости;
- 3) внешнеэкономическая;
- 4) контрольная.

Задание № 40. Что характеризует прямой эффект функции занятости в туризме ... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) количество занятых на предприятиях и организациях туристической сферы;
- 2) количество предприятий;
- 3) доля персонала ко всему занятому населению;
- 4) все ответы верны.

РАЗДЕЛ 8 ЭКОНОМИКА ТРУДА, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.

Перечень изучаемых элементов содержания

Экономика труда на предприятиях сферы туризма и гостеприимства. Роль и значение персонала в туристской организации. Социально-экономические показатели трудовой деятельности Оценка персонала туристского предприятия Роль и значение ценовой политики в туристской деятельности. Современные методика ценообразования в практической деятельности. Особенности ценообразования в туризме. Разработка ценовой стратегии в туристских организаций

Тема 8.1 Экономика труда на предприятиях сферы туризма и гостеприимства

Экономика труда на предприятиях сферы туризма и гостеприимства. Роль и значение персонала в туристской организации. Социально-экономические показатели трудовой деятельности Оценка персонала туристского предприятия Роль и значение ценовой политики в туристской деятельности.

Тема 8.2 Современные методика ценообразования в практической деятельности

Современные методика ценообразования в практической деятельности. Особенности ценообразования в туризме. Разработка ценовой стратегии в туристских организаций

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 7

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Оценка персонала туристского предприятия.
2. Трудовые ресурсы туристского предприятия: персонал и его состав, Планирование и подбор персонала;
3. Производительность труда,
4. Оплата труда персонала туристского предприятия.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

тестирование.

1. Что относится к анализу трудовых ресурсов:
 - 1) анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами;
 - 2) анализ движения рабочей силы;
 - 3) планирование численности;
 - 4) расчет календарного фонда времени.
2. Что относится к анализу трудовых ресурсов?
 - 1) анализ эффективности использования рабочего времени;
 - 2) определение среднесписочной численности рабочих;
 - 3) планирование средств на оплату труда;
 - 4) выявление резервов роста производительности труда.
3. Среди нижеперечисленных, определите факторы, влияющие на эффективность использования рабочего времени.
 - 1) полезный фонд рабочего времени
 - 2) целодневные потери рабочего времени
 - 3) снижение трудоемкости продукции
 - 4) изменение структуры фактически выпущенной продукции
4. К независимым от предприятия причинам изменения себестоимости продукции относятся:
 - 1) изменение цен на сырьё
 - 2) изменение норм расхода материалов
 - 3) рост возвратных отходов

5. По какому признаку затраты подразделяются на прямые и косвенные:

- 1) времени возникновения
- 2) способу отнесения на единицу продукции

6. В зависимости от связи с объемом производства затраты подразделяют на:

- 1) регулируемые и нерегулируемые затраты
- 2) постоянные и переменные затраты
- 3) затраты производственно-сбытовой деятельности, финансовой и инвестиционной деятельности

7. Затраты на единицу товарной продукции рассчитываются как:

- 1) отношение затрат на производство товарной продукции к объему товарной продукции в действующих ценах предприятия
- 2) произведение производственной себестоимости товарной продукции и объема товарной продукции в действующих ценах предприятия
- 3) отношение объема товарной продукции в действующих ценах предприятия к производственной себестоимости товарной продукции

8) Эффект мультипликатора – это ... *(указывается один вариант ответа)* (1б)

- 1) количество раз, которое деньги вложенные туристами в местную экономику были фактически потрачены в принимающем регионе;
- 2) количество раз, которое деньги вложены принимающим районом в туристов;
- 3) покупка тура, транспорта, питания, книг, бытовой техники;
- 4) доходы предприятий, гостиниц.

9) Установите соответствие функций... (3б) (1 – б, д, в, е; 2 – а, г, ж, з)

- | | |
|---------------------------|-------------------------|
| 1) социально-культурные | а) доходная; |
| 2) социальноэкономические | б) оздоровительная; |
| | в) интеграционная; |
| | г) производственная; |
| | д) развивающая; |
| | е) социально-статусная; |
| | ж) внешнеэкономическая; |
| | з) выравнивающая. |

10) Что является результатом деятельности в туризме... *(указывается один вариант ответа)* (1б)

- 1) экономическая прибыль;
- 2) турпродукт (туруслуга);
- 3) турагентство;
- 4) туристический курорт.

11) Предприятия туризма – это... *(указывается один вариант ответа)* (1б)

- 1) производственное предприятие различной формы собственности, производящее турпродукты, услуги для одного и более человека;
- 2) комплексное предприятие, которое включает в себя определенный набор туруслуг и товаров;
- 3) инициативная хозяйственная деятельность, направленная на создание новых видов туруслуг.

**РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(МОДУЛЮ)**

**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Очной формы обучения**

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 3)		
Раздел 1 Теоретические и концептуальные основы сферы туризма и гостеприимства: научное направление и вид практической деятельности.	16	Подготовка реферата
Раздел 2 Рынок сферы туризма и гостеприимства.	16	Практическое задание
Раздел 3 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства.	16	Подготовка эссе
Раздел 4 Роль и значение статистики сферы туризма и гостеприимства.	15	Контрольная работа
Общий объем по модулю/семестру, часов	63	
Модуль 2 (семестр 4)		
Раздел 5 Понятие организаций сферы туризма и гостеприимства, типы	14	Подготовка реферата
Раздел 6 Экономические основы организаций сферы туризма и гостеприимства (производственные и оборотные фонды)	14	Практическое задание
Раздел 7 Формирование результатов	14	Подготовка эссе

деятельности предприятия. Прибыль предприятия.		
Раздел 8 Экономика труда, ценообразование на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.	14	Контрольная работа
Общий объем по модулю/семестру, часов	52	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	115	

Очно-заочная формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 3)		
Раздел 1 Теоретические и концептуальные основы сферы туризма и гостеприимства: научное направление и вид практической деятельности.	22	Подготовка реферата
Раздел 2 Рынок сферы туризма и гостеприимства.	22	Практическое задание
Раздел 3 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства.	22	Подготовка эссе
Раздел 4 Роль и значение статистики сферы туризма и гостеприимства.	21	Контрольная работа
Общий объем по модулю/семестру, часов	87	

Модуль 2 (семестр 4)		
Раздел 5 Понятие организаций сферы туризма и гостеприимства, типы	19	Подготовка реферата
Раздел 6 Экономические основы организаций сферы туризма и гостеприимства (производственные и оборотные фонды)	19	Практическое задание
Раздел 7 Формирование результатов деятельности предприятия. Прибыль предприятия.	19	Подготовка эссе
Раздел 8 Экономика труда, ценообразование на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.	19	Контрольная работа
Общий объем по модулю/семестру, часов	76	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	163	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (Курс 3, сессия 1-2)		
Раздел 1 Теоретические и концептуальные основы сферы туризма и гостеприимства: научное направление и вид практической деятельности.	32	Подготовка реферата

Раздел 2 Рынок сферы туризма и гостеприимства.	32	Практическое задание
Раздел 3 Анализ экономической значимости и тенденций развития сферы туризма и гостеприимства.	32	Подготовка эссе
Раздел 4 Роль и значение статистики сферы туризма и гостеприимства.	32	Контрольная работа
Общий объем по модулю/семестру, часов	124	
Модуль 2 (курс 3, сессия 3-4)		
Раздел 5 Понятие организаций сферы туризма и гостеприимства, типы	29	Подготовка реферата
Раздел 6 Экономические основы организаций сферы туризма и гостеприимства (производственные и оборотные фонды)	29	Практическое задание
Раздел 7 Формирование результатов деятельности предприятия. Прибыль предприятия.	29	Подготовка эссе
Раздел 8 Экономика труда, ценообразование на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.	30	Контрольная работа
Общий объем по модулю/семестру, часов	117	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	241	

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Природные факторы, в том числе региональные (территориальные) компоненты.
2. Туристская индустрия комплексного обслуживания туристов: состав, функции, показатели.
3. Туристская индустрия, ее составные части и особенности.
4. Туристские затраты, структура.
5. Факторы производства.
6. Роль и значение сферы туризма и гостеприимства в жизнедеятельности человека, для государства, экономики.
7. Предмет курса экономика и предпринимательство в сферы туризма и гостеприимства и задачи.
8. Сущность сферы туризма и гостеприимства и его социально-экономические категории. Современные тенденции развития сферы туризма и гостеприимства под влиянием трансформаций в России.
9. Туриндустрия, ее состав и особенности.
10. Туристские затраты, факторы производства турпродукции (труд, земля, капитал).
11. Социально-экономические показатели и уровень развития туризма в РФ.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

Темы рефератов

1. Экономические показатели развития сферы туризма и гостеприимства в мире и тенденции развития
2. Экономические показатели развития сферы туризма и гостеприимства в России и тенденции развития
3. Экономические показатели развития сферы туризма и гостеприимства в Алтайском крае и тенденции развития
4. Статистика в сферы туризма и гостеприимства, статистические показатели, значение, ее влияние на экономику
5. Факторы, влияющие на развитие туризма и их приоритет
6. Туристская индустрия: основные понятия, состав, особенности.
7. Туристская инфраструктура, ее значение для развития туризма.
8. Проблемы экономики сферы туризма и гостеприимства.
9. Туристский бизнес, его развитие, проблемы и перспективы.
10. Проблемы сезонности в туризме и их влияние на экономику.
11. Теоретические основы дестинаций в туризме.
12. Туристский рынок, его особенности, свойства (субституция и комплементарность).
13. Социально-экономическое значение сферы туризма и гостеприимства.
14. Международный, иностранный туризм и его значение для экономики страны.
15. Основные тенденции развития современного туризма.
16. Инвестиции в сферы туризма и гостеприимства: значение, виды, особенности.
17. Современные тенденции развития предприятий средств размещения.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

1. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

- 15712-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514811> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513639> (дата обращения: 08.03.2023).
 3. Сологубова, Г. С. Экономика конгрессно-выставочной деятельности : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 248 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519783> (дата обращения: 08.03.2023).
 4. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510088> (дата обращения: 08.03.2023).

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Спрос, предложение.
2. Характеристики туристского спроса, сезонность.
3. Коэффициенты эластичности спроса по доходу и цене.
4. Методы прогнозирования рынка туруслуг.
5. Рыночный механизм регулирования сферы туризма и гостеприимства.
6. Государственно-правовое регулирование туризма.

Перечень тем практических работ к Разделу 2: (решение задач)

Задача №1.

