

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Факультет «Высшая школа корпоративного управления»

*(наименование факультета)*

Кафедра международной коммерции

*(наименование кафедры)*

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры

международной коммерции

Протокол от «02» сентября 2019 г.

№ 1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.08.02 «Технологии продаж туристических услуг»

*(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)*

38.03.06 Торговое дело

*(код, наименование направления подготовки)*

«Технологии продаж в современном бизнесе»

*(профиль)*

Бакалавр

*(квалификация)*

Очная

*(форма обучения)*

Год набора – 2020

Москва, 2019 г.

**Автор–составитель:**

Д.э.н., профессор

(ученая степень и(или) ученое звание, должность)

Дехтярь Г.М.

(Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой

международной коммерции д.э.н., профессор

(наименование кафедры)

(ученая степень и(или) ученое звание )

Саламатов В.Ю.

(Ф.И.О.)

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
  - 6.1. Основная литература
  - 6.2. Дополнительная литература
  - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
  - 6.4. Нормативные правовые документы
  - 6.5. Интернет-ресурсы
  - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

**1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.08.02 «Технологии продаж туристических услуг» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-3	Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	ПК-3.3	Готовность к организационной и управленческой работе с потребителями на определенных рынках

1.2. В результате освоения дисциплины Б1.В.ДВ.08.02 «Технологии продаж туристических услуг» у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ/трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПС-08.035 В/04.7 Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК -3.3	<p><b>на уровне знаний:</b></p> <p>Инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации</p> <p>Состав процесса стратегического и оперативного планирования</p> <p>Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации</p> <p><b>на уровне умений:</b></p>

		<p>Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании</p> <p>Формировать имидж и деловую репутацию организации</p> <p>Продвигать товары (услуги) организации на рынок</p> <p>Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики</p> <p>Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий</p> <p>Проводить анализ результативности коммуникационной политики</p> <p>Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики</p> <p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации</p> <p>Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации</p> <p>Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации</p> <p>Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации</p> <p>Формирование имиджа и деловой репутации организации</p> <p>Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации</p> <p>Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж</p> <p>Работа с инструментами прямого маркетинга</p> <p>Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений</p>
ПС-08.035 С/01.8 Формирование маркетинговой стратегии организации	-3.3	ПК