Проанализировать структуру платных услуг, рассчитать их динамику (темпы роста), выявить долю услуг сферы туризма и гостеприимства (туристические, гостиничные, санаторно-оздоровительные) и темпы роста: в РФ и в регионе.

Проанализировать причинно-следственные связи с учетом факторов (экономические, политические, научно-технические, социально-культурные).

Задача №2

Тема: «Мультипликационный эффект в экономике сферы туризма и гостеприимства»

Расчет доходов и занятости в сфере сферы туризма и гостеприимства с учетом коэффициента мультипликации (по расчетам швейцарских специалистов в туризме $K_m = 1.2-4,0$). Для российского региона принимаем $K_m = 1,5$, рассчитываем

Дох. = Дох (статис) * 1,5

Зан. СКСиТ = Кол. Занятых (статис) * 1,5

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

1. Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15216-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510100> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2023. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15712-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514811> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Восколович, Н. А. Экономика платных услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 441 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14124-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513521> (дата обращения: 08.03.2023).
4. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. пользователей.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Природные факторы, их значение в туризм.
2. Рынок туруслуг, виды рынков. Туристский спрос и туристское предложение
3. Характеристики туристского спроса.
4. Методы прогнозирования рынка туруслуг.
5. Рыночные механизмы регулирования туризма
6. Государственно-правовое регулирование туризма в России. Роль международных организаций в туризме.

Перечень тем эссе к Разделу 3:

Студенты готовят эссе по теме «Роль и значение предпринимательской деятельности в России в социокультурном сервисе и туризме: современное состояние, проблемы».

Подготовить эссе на тему «Роль, значение и проблемы сферы туризма и гостеприимства в экономике страны, региона».

Подготовьте эссе на тему: «Состояние сферы сферы туризма и гостеприимства и влияние ее на качество жизни населения (на примере Вашего города)».

В эссе используются статьи актуальные по данной тематике российских авторов («Менеджмент в России и за рубежом», «Статистика» и др.). Эссе сдаётся преподавателю не позднее начала второго модуля. Объём эссе должен быть от 5 до 10 страниц компьютерного текста шрифтом 14с интервалом до 1,5 и должен представлять собой целостное раскрытие поставленной темы. Правила оформления - общепринятые, т.е. должны быть указаны источники информации, список использованной литературы и т.д. При выполнении эссе студенты используют конкретные статистические показатели, характеризующие развитие и динамику социокультурного сервиса и туризма РФ.

Эссе оценивается по следующим показателям: написание, оформление, подготовка доклада, презентации, участие в ответах на вопросы, выполнение задания в срок.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.

1. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513639> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Восколович, Н. А. Экономика платных услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 441 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14124-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513521> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Сологубова, Г. С. Экономика конгрессно-выставочной деятельности : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 248 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519783> (дата обращения: 08.03.2023).
4. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. пользователей.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Дополнительные факторы, которые являются производными от первых:
2. Значительное влияние доходов населения.
3. Наличие необходимых туристских ресурсов.
4. Значительное влияние экологии.
5. Временной (с одной стороны, необходимо свободное время туристу, с другой стороны, порождает влияние политических нормативных ограничений (недостаток информации, знаний, неподготовленность предпринимателей)).
6. Фактор ограничения недостатков ресурсов (1 - туристские ресурсы; 2 – ресурсы для турпредприятий – финансовые, трудовые, материальные, технические).

Перечень вариантов контрольной работы к Разделу 4:

1-й вариант

1. Определение и состав туристской индустрии
2. В чем заключается внешнеэкономическая функция?
3. Каково значение статистики для планирования туризма и оценки влияния на экономику?

2-й вариант

1. Какие факторы влияют на функционирование туристской индустрии?
2. В чем заключается функция занятости в туризме?
3. Что такое эффект мультипликации в туризме?

3-й вариант

1. Какими функциями и показателями измеряются результаты туристской индустрии?
2. Что такое функция сглаживания в туризме?
3. Перечислить туристские затраты во время путешествия и отдыха?

4-й вариант

1. Факторы производства и их особенности в туризме.
2. Перечислить основные тенденции развития современного туризма
3. Что такое мультипликационный эффект в туризме

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 4.

1. Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15216-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510100> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513639> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814> (дата обращения: 08.03.2023).
4. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. пользователей.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 5

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 5

1. Организационно-правовые формы хозяйствования.
2. Субъекты и объекты предпринимательства.
3. Особенности развития предприятий в сферы туризма и гостеприимства.
4. Государственная поддержка и социальная защита.
5. Риски в предпринимательской деятельности в современной России.
6. Риск-менеджмент в туризме.
7. Факторы, влияющие на функционирование социально-экономической системы туризм. Природные факторы, их значение в туризм.
8. Рынок туруслуг, виды рынков. Туристский спрос и туристское предложение
9. Характеристики туристского спроса.
10. Методы прогнозирования рынка туруслуг. Рыночные механизмы регулирования туризма
11. Государственно-правовое регулирование туризма в России. Роль международных организаций в туризме.

Перечень тем рефератов к Разделу 5:

1. Предпринимательство в туризме, организационно-правовые формы собственности в туристском бизнесе.
2. Характеристика производственных фондов на предприятиях сферы туризма и гостеприимства. Особенности лизинга в туризме.
3. Характеристика оборотных фондов на предприятиях сферы туризма и гостеприимства
4. Затраты на предприятиях сферы туризма и гостеприимства. Доходы и расходы в туристском предприятии
5. Прибыль, способы повышения прибыли в турпредприятии
6. Предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме.
7. Сущность предпринимательской деятельности.
8. Цель предпринимательской деятельности.
9. Предпринимательский успех.
10. Место и роль предпринимательства на современном этапе развития социально-культурного сервиса и туризма в России.
11. Государственное и частное предпринимательство.
10. Классификация и формы предпринимательской деятельности.
11. Государственное регулирование предпринимательской деятельностью.
12. Приоритетные направления развития предпринимательства в социально-культурном сервисе и туризме.
13. Малое предпринимательство и его роль в развитии сферы туризма и гостеприимства в России.
14. Экономические основы функционирования предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма в условиях рынка.

15. Основные фонды предприятий (организаций) сферы туризма и гостеприимства.
16. Оборотные фонды предприятий (организаций) сферы туризма и гостеприимства.
17. Расчет себестоимости туристского продукта и услуг социально-культурного сервиса.
18. Ценообразование видов деятельности социально-культурного сервиса и туризма.
19. Налогообложение в социально-культурном сервисе и туризме.
20. Финансовые результаты деятельности предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма.
21. Показатели эффективности деятельности предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма.
22. Анализ финансово-экономического положения предприятия (организации) сферы туризма и гостеприимства.
23. Прогнозирование и планирование деятельности предприятия (организации) сферы туризма и гостеприимства.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 5.

5.1.1. Основная литература

1. Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15216-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510100> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15712-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514811> (дата обращения: 08.03.2023).
3. Восколович, Н. А. Экономика платных услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 441 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14124-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513521> (дата обращения: 08.03.2023).
4. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814> (дата обращения: 08.03.2023).
5. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. пользователей.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 6

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 6

1. Специальные налоговые режимы в туристском бизнесе.
2. Упрощенная система налогообложения.
3. Прибыль предприятия и методы её расчёта.
4. Безубыточность работы предприятия ИГиТ.
5. Точка безубыточности: понятие, методика расчёта, применение.
6. Ценовая политика туристского предприятия.
7. Методы и стратегии ценообразования.

8. Роль цены в экономике предприятия.
9. Ценовые стратегии: виды и выбор.

Перечень тем расчетных заданий к Разделу 5:

1. Рассчитать с учетом прогнозного увеличения объема обслуживания по этой цене выручку, прибыль. Выручка составит 41744 тыс. руб., при этом она увеличится в 1,09 раз. Прибыль прогнозируемая увеличится в 1,79 раза, при этом прирост выручки составит 9,2%, а прирост прибыли - 79,2%. Маржинальная прибыль составит 25915 тыс. руб.

2. Смоделировать распределение отдыхающих по сезонам (на основе графика сезонности за прошлый год или прогнозного) менеджерами предприятия. Итоговая кривая заполняемости сгладит падения.

3. Выполнить прогнозный анализ коэффициентов рентабельности. По прогнозируемым данным выручки, затратам, прибыли рассчитать показатели рентабельности.

Рентабельность производства

$$K_p = (\text{Выр.} - \text{с/сть}) / \text{Затр (с/сть)};$$

Рентабельность продукции

$$K_p = (\text{Выр.} - \text{с/сть}) / \text{с/сть};$$

Рентабельность производства увеличилась с 7,3 до 12,6%, рентабельность продукции тоже увеличилась с 6,8 до 11,2%, рентабельность основного капитала составила 19%, а рентабельность собственного капитала – 29%.

Использовать расчетные данные, актуальные для данного момента, и принимать управленческие решения по изложенной схеме.

Этот программный модуль предусматривает возможность планировать сезонный спад загрузки, ставит перед администрацией задачу снижения условно-постоянных затрат в зимний период, решает проблему поиска дополнительных источников дохода в период межсезонья.

В целом этот программный модуль:

- обеспечит стабильность функционирования учреждения, возможность оперативного влияния на процессы организации обслуживания отдыхающих, на основные экономические показатели хозяйственной деятельности;
- расширит возможности управления себестоимостью путем осуществления анализа затрат и их изменения в зависимости от заполняемости;
- позволит сгладить коэффициент неравномерности;
- обеспечит оперативный расчет зависимостей загрузки, цены при необходимости применения стратегии снижения цен и выявит влияние такого варианта на конечные результаты деятельности организации.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 6.

1. Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма: учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15216-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510100> (дата обращения: 08.03.2023).

2. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма: учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15712-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514811> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Сологубова, Г. С. Экономика конгрессно-выставочной деятельности: учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 248 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-13889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519783> (дата обращения: 08.03.2023).

4. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. пользователей.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 7

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 7

1. Ценообразование на предприятиях индустрии туризма гостеприимства.
2. Особенности ценообразования в туризме.
3. Анализ хозяйственной деятельности предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
4. Экономический анализ и агрегированный баланс предприятия.

Перечень тем эссе к Разделу 7:

Студенты готовят эссе по теме «Роль и значение предпринимательской деятельности в России в социокультурном сервисе и туризме: современное состояние, проблемы».

Подготовить эссе на тему «Роль, значение и проблемы на предприятиях туризма и гостеприимства в экономике страны, региона».

Подготовьте эссе на тему: «Состояние предприятий сферы туризма и влияние ее на качество жизни населения (на примере Вашего города)».

Подготовьте эссе на тему: «Состояние предприятий сферы гостеприимства и влияние ее на качество жизни населения (на примере Вашего города)».

Подготовить эссе на тему «Роль, значение и проблемы в управлении персоналом на предприятиях туризма и гостеприимства в экономике страны, региона».

Подготовить эссе на тему «Роль, значение и проблемы в управлении финансами на предприятиях туризма и гостеприимства в экономике страны, региона».

Подготовить эссе на тему «Роль, значение и проблемы в риск-менеджменте на предприятиях туризма и гостеприимства в экономике страны, региона».

В эссе используются статьи актуальные по данной тематике российских авторов («Менеджмент в России и за рубежом», «Статистика» и др.). Эссе сдаётся преподавателю не позднее начала второго модуля. Объём эссе должен быть от 5 до 10 страниц компьютерного текста шрифтом 14с интервалом до 1,5 и должен представлять собой целостное раскрытие поставленной темы. Правила оформления - общепринятые, т.е. должны быть указаны источники информации, список использованной литературы и т.д. При выполнении эссе студенты используют конкретные статистические показатели, характеризующие развитие и динамику социокультурного сервиса и туризма РФ.

Эссе оценивается по следующим показателям: написание, оформление, подготовка доклада, презентации, участие в ответах на вопросы, выполнение задания в срок.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 7.

1. Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15216-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510100> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15712-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514811> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814> (дата обращения: 08.03.2023).
4. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрир. пользователей.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 8

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 8

1. Основные показатели анализа хозяйственной деятельности предприятия: рентабельность капитала и производства услуг.
2. Финансовая устойчивость предприятия.
3. Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия, ликвидный денежный поток.
4. Планирование деятельности туристского предприятия

Перечень контрольной работы к Разделу 8:

Задача №8

Расчет затрат, точки безубыточности, прибыли по методу «директ-костинг»

1 - вариант

Уравнение затрат: $Z_0 = Z_v * X + Z_c$, (2)

где Z_0 - полные затраты за отчетный период, тыс. руб.;

Z_v - переменные затраты на 1 койко-день;

X - количество отдыхающих, чел.;

Z_c - постоянные затраты за отчетный период, тыс. руб. Пример:

$$Z_0 = 0,120 * X + 11487 \quad (2)$$

В соответствии с уравнением (2) переменные затраты на 1 койко-день составляет 120 руб., а среднемесячная величина постоянных затрат, не зависящая от загруженности санатория, – 957 тыс. руб., суммарные постоянные затраты за год составили 11487 тыс. руб.

Аналитические возможности системы «директ-костинг» раскрываются наиболее полно при исследовании связи себестоимости с объемом реализации услуг и прибылью. Критическая точка позволяет получить оценку объема производства, цены изделия, выручки, уровня постоянных расходов и других показателей исходя из требований общего финансового состояния предприятия. Именно эта идея и легла в основу системы «директ-костинг», центральным звеном которой является определение «точки безубыточности». Расчет «точки безубыточности» показывает, каким должен быть уровень реализации, чтобы покрывать производимые предприятием затраты.

Исходным уравнением является:

$$Q_{\text{крит.}} = Z_c / (P - Z_v);$$

где Z_c – постоянные затраты за отчетный период, руб.;

P – цена изделия, руб.;

Z_v – переменные затраты на 1 койко-день.

Критическая точка реализации в 2004 г. составила 63281 койко-дней или 251 путевка в месяц (183 коек в день, или 55,4% от максимальной мощности). Количество путевок, которые необходимо реализовать, чтобы покрыть совокупные (месячные) затраты (251 путевка). Рассчитана критическая точка реализации за три года. Результаты расчетов показывают, что в 200X г. критическая точка реализации – 246 путевок в месяц, в 200X г. – 268 путевок в месяц.

Рассчитывая точку безубыточности, получаем такую выручку от реализации или такой объем реализации турпродуктов, которые обеспечат покрытие всех затрат и нулевую прибыль. В дальнейшем, зная порог безубыточности, можно планировать определенный размер

прибыли. Выручка от реализации, соответствующая точке безубыточности, называется пороговой выручкой.

$$V_{\text{пор}} = Z_c / K_{\text{пок}}; (3)$$

где $V_{\text{пор}}$ – выручка пороговая, руб.;

Z_c – постоянные затраты за отчетный период, руб.;

$K_{\text{пок}}$ – коэффициент покрытия.

Если организация получает выручку больше пороговой, то она работает прибыльно. Чтобы оценить, насколько фактически выручка превышает выручку, обеспечивающую безубыточность, необходимо рассчитать запас прочности (процентное отклонение фактической выручки от пороговой) по формуле:

$$Z_{\text{пр}} = (V - V_{\text{пор}} / V) * 100\%; (4)$$

Тогда коэффициент покрытия рассчитывается по формуле:

$$K_{\text{пок}} = (V - Z_v) / V; (5)$$

Разность между выручкой от реализации и всей суммой переменных затрат составляет сумму покрытия.

Таким образом рассчитываемый запас прочности за три года (200X г. – 7%; 200X г. – 15%; 200X г. – 11%), показывает наилучший результат за 200X г. Расчет этих показателей используется в «директ-костинге» для принятия решения об ассортиментной политике, а также о закрытии или объявлении банкротства в случае убыточной деятельности. Величина маржинального дохода важная информация для управления предприятием, она показывает «вклад» турпродукта в покрытие постоянных затрат и тем самым в том же объеме – в прибыль от реализации. При ведении учета по системе «директ-костинг» выявляются два финансовых результата:

- предельная прибыль (маржинальный доход, брутто-прибыль, сумма покрытия), за тот же год;

маржинальный доход на 1 койко-дня – 184 руб.

суммарный маржинальный доход – 12498 руб.

В зависимости от полученных результатов и от ценовой стратегии администрация принимает соответствующие управленческие решения. Это может быть по управлению себестоимостью, по ценообразованию турпродукта, ценовая стратегия, методы калькулирования т.д.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 8.

1. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15712-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514811> (дата обращения: 08.03.2023).

2. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510088> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814> (дата обращения: 08.03.2023).

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный -полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Выполнение тестовых заданий.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

Написание эссе.

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой и экзамен**, который проводится в **устной** форме.

4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за

каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины	Код контролируемой компетенций	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1	ОПК-2, ОПК-5	Компьютерное тестирование	<p>Задание № 1. Туристский экспорт – это... <i>(указывается один варианта ответа)</i> (1б)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом туристом денег из данной страны; 2) комплекс положительных эмоций и душевного состояния туриста, возникающий или достигнутый им в результате потребления туристского продукта; 3) вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом туристом денег в данную страну. <p>Задание № 2. Туристская организация, специализированное учреждение Организации Объединенных Наций, активно участвует в глобальной туристской политике... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Международное бюро социального туризма (BITS); 2) Всемирная туристская организация (WTO); 3) Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC); 4) Всемирная конфедерация молодежного, студенческого и образовательного туризма (WYSE). <p>Задание № 3. Туристский мультипликатор – это ... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) соотношение отклонения от равновесного чистого национального продукта и исходного

				<p>изменения в расходах на инвестиции, вызвавшее данное изменение реального чистого национального продукта;</p> <p>2) экономический эффект от организации туризма;</p> <p>3) количество имеющихся и вновь создаваемых рабочих мест.</p> <p>Задание № 4. Туристский поток (турпоток) – приезд туристов в страну – характеризуется следующими показателями... <i>(указывается один варианта ответа)</i> (1б)</p> <p>1) общее число туристов;</p> <p>2) число туродней;</p> <p>3) средняя продолжительность пребывания туристов в стране (регионе);</p> <p>4) все перечисленные выше показатели.</p>
2.	Раздел 2	ОПК-2, ОПК-5	Контрольная работа	<p>1-й вариант</p> <p>4. Определение и состав туристической индустрии</p> <p>5. В чем заключается внешнеэкономическая функция?</p> <p>6. Каково значение статистики для планирования туризма и оценки влияния на экономику?</p> <p>2-й вариант</p> <p>4. Какие факторы влияют на функционирование туристической индустрии?</p> <p>5. В чем заключается функция занятости в туризме?</p> <p>6. Что такое эффект мультипликации в туризме?</p> <p>3-й вариант</p> <p>4. Какими функциями и показателями измеряются результаты туристической индустрии?</p> <p>5. Что такое функция сглаживания в туризме?</p> <p>6. Перечислить туристические затраты во время путешествия и отдыха?</p> <p>4-й вариант</p> <p>4. Факторы производства и их особенности в туризме.</p> <p>5. Перечислить основные тенденции развития современного туризма</p> <p>6. Что такое мультипликационный эффект в туризме</p>
3	Раздел 3	ОПК-2, ОПК-5	Компьютерное	<p>Задание № 10. Турпродукт – совокупность услуг и товаров туристического назначения, включающий в себя... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <p>1) туры, объединённые по целенаправленности (познавательные, оздоровительные и т.д.);</p> <p>2) туристско-экскурсионные услуги различных видов (размещение, питание, транспортные услуги;</p> <p>3) товары туристско-экскурсионного назначения (карты, открытки, сувениры);</p>

			тести- вание	<p>4) всё вышеперечисленное.</p> <p>Задание № 11. Закономерность внутригодовой динамики того или иного явления, которая проявляется во внутригодовых повышениях или понижениях уровней того или иного показателя на протяжении ряда лет... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <p>1) туристский кругооборот; 2) сезонность; 3) передвижной туризм.</p> <p>Задание № 12. Сезонность туризма способствует текучести кадров в туризме и становлению многопрофильного характера рабочих мест... <i>(указываются один варианта ответа)</i> (1б)</p> <p>1) верно; 2) неверно.</p> <p>Задание № 13. Туристский импорт – это... <i>(указывается один варианта ответа)</i> (1б)</p> <p>1) ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом туристом денег из данной страны; 2) комплекс положительных эмоций и душевного состояния туриста, возникающий или достигнутый им в результате потребления туристского продукта; 3) вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом туристом денег в данную страну.</p> <p>Задание № 14. Туристская индустрия – это... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <p>1) межотраслевой комплекс мероприятий; 2) соединения материально-технической базы и рабочей силы для туристского обслуживания населения; 3) совокупность средств размещения, объектов общественного питания, развлекательного, познавательного, оздоровительного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность.</p> <p>Задание № 15. Материально-техническая база туризма – совокупность средств труда, функционирующих в туризме... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <p>1) верно; 2) неверно.</p>
4	Раздел 4	ОПК-2,	Контро	<p>1. Экономическое пространство социально-культурной сферы и туризма.</p> <p>2. Основные концепции экономики социально-культурного сервиса и туризма.</p> <p>3. Материальное состояние населения, его структура, дифференциация и динамика.</p>

		ОПК-5	льная работа	<p>4. Организационно-экономические основы социального обеспечения и страхования.</p> <p>5. Источники, принципы и порядок финансирования социально-культурной сферы.</p> <p>6. Социальные льготы; налогообложение; благотворительное финансирование социально-культурной сферы.</p> <p>7. Расчетная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме.</p> <p>8. Туризм как социально-экономическая система.</p> <p>9. Факторы, влияющие на функционирование социально-экономической системы туризм.</p> <p>10. Природные факторы, их значение в туризм.</p> <p>11. Рынок туруслуг, виды рынков. Туристский спрос и туристское предложение</p> <p>12. Характеристики туристского спроса.</p> <p>13. Методы прогнозирования рынка туруслуг.</p> <p>14. Рыночные механизмы регулирования туризма</p>
5	Раздел 5	ОПК-2, ОПК-5	Компьютерное тестирование	<p>Задание № 16. График производственных возможностей туристской индустрии показывает упущенную выгоду... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <p>1) верно;</p> <p>2) неверно.</p> <p>Задание № 17. Чем больше численность туристов в группе, тем выше стоимость тура в расчёте на одного человека... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <p>1) верно;</p> <p>2) неверно.</p> <p>Задание № 18. В туризме в кругооборот оборотных средств вовлекаются также и туристские ресурсы... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <p>1) верно;</p> <p>2) неверно.</p> <p>Задание № 19. Туристские путёвки облагаются налогом на добавленную стоимость... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <p>1) верно;</p> <p>2) неверно.</p> <p>Задание № 20. Какая из функций туризма не относится к группе социально-экономических... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <p>1) производственная;</p> <p>2) интеграционная;</p>

				<p>3) доходная; 4) функция нивелирования. Задание № 21. Какие формы собственности чаще всего встречаются в туризме в РФ ... (указывается один вариант ответа) (1б) 1) ОАО и ТОО; 2) ЗАО и ООО; 3) ОАО и ЗАО; 4) ООО и ТОО.</p>
6	Раздел 6	ОПК-2, ОПК-5	Контрольная работа	<p>1. Приоритетные направления развития предпринимательства в социально-культурном сервисе и туризме. 2. Малое предпринимательство и его роль в развитии социально-культурного сервиса и туризма в России. 3. Экономические основы функционирования предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма в условиях рынка. 4. Основные фонды предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма. 5. Оборотные фонды предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма. 6. Предпринимательство в туризме, организационно-правовые формы собственности в туристском бизнесе. 7. Характеристика производственных фондов на предприятиях сферы туризма и гостеприимства. 8. Особенности лизинга в туризме. 9. Характеристика оборотных фондов на предприятиях сферы туризма и гостеприимства. 10. Затраты на предприятиях сферы туризма и гостеприимства. 11. Доходы и расходы в туристском предприятии 12. Прибыль, способы повышения прибыли в турпредприятии</p>
7	Раздел 7	ОПК-2, ОПК-5	Компьютерное тестиро	<p>Задание № 35. Коэффициент эластичности спроса по доходу показывает увеличение туристического спроса при ... (указывается один вариант ответа) (1б) 1) увеличении доходов на 1%; 2) уменьшении доходов на 1%; 3) уменьшении цены на 1%.</p>

		вание	<p>Задание № 36. Коэффициент эластичности спроса по цене показывает увеличение туристического спроса при... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) уменьшении цены на 1%; 2) увеличении цены на 1%; 3) увеличении доходов. <p>Задание № 37. Какие затраты с точки зрения цели можно выделить ... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) видимые, невидимые, дополнительные; 2) прямые, косвенные; 3) прямые, косвенные, дополнительные. <p>Задание № 38. Что является результатом деятельности предприятий в туриндустрии... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) турпродукт высокого качества; 2) комфорт; 3) уровень сервиса. <p>Задание № 39. Какая из перечисленных функций не относится к социально-экономическим формам туризма... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) доходная; 2) занятости; 3) внешнеэкономическая; 4) контрольная. <p>Задание № 40. Что характеризует прямой эффект функции занятости в туризме ... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) количество занятых на предприятиях и организациях туристической сферы; 2) количество предприятий; 3) доля персонала ко всему занятому населению; 4) все ответы верны. <p>Задание № 41. Эффект мультипликатора – это ... <i>(указывается один вариант ответа)</i> (1б)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) количество раз, которое деньги вложенные туристами в местную экономику были фактически потрачены в принимающем регионе; 2) количество раз, которое деньги вложены принимающим районом в туристов; 3) покупка тура, транспорта, питания, книг, бытовой техники;
--	--	-------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				<p>4) доходы предприятий, гостиниц.</p> <p>Задание № 42. Установите соответствие функций... (3б) (1 – б, д, в, е; 2 – а, г, ж, з)</p> <table border="0"> <tr> <td>социально-культурные</td> <td>а) доходная;</td> </tr> <tr> <td>2) социальноэкономические</td> <td>б) оздоровительная;</td> </tr> <tr> <td></td> <td>в) интеграционная;</td> </tr> <tr> <td></td> <td>г) производственная;</td> </tr> <tr> <td></td> <td>д) развивающая;</td> </tr> <tr> <td></td> <td>е) социально-статусная;</td> </tr> <tr> <td></td> <td>ж) внешнеэкономическая;</td> </tr> <tr> <td></td> <td>з) выравнивающая.</td> </tr> </table> <p>Задание № 43. Что является результатом деятельности в туризме... (указывается один вариант ответа) (1б)</p> <p>экономическая прибыль; турпродукт (туруслуга); турагентство; туристический курорт.</p> <p>Задание № 44. Предприятия туризма – это... (указывается один вариант ответа) (1б)</p> <p>1) производственное предприятие различной формы собственности, производящее турпродукты, услуги для одного и более человека; 2) комплексное предприятие, которое включает в себя определенный набор туруслуг и товаров; 3) инициативная хозяйственная деятельность, направленная на создание новых видов туруслуг.</p>	социально-культурные	а) доходная;	2) социальноэкономические	б) оздоровительная;		в) интеграционная;		г) производственная;		д) развивающая;		е) социально-статусная;		ж) внешнеэкономическая;		з) выравнивающая.
социально-культурные	а) доходная;																			
2) социальноэкономические	б) оздоровительная;																			
	в) интеграционная;																			
	г) производственная;																			
	д) развивающая;																			
	е) социально-статусная;																			
	ж) внешнеэкономическая;																			
	з) выравнивающая.																			
8	Раздел 8	ОПК-2, ОПК-5	Контрольная работа	<p>1. Расчет себестоимости туристского продукта и услуг социально-культурного сервиса.</p> <p>2. Ценообразование видов деятельности социально-культурного сервиса и туризма.</p> <p>3. Налогообложение в социально-культурном сервисе и туризме.</p> <p>4. Финансовые результаты деятельности предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма.</p> <p>5. Показатели эффективности деятельности предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма.</p> <p>6. Анализ финансово-экономического положения предприятия (организации) социально-культурного сервиса и туризма.</p>																

				7. Прогнозирование и планирование деятельности предприятия (организации) социаль-но-культурного сервиса и туризма.
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ОПК-2, ОПК-5	<p>МОДУЛЬ 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Предмет и задачи курса экономики сферы туризма и гостеприимства. 2. Экономическое пространство сферы туризма и гостеприимства. 3. Основные концепции экономики сферы туризма и гостеприимства. 4. Материальное состояние населения, его структура, дифференциация и динамика. 5. Организационно-экономические основы социального обеспечения и страхования. 6. Источники, принципы и порядок финансирования социально-культурной сферы. 7. Социальные льготы; налогообложение; благотворительное финансирование социально-культурной сферы. 8. Расчетная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме. 9. Оплата труда специалистов сферы туризма и гостеприимства. 10. Роль и значение сферы туризма и гостеприимства в жизнедеятельности человека, для государства, экономики. Предмет курса экономика и предпринимательство в сферы туризма и гостеприимства и задачи. 11. Сущность сферы туризма и гостеприимства и его социально-экономические категории. 12. Современные тенденции развития сферы туризма и гостеприимства под влиянием трансформаций в России. 13. Туриндустрия, ее состав и особенности. 14. Туристские затраты, факторы производства турпродукции (труд, земля, капитал). 15. Социально-экономические показатели и уровень развития туризма в РФ. 16. Мультипликационный эффект в туризме. Роль и значение статистики в туризме 17. Туризм как социально-экономическая система. 18. Факторы, влияющие на функционирование социально-экономической системы туризм. Природные факторы, их значение в туризм. 19. Рынок туруслуг, виды рынков. Туристский спрос и туристское предложение 20. Характеристики туристского спроса.

21. Методы прогнозирования рынка туруслуг. Рыночные механизмы регулирования туризма

МОДУЛЬ 2

1. Государственно-правовое регулирование туризма в России. Роль международных организаций в туризме.
2. Предпринимательство в туризме, организационно-правовые формы собственности в туристском бизнесе.
3. Характеристика производственных фондов на предприятиях сферы туризма и гостеприимства. Особенности лизинга в туризме.
4. Характеристика оборотных фондов на предприятиях сферы туризма и гостеприимства
5. Затраты на предприятиях сферы туризма и гостеприимства.
6. Доходы и расходы в туристском предприятии
7. Прибыль, способы повышения прибыли в турпредприятии
10. Предпринимательство как особый вид профессиональной деятельности.
11. Идеология и история развития предпринимательской деятельности.
12. Типология и структура предпринимательской деятельности в сфере сервиса и туризма.
13. Организационные и государственно-правовые основы и формы предпринимательской деятельности в сфере сервиса и туризма.
14. Условия осуществления предпринимательской деятельности в сфере сервиса и туризма.
15. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности в сфере сервиса и туризма.
16. Особенности развития и совершенствования малых предприятий в сфере сервиса и туризма.
17. Формы государственной поддержки развития малого предпринимательства и их совершенствования.
17. Социальная защита предпринимателей и охрана прав потребителей.
18. Проблемы, перспективы и тенденции развития социально-культурного сервиса и туризма в России и за рубежом.
19. Предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме.
20. Сущность предпринимательской деятельности.
21. Цель предпринимательской деятельности.
22. Предпринимательский успех.
23. Место и роль предпринимательства на современном этапе развития социально-культурного сервиса и туризма в России.
24. Государственное и частное предпринимательство.
25. Классификация и формы предпринимательской деятельности.
26. Государственное регулирование предпринимательской деятельностью.
27. Приоритетные направления развития предпринимательства в социально-культурном сервисе и туризме.
28. Малое предпринимательство и его роль в развитии социально-культурного сервиса и туризма в России.

<p>29. Экономические основы функционирования предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма в условиях рынка.</p> <p>30. Основные фонды предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма.</p> <p>31. Оборотные фонды предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма.</p> <p>32. Расчет себестоимости туристского продукта и услуг социально-культурного сервиса.</p> <p>33. Ценообразование видов деятельности социально-культурного сервиса и туризма.</p> <p>34. Налогообложение в социально-культурном сервисе и туризме.</p> <p>35. Финансовые результаты деятельности предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма.</p> <p>36. Показатели эффективности деятельности предприятий (организаций) социально-культурного сервиса и туризма.</p> <p>37. Анализ финансово-экономического положения</p> <p>8. предприятия (организации) социаль-но-культурного сервиса и туризма.</p> <p>38. Прогнозирование и планирование деятельности предприятия (организации) социаль-но-культурного сервиса и туризма.</p>

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15216-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510100> (дата обращения: 08.03.2023).
2. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15712-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514811> (дата обращения: 08.03.2023).
3. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513639> (дата обращения: 08.03.2023).

1.1.2. Дополнительная литература

2. Восколович, Н. А. Экономика платных услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 441 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14124-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513521> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Сологубова, Г. С. Экономика конгрессно-выставочной деятельности : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 248 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519783> (дата обращения: 08.03.2023).

4. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510088> (дата обращения: 08.03.2023).

5. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514814> (дата обращения: 08.03.2023).

6. Современные проблемы сервиса и туризма : журнал // Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: https://www.elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке, для зарегистрированных пользователей.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/

3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой практической занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к диф. зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC

5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

**Указывается актуальное программное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).*

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля)используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения.

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями, экранно-звуковыми средствами обучения, демонстрационными материалами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью/ специализацией* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – <i>бакалавриата</i> по направлению подготовки 43.03.02 <i>Туризм</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____.____.____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____.____.____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____.____.____



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
К.К. Поздняков
27 апреля 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
СЕРВИС-ДИЗАЙН В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

Направление подготовки
43.03.02 Туризм

Направленность
«Экономика впечатлений»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	8
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля).....	8
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций	8
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	9
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося	9
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)	10
2.3. Содержание дисциплины (модуля)	15
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	21
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	21
3.2. Задания для самостоятельной работы	22
Основная литература	22
1. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520478 (дата обращения: 06.03.2023).....	22
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513515 (дата обращения: 06.03.2023).	22
3. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490727 (дата обращения: 06.03.2023).....	23
Дополнительная литература.....	23
1. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / П. Е. Родькин. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 94 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418 (дата обращения: 06.03.2023). – Библиогр.: с. 88-89. – ISBN 978-5-4499-1291-6. – DOI 10.23681/597418. – Текст : электронный.	23
2. Интернет-маркетинг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-2.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	23

3. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-3.html>(дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке. 23

4. Маркетинг услуг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-18.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке. 23

5. "Бренд-менеджмент : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-7.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке. 23

Основная литература 23

1. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520478> (дата обращения: 06.03.2023). 23

2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513515> (дата обращения: 06.03.2023). 24

3. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023). 24

Дополнительная литература 24

1. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / П. Е. Родькин. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 94 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418> (дата обращения: 06.03.2023). – Библиогр.: с. 88-89. – ISBN 978-5-4499-1291-6. – DOI 10.23681/597418. – Текст : электронный. 24

2. Интернет-маркетинг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-2.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке. 24

3. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-3.html>(дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке. 24

4. Маркетинг услуг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-18.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке. 24

5. "Бренд-менеджмент : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-7.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке. 24

Основная литература 25

1. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520478 (дата обращения: 06.03.2023).....	25
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513515 (дата обращения: 06.03.2023).	25
3. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490727 (дата обращения: 06.03.2023).....	25
Дополнительная литература	25
1. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / П. Е. Родькин. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 94 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418 (дата обращения: 06.03.2023). – Библиогр.: с. 88-89. – ISBN 978-5-4499-1291-6. – DOI 10.23681/597418. – Текст : электронный.	25
2. Интернет-маркетинг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-2.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	25
3. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-3.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	25
4. Маркетинг услуг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-18.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	25
5. "Бренд-менеджмент : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-7.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	25
Основная литература	26
1. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520478 (дата обращения: 06.03.2023).....	26
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513515 (дата обращения: 06.03.2023).	26
3. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490727 (дата обращения: 06.03.2023).....	26
Дополнительная литература	26

1. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / П. Е. Родькин. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 94 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418 (дата обращения: 06.03.2023). – Библиогр.: с. 88-89. – ISBN 978-5-4499-1291-6. – DOI 10.23681/597418. – Текст : электронный.	26
2. Интернет-маркетинг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-2.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	26
3. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-3.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	26
4. Маркетинг услуг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-18.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	26
5. "Бренд-менеджмент : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-7.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	26
3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)	27
РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	28
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)	28
4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	28
4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	28
4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	29
4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	30
4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	31
4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	31
4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	35
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	36
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) ...	36
5.1.1. Основная литература.....	36
4. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). —	

ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520478 (дата обращения: 06.03.2023).....	36
5. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513515 (дата обращения: 06.03.2023).	36
6. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490727 (дата обращения: 06.03.2023).....	36
5.1.2. Дополнительная литература	36
6. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / П. Е. Родькин. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 94 с. : табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418 (дата обращения: 06.03.2023). — Библиогр.: с. 88-89. — ISBN 978-5-4499-1291-6. — DOI 10.23681/597418. — Текст : электронный.	36
7. Интернет-маркетинг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-2.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	36
8. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-3.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	36
9. Маркетинг услуг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-18.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	36
10. "Бренд-менеджмент : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: http://grebennikon.ru/journal-7.html (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.	37
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	37
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	37
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)	38
5.4.1. Средства информационных технологий	38
5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	38
5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных	39
5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	39
5.6. Образовательные технологии.....	39
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	41

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Сервис-дизайн в индустрии туризма и гостеприимства» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017г. № № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Рабочая программа дисциплины «Сервис-дизайн в индустрии туризма и гостеприимства» разработана рабочей группой в составе: канд.экон.наук, доцентом Шадской И.Г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства (выпускающая кафедра) Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент

В.Ш. Хетагурова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей :

ООО «Спутник»
директор

А.В. Горбачевская

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Кандидат исторических наук, Ведущий советник Отдела по взаимодействию с органами государственной власти АНО «Больше, чем путешествие», Москва		М.С. Федорова
	(подпись)	
Доктор экономических наук, доцент Зав. кафедрой ресторано-гостиничного бизнеса и гастрономии (РГСУ)		Л.Г. Руденко
	(подпись)	

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) заключается в получении обучающимися теоретических в области планирования и организации ресурсов бизнеса (людей, инфраструктуры и процессов) с целью напрямую улучшить опыт сотрудников и косвенно улучшить клиентский опыт с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по определению концепции и стратегии развития экскурсионной организации; организации деятельности по реализации экскурсионных услуг; формированию и реализации кадровой политики экскурсионной организации.

Задачи дисциплины (модуля):

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучит задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций ПК-3; ПК-4 в соответствии с учебным планом.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенции (при наличии)	Код компетенции Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ПК-3 Способен разрабатывать бизнес-планы создания и развития существующих и новых предприятий (направлений деятельности, продуктов) и оценивать их эффективность	ПК-3.1 Осуществляет процесс проектирования и реализации проектов в туристской деятельности	Знать: технико-экономическое обоснование бизнес-планов, реализуемых организациями избранной сферы профессиональной деятельности Уметь: осуществлять процесс бизнес-планирования и реализации бизнес-планов в организациях избранной сферы профессиональной деятельности Владеть: навыками бизнес-планирования объектов профессиональной деятельности
		ПК-3.2 Использует методы бизнес-планирования	
		ПК-3.3 Осуществляет предпроектный анализ, оценивает экономическую эффективность проекта	

	ПК-4 Способен осуществлять внутренние и внешние профессиональные коммуникации	ПК-4.1 Организует ведение переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг	Знать: правила ведения переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг Уметь: осуществлять информационное консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия Владеть: навыками взаимодействия с турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кассами продажи билетов, и иными сторонними организациями, структурами
		ПК-4.2 Обеспечивает информационное консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия	
		ПК-4.3 Обеспечивает взаимодействие с турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кассами продажи билетов, и иными сторонними организациями, структурами	

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	74	74			
Лекционные занятия	24	24			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	48	48			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации	2	2			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	52	52			
Контроль промежуточной аттестации	18	18			
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	144	144			

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			

Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	50	50			
Лекционные занятия	16	16			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Практические занятия	32	32			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Консультации	2	2			
<i>из них: в форме практической подготовки</i>					
Самостоятельная работа обучающихся	76	76			
Контроль промежуточной аттестации	18	18			
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	144	144			

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 3	
		Сессия 1-2	Сессия 3-4
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	18	18	
Лекционные занятия	8	8	
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Практические занятия	8	8	
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Консультации	2	2	
<i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Самостоятельная работа обучающихся	117	117	
Контроль промежуточной аттестации	9	9	
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен	
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	144	144	

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Модуль 1 (Семестр 4)										
Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию	31	13	18	6		12				
Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом	15	7	8	2		6				
Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью	16	6	10	4		6				
Раздел 2. Исследования. Работа с данными	31	13	18	6		12				
Тема 2.1. Исследование потребности клиента и его взаимодействие с продуктом	15	7	8	2		6				
Тема 2.2. Планирование исследования. Создание востребованного продукта в своей нише	16	6	10	4		6				
Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта	31	13	18	6		12				
Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения	15	7	8	2		6				
Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента	16	6	10	4		6				
Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн	31	13	18	6		12				
Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам	15	7	8	2		6				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес	16	6	10	4		6				
Контроль промежуточной аттестации (час)	18									
Форма промежуточной аттестации (указать)	экзамен									
Общий объем, часов	144	52	72	24		48			2	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Модуль 1 (Семестр 4)										
Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию	31	19	12	4		8				
Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом	16	10	6	2		4				
Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью	15	9	6	2		4				
Раздел 2. Исследования. Работа с данными	31	19	12	4		8				

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Консультации <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Тема 2.1. Исследование потребности клиента и его взаимодействие с продуктом	16	10	6	2		4				
Тема 2.2. Планирование исследования. Создание востребованного продукта в своей нише	15	9	6	2		4				
Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта	31	19	12	4		8				
Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения	16	10	6	2		4				
Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента	15	9	6	2		4				
Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн	31	19	12	4		8				
Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам	16	10	6	2		4				
Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес	15	9	6	2		4				
Контроль промежуточной аттестации (час)	18									
Форма промежуточной аттестации (указать)	экзамен									
Общий объем, часов	144	76	48	16		32			2	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	Консультации
Модуль 1 (Курс 3 Сессия 1-2)										
Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию	34	30	4	2			2			
Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом	17	15	2	1			1			
Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью	17	15	2	1			1			
Раздел 2. Исследования. Работа с данными	34	30	4	2			2			
Тема 2.1. Исследование потребности клиента и его взаимодействие с продуктом	17	15	2	1			1			
Тема 2.2. Планирование исследования. Создание востребованного продукта в своей нише	17	15	2	1			1			
Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта	34	30	4	2			2			
Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения	17	15	2	1			1			
Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента	17	15	2	1			1			
Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн	31	27	4	2			2			
Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам	12	10	2	1			1			
Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес	19	17	2	1			1			

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия из них: в форме практической подготовки	Практические занятия из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия из них: в форме практической подготовки	Консультации из них: в форме практической подготовки			
Контроль промежуточной аттестации (час)	9								2	
Форма промежуточной аттестации (указать)	экзамен									
Общий объем, часов	144	117	16	8		8			2	

2.3. Содержание дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПОДГОТОВКА К СЕРВИСНОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ

Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом

Перечень изучаемых элементов содержания: понятия «моделирование покупательского опыта», «сервис-дизайн», «управление продуктом». Функции сервис-дизайна. Сервисный дизайнер и как это связано с UX/UI. Бизнес-процессы. Методики, которые помогают понять и наладить бизнес-процессы. Роли сервисного дизайнера и работе с возникающими ограничениями.

Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью

Перечень изучаемых элементов содержания: Исследование клиентского опыта. Погружение в опыт пользователя. Карта стейкхолдеров. Методы исследования. Качественные методы исследования. Этнография. Этап Эмпатии – Глубинное интервью. Подготовка и проведение. Глубинное интервью: пять почему. Глубинное интервью, как их проводить; проблемные интервью; решенческие интервью; экспертные интервью. Отраслевые специалисты.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: компьютерное тестирование и обсуждение тестовых заданий

Примеры тестовых заданий к разделу 1:

I:

S: Концентрическая стратегия формирования ассортимента означает:

- + : наращивание глубины ассортимента;
- : рост параметрического ряда товаров, услуг;
- : сокращение глубины ассортимента;
- : выход за рамки основного производства;

I:

S: К рыночным атрибутам товара, услуги не относится:

- + : объемные и энергопотребляющие характеристики товара;
- : оформление и цветовая гамма товара;
- : марочное название;
- : упаковка;

I:

S: Объективными характеристиками товара считаются:

- + : характеристики отражающие основное предназначение товара;
- : характеристики, отражающие систему ценностей покупателей;
- : характеристики, отражающие присутствие атрибутов в сознание покупателей;
- : характеристики, отражающие в восприятии покупателей особенности с равняемых марок товара;

I:

S: Заметными характеристиками товара считается:

- + : характеристики, отражающие присутствие атрибутов товара в сознание покупателей;
- : характеристики отражающие основное предназначение товара;
- : характеристики, отражающие систему ценностей покупателей;
- : характеристики, отражающие в восприятии покупателей особенности с равняемых марок товара;

I:

S: Важными характеристиками товара считаются:

- + : характеристики, отражающие систему ценностей покупателей;
- : характеристики отражающие основное предназначение товара;
- : характеристики, отражающие присутствие атрибутов в сознание покупателей;
- : характеристики, отражающие в восприятии покупателей особенности с равняемых марок товара;

I:

S: Ошибочный подход к позиционированию, в результате которого компания, ее товары или торговые марки

утрачивают в глазах потребителей определенную позицию, - ?позиционирование.

+ : поверхностное;

- : однобокое;

- : неоднозначное;

- : спекулятивное;

:

S: Ошибочный подход к позиционированию, при котором у потребителей создается слишком узкое представление

о компании, ее товарах или торговых марках - ? позиционирование.

+ : однобокое;

- : спекулятивное;

- : поверхностное;

- : неоднозначное;

I:

S: Соответствие между примерами товара и его уровнями в соответствии с трехуровневой моделью Ф. Котлера

L1: Товар по замыслу

L2: Реальный товар

L3: Товар с подкреплением

R1: Холодильник- приспособление для хранения скоропортящихся товаров

R2: Холодильник- товар элегантного серебристого цвета с удобными полочками для размещения продуктов

R3: Холодильник- товар, который будет служить долго, а в случае поломки его быстро отремонтируют в службе

сервиса магазина

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЯ. РАБОТА С ДАННЫМИ

Тема 2.1. Исследование потребности клиента и его взаимодействие с продуктом

Перечень изучаемых элементов содержания: Метриках, сервис-дизайна: NPS(Net Promoter Score). Индекс потребительской лояльности, CSI(Customer Satisfaction Index). Уровень удовлетворенности клиентов, CES(Customer Effort Score). Оценка потребительских усилий, которая показывает, eNPS(Employee Net Promoter Score). Уровень лояльности персонала.

Отслеживания поведения пользователей, оценка их удовлетворённости от услуги или продукта. Расставление в СМ метрики входа, обратной связи, удержания и развития.

Тема 2.2. Планирование исследования. Создание востребованного продукта в своей нише

Перечень изучаемых элементов содержания: Разработка новых сервисов и подходов. Изменение бизнес-модели. Новые фишки для клиентов. Дизайн, тексты и интерактивные элементы интерфейсов, как удерживать внимание. Привычки пользователей, влияние на их поведение. Этика сервисного проектировщика. Руководство пользователя при покупке или клике. Теория Jobs To Be Done.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: компьютерное тестирование и обсуждение тестовых заданий

Примеры тестовых заданий к разделу 2:

I:

S: При осуществлении товарной концепции под понятием ? маркетинговая близорукость? понимают:

- + : совершенствование товара без учета нужд потребителей;
- : отказ от стратегического планирования;
- : агрессивные усилия по сбыту товара;
- : использование только оптовых посредников;

I:

S: Вариация товара- это:

- + : замена устаревшей модели товара более современной;
- : производство нового товара;
- : повышение качества товара, появление дополнительных гарантий и услуг;
- : пополнение модельного ряда товара;

I:

S: Компания ?Юнилинк? помимо йогуртов с традиционными вкусами наладила производство йогуртов с нестандартными добавками (лимон, зеленый чай). Это пример стратегии:

- + : товарной дифференциации;
- : товарной диверсификации;
- : расширения ассортимента;
- : узкой специализации;

I:

S: Зазывными считаются товары:

- + : являющиеся для покупателей показателем уровня цен в магазине;
- : с наибольшим объемом продаж;
- : товары повседневного спроса;
- : товары, приобретаемые без особых раздумий;

I:

S: Глубиной товарного ассортимента называется:

- + : варианты предложения каждого товара;
- : общая численность производимых фирмой товарных единиц;
- : количество производимых товарных групп(ассортиментных позиций);
- : степень близости между производимыми товарными группами(ассортиментными позициями);

I:

S: Минимальная цена товара определяется:

- + : уровнем прямых издержек на производство товара;
- : уровнем совокупных издержек;
- : условиями конкуренции на рынке;
- : покупательским спросом;

I:

S: Покупатель рассматривает фотографию в журнале, на которой на берегу озера возле красивого дома стоит

легковая машина известной марки, и не может определить, что продвигается на рынок- дорогие земельные

участки, загородные дома или новые автомобили. Какая ошибка допущена производителем при разработке

стратегии позиционирования:

- + : неоднозначное позиционирование;
- : поверхностное позиционирование;
- : одностороннее позиционирование;
- : спекулятивное позиционирование;

I:

S: Позиционированием товаров на рынке называется:

- + : формирование отличия своего товара относительно товаров конкурентов;
- : рыночная доля товара на данном рынке;
- : выделение товаров, которым покупатели отдают предпочтение;
- : степень привлекательности товара для покупателей;

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:

Форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 3. ПОИСК ПРОБЛЕМ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ НОВОГО СЕРВИСНОГО ОПЫТА

Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения

Перечень изучаемых элементов содержания: необходимые действия чтобы клиенты хотели пользоваться сервисом. Создадите базовый вовлекающий сценарий. Изучите разные механики вовлечения аудитории и то, как её измерять. Узнаете о популярном принципе МАУА, который помогает продавать новые продукты и привлекательно «упаковывать» старые. Поиск уникальной ценности продукта и способы донести её до аудитории.

Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента

Перечень изучаемых элементов содержания: Работа с CJM (Customer Journey Map, карта пути клиента): В каких точках аудитория соприкасается с продуктом. Как взаимодействуют с вашей компанией разные сегменты аудитории.

Какие этапы проходит пользователь перед покупкой и какие цели он преследует. Насколько удобно переходить с этапа на этап при взаимодействии с вашим продуктом. Какие эмоции испытывает клиент на пути к своим целям. С какими барьерами сталкиваются покупатели.

Построение карты пути клиента: Сбор информации о клиенте, Перечисление точек и каналов взаимодействия. Определение барьеров и их устранение.

Слои пользовательского Ошибки при составлении CJM привычек и wow-решений. *Типы цифровых интерфейсов на реальных кейсах рынка, влияют их на доверие и эмоции пользователей.*

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: компьютерное тестирование и обсуждение тестовых заданий

Примеры тестовых заданий к разделу 3:

I:

S: Ревитализация товара означает:

- + : оживление товара;
- : индивидуализация товара;
- : изменений представлений покупателей о товаре;
- : создание модельного ряда товара;

I:

S: Кастомизация товара означает:

- + : индивидуализация товара;
- : оживление товара;
- : изменение представление покупателей о товаре;
- : создание модельного ряда товара;

I:

S: Репозиционирование товара означает:

- + : изменений представлений покупателей о товаре;
- : оживление товара;
- : индивидуализация товара;
- : создание модельного ряда товара;

I:

S: Дифференциация товара означает:

- + : создание модельного ряда товара;
- : оживление товара;
- : изменений представлений покупателей о товаре;
- : индивидуализация товара;

I:

S: Горизонтальная стратегия формирования ассортимента означает:

- + : рост параметрического ряда товаров;
- : наращивание глубины ассортимента;
- : сокращение глубины ассортимента;
- : выход за рамки основного производства;

I:

S: Если фирма производит все виды одежды для военных, то скорее всего используется стратегия:

- + : товарной дифференциации;
- : выборочной дифференциации;
- : сегментной дифференциации;
- : концентрации;

I:

S: Основной целью построения канала распределения является:

- + : физическое перемещение товара от производителя к потребителю;
- : сервисное обслуживание товара;
- : продвижение товара(реклама) и стимулирование сбыта;
- : распределение риска- материальной и организационной ответственности за товар;

I:

S: Принципы формирования ассортимента товаров:

- + : ориентация на определенную группу потребителей;
- + : реализация товаров через одни и те же типы торговых точек;
- : одна и та же фаза жизненного цикла товара;
- : одинаковые способы продвижения товаров на рынок

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля –компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 4. ЗАВЕРШАЮЩИЙ ОБЗОР ПОДХОДА СЕРВИС-ДИЗАЙН

Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам

Перечень изучаемых элементов содержания: Баланс интересов пользователя и бизнеса. Работа с противоречиями, построение логики проекта. Особенности создания продуктов, сервисов и решений для сотрудников. Карты пути сотрудников. Кейсы и корпоративные сервисы.

Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес

Перечень изучаемых элементов содержания: Описание, обзор, взгляд на проекта с позиции сервис-дизайнер, точки роста, точки улучшения их можно улучшить. Приём Reframing Method, в общении с клиентом.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: компьютерное тестирование и обсуждение тестовых заданий

Примеры тестовых заданий к разделу 4:

I:

S: Концепция нового товара ? это:

+ : ограниченная несколькими экземплярами серия, предназначенная для выявления суждений потенциальных покупателей;

- : это совокупность идей по поводу нового товара;

- : это прошедшие отбор идеи нового товара;

- : это тщательный продуманный замысел нового товара;

I :

S : Критерии, раскрывающие свойства товара, его предназначения и области применения:

+ : классификационные;

- : нормативно-производственный;

- : консументные;

- : маркетинговые;

I :

S : Эргономические критерии являются составной частью:

+ : консументных критериев;

- : классификационных критериев;

- : нормативно-производственных критериев;

- : маркетинговых критериев;

I :

S : Оперативное управление ассортиментом товаров торгового предприятия предполагается:

+ : определение укрупненного ассортимента;

+ : формирование развернутого ассортимента;

- : отбор методов анализа ассортимента товаров;

- : элиминацию продуктового портфеля фирмы;

I :

S : Оперативное управление ассортиментом товаров производственного предприятия предполагает:

+ : разработку и производство новинок;

+ : вывод из производственной программы товаров, не пользующихся спросом;

- : определение укрупнённого ассортимента;

- : формирование развернутого ассортимента;

I :

S : Производитель переходит от короткого канала распространения к длинному. В этом случае верно утверждение:

+ : уменьшается контроль над рынком;

- : увеличивается контроль над рынком;

- : снижается интенсивность распространения;

- : снижается средняя доля продаж;

I :

S : Участники традиционного канала распределения:

+ : не могут контролировать других участников;

- : не являются отдельными предприятиями;

- : стремятся получить максимальную прибыль в интересах системы в целом;

- : заключают контракты для ведения совместной деятельности;

I :

S : Распространение бензина через сеть заправочных станций, владельцем которых является нефтяная компания

? это пример:

+ : корпоративной вертикальной маркетинговой системы;

- : канала прямого маркетинга;

- : традиционного канала распространения продукции;

- : управляемой маркетинговой системы;

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4:

Форма рубежного контроля –компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)***Очной формы обучения*

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 4)		
Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию	13	Подготовка реферата/эссе
Раздел 2. Исследования. Работа с данными	13	Подготовка реферата/эссе
Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта	13	Подготовка реферата/эссе
Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн	13	Подготовка реферата/эссе
Общий объем по модулю/семестру, часов	52	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	52	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (семестр 4)		
Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию	19	Подготовка реферата/эссе
Раздел 2. Исследования. Работа с данными	19	Подготовка реферата/эссе
Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта	19	Подготовка реферата/эссе
Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн	19	Подготовка реферата/эссе
Общий объем по модулю/семестру, часов	76	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	76	

Заочной формы обучения

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1. (курс 3 сессия 1-2)		
Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию	30	Подготовка реферата/эссе
Раздел 2. Исследования. Работа с данными	30	Подготовка реферата/эссе
Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта	30	Подготовка реферата/эссе
Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн	27	Подготовка реферата/эссе
Общий объем по модулю/семестру, часов	117	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	117	

3.2. Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Товар как экономическая и маркетинговая категория.
2. Значимость для компании эффективной товарной политики.
3. Система и уровни управления товаром.
4. Модель товара как общая композиция коммерческих характеристик товара.
5. Сущность понятий конкуренция и конкурентоспособность.

Перечень тем рефератов/ эссе к Разделу 1:

1. Технологии репозиционирования товаров.
2. Кастомизация товаров.
3. Ревитализация товаров.
4. Факторы и критерии конкурентоспособности товаров.
5. Методология и методы оценки конкурентоспособности товаров.
6. Понятие и фазы ЖЦТ.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 1.

Основная литература

1. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520478> (дата обращения: 06.03.2023).
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513515> (дата обращения: 06.03.2023).

3. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).

Дополнительная литература

1. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / П. Е. Родькин. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 94 с. : табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418> (дата обращения: 06.03.2023). — Библиогр.: с. 88-89. — ISBN 978-5-4499-1291-6. — DOI 10.23681/597418. — Текст : электронный.
2. Интернет-маркетинг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-2.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
3. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-3.html>(дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
4. Маркетинг услуг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-18.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
5. "Бренд-менеджмент : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-7.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Модель трехуровневого исполнения.
2. Многоуровневые модели товара.
3. Моделирование мультиатрибутивного товара.
4. Основные идеи латерального маркетинга. Порядок разработки латеральных продуктов.
5. Основные идеи эмпирического маркетинга и порядок разработки эмпирического продукта.
6. Создание потребительской ценности путем моделирования виртуального рынка.
7. Блочные модели исполнения коммерческих характеристик товара: 4 ?P?, 7 ?P?, 4 ?A?, 4 ?C?, 4 ?i?.

Перечень тем рефератов/ эссе к Разделу 2:

1. Классификационные критерии и типология товаров на рынке ?в2в?.
2. Классификационные критерии и типология товаров на рынке ?b2c?.
3. Классификационные критерии и типология услуг.
4. Классификация взаимосвязей товаров в ассортименте.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 2.

Основная литература

1. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. —

- (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520478> (дата обращения: 06.03.2023).
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513515> (дата обращения: 06.03.2023).
 3. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).

Дополнительная литература

1. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / П. Е. Родькин. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 94 с. : табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418> (дата обращения: 06.03.2023). — Библиогр.: с. 88-89. — ISBN 978-5-4499-1291-6. — DOI 10.23681/597418. — Текст : электронный.
2. Интернет-маркетинг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-2.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
3. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-3.html>(дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
4. Маркетинг услуг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-18.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
5. "Бренд-менеджмент : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-7.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

1. Цели и стратегии маркетинга на разных фазах ЖЦТ.
2. Ограничения модели ЖЦТ.
3. Понятие и цели позиционирования товаров на рынке.
4. Подходы и порядок разработки стратегии позиционирования.
5. Конкурентное репозиционирование. Схемы разрушения ?торгового дрессинга?.
6. Разработка сообщения о позиционировании.
7. Понятие, цели построения и виды карт восприятия.
8. Построение карты восприятия и ее интерпретация (оценка позиционирования торговых марок по картамвосприятия).
9. Понятие, функции и причины распространения марочных товаров..

Перечень тем рефератов/ эссе к Разделу 3:

1. Марочные стратегии производителя.
2. Понятие элиминация товаров и причины ее осуществления.
3. Матрица соответствия стратегическим целям Мак Кинзи. Модифицированная матрица Мак Кинзи / GE.

4. Матрица БКГ. Модифицированная матрица БКГ.
5. Анализ прибыльности продуктового портфеля.
6. Анализ стабильности продуктового портфеля.
7. Анализ сезонности продаж.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 3.

Основная литература

1. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520478> (дата обращения: 06.03.2023).
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513515> (дата обращения: 06.03.2023).
3. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).

Дополнительная литература

1. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / П. Е. Родькин. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 94 с. : табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418> (дата обращения: 06.03.2023). — Библиогр.: с. 88-89. — ISBN 978-5-4499-1291-6. — DOI 10.23681/597418. — Текст : электронный.
2. Интернет-маркетинг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-2.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
3. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-3.html>(дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
4. Маркетинг услуг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-18.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
5. "Бренд-менеджмент : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-7.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 4 Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 4

1. Маркетинговые подходы к понятию новый товар.
2. Классификация новых товаров.
3. Этапы процесса разработки нового товара.
4. Методы генерирования и отбора идей нового товара.

5. Риски при разработке новых продуктов и стратегии их снижения.
6. Вариация и дифференциация товара как способ его модификации.

Перечень тем рефератов/ эссе к Разделу 4:

1. Классификация марок товаров.
2. Основные компоненты марки товара.
3. Понятие бренда. Основные параметры архитектуры бренда.
4. Аудит бренда. Стоимость бренда.
5. Границы контроля производителя за маркетингом марочных продуктов.
6. Решения об идентификации марок.

Литература для самостоятельного изучения к Разделу 4.

Основная литература

1. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520478> (дата обращения: 06.03.2023).
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513515> (дата обращения: 06.03.2023).
3. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).

Дополнительная литература

1. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / П. Е. Родькин. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 94 с. : табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418> (дата обращения: 06.03.2023). — Библиогр.: с. 88-89. — ISBN 978-5-4499-1291-6. — DOI 10.23681/597418. — Текст : электронный.
2. Интернет-маркетинг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-2.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
3. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-3.html>(дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
4. Маркетинг услуг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-18.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
5. "Бренд-менеджмент : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-7.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.

3.3. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Освоение слушателями программы предполагает изучение материалов дисциплин (модулей) в ходе самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Написание реферата (доклада).

Требования к структуре реферата (доклада):

Работа должна содержать систематизацию и краткое изложение материала из не менее 5-и литературных источников (монографий, научных статей и докладов) по выбранной теме.

Основные требования к оформлению:

Структура доклада (реферата): 1) титульный лист; 2) содержание (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада (реферата), указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада (реферата), дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос); 5) выводы и заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада (реферата)); 6) литература.

Доклад (реферат) оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный - полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New Roman» или аналогичная. Кегль (размер) от 12 до 14 пунктов. Размеры полей страницы (не менее): правое 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм, левое - 25 мм. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Отступ красной строки одинаковый по всему тексту – 15 мм. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Внутритекстовые, подстрочные и затекстовые библиографические ссылки должны оформляться в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Общие требования и правила составления».

Реферат (доклад) сдается в бумажном и электронном виде (10 - 20 печатных страниц).

При проверке реферата (доклада) на антиплагиат - www.antiplagiat.ru - (более 50% заимствований) работа не принимается.

Выполнение тестовых заданий.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы, составлены с расчетом на знания, полученные слушателями в процессе изучения темы.

Тестовые задания выполняются в письменной или электронной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль).

Написание реферата (эссе).

Эссе - вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе слушатель должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые слушатели уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между слушателями по желанию.

Эссе проводится письменно, по объему не более 3-х печатных листов.

Требования к оформлению эссе:

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что слушатель не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является экзамен, которые проводится в устной форме.

4.2. Оценочные материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

4.2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

4.2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

4.3. Перечень заданий для проведения текущей и промежуточной оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень вопросов рубежного контроля и текущей аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы, дисциплины	Код контролируемой компетенции	Форма рубежного контроля	Вопросы/задания рубежного контроля
1	Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию	ПК-3	компьютерное тестирование	<p>1. Модель, представляющая товар в системе бизнес-планирования:</p> <ul style="list-style-type: none"> а. модель виртуального рынка; б. модель эмпирического маркетинга; в. модель латерального маркетинга; г. модель многоуровневого товара; <p>2. Модель, представляющая товар как новинку созданную на базе существующего товара и планирования ресурсов, способную удовлетворить новые потребности покупателей:</p> <ul style="list-style-type: none"> а. модель материального маркетинга; б. модель эмпирического маркетинга; в. модель латерального маркетинга; г. модель виртуального рынка; д. модель многоуровневого товара; <p>3. Дифференциация товара означает:</p> <ul style="list-style-type: none"> а. пополнение модельного ряда существующего товара; б. изменение товара при условии, что прежний товар снимается с производства; в. производство нового товара; г. повышение качества товара появление дополнительных гарантий и услуг; <p>4. Глубиной товарного ассортимента называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> а. варианты предложения каждого товара;

				<ul style="list-style-type: none"> б. общая численность производимых фирмой товаров; в. количество производимых фирмой товарных групп; г. количество товаров, способных удовлетворить одну и ту же потребность;
2.	Раздел 2. Исследования. Работа с данными	ПК-3	компьютерное тестирование	<p>1. Наиболее важные критерии при выборе ассортимента товаров при планировании деятельности и формировании материальных запасов:</p> <ul style="list-style-type: none"> а. оборачиваемость запасов и валовая маржа; б. реклама соответствующих товаров и предоставляемые скидки; в. тип покупательского поведения; г. объемы поставок и упаковка; <p>2. Широтой товарного ассортимента при бизнес-планировании называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> а. количество производимых товарных групп; б. общая численность производимых фирмой товарных единиц; в. варианты предложения каждого товара; г. степень близости между производимыми товарными группами (ассортиментными позициями); <p>3. Максимальная цена товара определяется:</p> <ul style="list-style-type: none"> а. покупательским спросом; б. уровнем прямых издержек на производство товара; в. уровнем совокупных издержек фирмы; г. условиями конкуренции на рынке; <p>4. Описание жизненного цикла товара в бизнес-плане:</p> <ul style="list-style-type: none"> а. период времени от первоначального появления продукта на рынке до прекращения его реализации на данном б. рынке; в. период времени от начала разработки продукта до снятия его с производства; г. период времени от начала разработки продукта до прекращения его реализации; д. период времени от момента приобретения продукта потребителем до его утилизации;
	Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для	ПК-4	компьютерное тестирование	<p>1. Использование базы данных турагентств, туроператоров, экскурсионных бюро, гостиниц и иных организаций для получения информации в целях дифференциации товара- это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а. пополнение модельного ряда товара; б. замена устаревшей модели товара более современной; в. производство нового товара;

	проектирования нового сервисного опыта			<p>г. повышение качества товара, появление дополнительных гарантий и услуг;</p> <p>2. Коммуникационные договора внутри канала сбыта о привилегиях относятся к _____ системе планирования деятельности:</p> <p>а. договорной;</p> <p>б. традиционной;</p> <p>в. корпоративной;</p> <p>г. управляемой;</p> <p>3. Сбор информации в ходе использования внутренних и внешних профессиональных коммуникаций при репозиционировании товара означает:</p> <p>а. изменение представлений покупателей о товаре;</p> <p>б. замена устаревшей модели обновленной;</p> <p>в. повышение качества;</p> <p>г. анализ потребительского спроса</p> <p>4. Кастомизация товара при использовании программных продуктов при анализе коммуникаций на рынка означает:</p> <p>а. подгонка стандартного товара под индивидуальные запросы покупателей;</p> <p>б. повышение качества товара;</p> <p>в. выявление проблемных товаров;</p> <p>г. модернизация товара</p>
	Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн	ПК-3	компьютерное тестирование	<p>1. Компании могут дифференцировать свои товары в ходе планирования деятельности по таким характеристикам, как :</p> <p>а. функциональность;</p> <p>б. консультации;</p> <p>в. компетентность;</p> <p>г. доставка;</p> <p>2. Схема потребительских предпочтений отображает?:</p> <p>а. результаты сравнения воспринимаемых потребителем свойств товара;</p> <p>б. результаты позиционирования товара;</p> <p>в. результаты сравнения основных свойств товара;</p> <p>г. мнение потребителей об идеальном сочетании свойств;</p>

				<p>3. Основу для планирования продукта составляют факторы?:</p> <ul style="list-style-type: none">а. восприятие продуктов потребителями;б. покупательского поведения потребителей;в. поведения потребителей после покупки;г. намерения потребителей совершить покупку; <p>4. Продлению жизненного цикла товара способствует:</p> <ul style="list-style-type: none">а. разработка новых сфер применения и модификация товара;б. выявление новых групп сбыта и повышение адресности продукции;в. грамотное планирование потребности в ресурсах;г. ограничение ассортимента наиболее популярными модификациями товара;
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.3.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы/задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенций	Вопросы /задания
ПК-3	<ol style="list-style-type: none">1. Товар как экономическая и маркетинговая категория.2. Маркетинговая классификация товаров и ее цели.3.Классификация товаров отрасли гостеприимства и общественного питания при бизнес-планировании5. Классификация услуг отрасли гостеприимства и общественного питания при бизнес-планировании6. Классификация взаимосвязей товаров и услуг при планировании потребности отдельных подразделений в финансовых материальных и человеческих ресурсах7. Понятие коммерческих и некоммерческих характеристик товара.8. Многоуровневая модель исполнения характеристик товара..9. Мультиатрибутивная модель исполнения характеристик товара.10. Латеральная модель исполнения характеристик товара.11. Эмпирическая модель исполнения характеристик товара.12. Блочные модели исполнения товара.13. Понятие и критерии классификации новых товаров отрасли гостеприимства и общественного питания при бизнес-планировании14. Алгоритм разработки новых товаров отрасли гостеприимства и общественного питания при бизнес-планировании15. Коммерциализация новых товаров при разработке бизнес-планов предприятий отрасли гостеприимства и общественного питания при бизнес-планировании
ПК-4	<ol style="list-style-type: none">1. Модификация существующих товаров предприятий отрасли туризма и гостеприимства при бизнес-планировании2. Оценка критериев конкурентоспособности товаров.3. Использование коммуникационных каналов при планировании применения аналитических методов оценки конкурентоспособности товаров в бизнес-планировании4. Использование коммуникационных каналов при планировании применения графических методов оценки конкурентоспособности товаров в бизнес-планировании5. Использование коммуникационных каналов при планировании применения матричных методов оценки конкурентоспособности товаров.6. Понятие и виды ЖЦТ.7. Модель ЖЦТ .Стратегические следствия и ограничения модели.8. Понятие и порядок разработки стратегии позиционирования товаров на рынке в ходе бизнес-планирования9. Построение карты восприятия и оценка позиции торговых марок по картам восприятия.10. Понятие и основные компоненты торговой марки. Параметры архитектуры марки товара.11. Маркетинговые решения, принимаемые по итогам переговоров с

	<p>турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кассами продажи билетов и иными сторонними организациями</p> <p>12. Понятие и принципы формирования ассортимента товаров.</p> <p>13. Оперативное управление ассортиментом товаров.</p> <p>14. Маркетинговые стратегии относительно ассортимента товаров.</p> <p>15. Маркетинговые стратегии относительно торгового ассортимента товаров.</p> <p>16. Диверсификация товаров (конгломерантные стратегии управления ассортиментом товаров).</p> <p>17. Методы анализа продуктового портфеля компании.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

4. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520478> (дата обращения: 06.03.2023).
5. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513515> (дата обращения: 06.03.2023).
6. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727> (дата обращения: 06.03.2023).

5.1.2. Дополнительная литература

6. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / П. Е. Родькин. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 94 с. : табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418> (дата обращения: 06.03.2023). — Библиогр.: с. 88-89. — ISBN 978-5-4499-1291-6. — DOI 10.23681/597418. — Текст : электронный.
7. Интернет-маркетинг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-2.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
8. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-3.html>(дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.
9. Маркетинг услуг : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-18.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.

10. "Бренд-менеджмент : журнал // Электронная библиотека Grebennikon. - URL: <http://grebennikon.ru/journal-7.html> (дата обращения: 22.02.2023). - Режим доступа: по подписке.

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate

7. TrueConf (client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет),

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6. Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) предусмотрено применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Учебные часы дисциплины (модуля) предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета института на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – <i>бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017г. № № 516	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета института № _____ от «____» _____ 20____ года	____.____.____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета института № _____ от «____» _____ 20____ года	____.____.____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета института № _____ от «____» _____ 20____ года	____.____.____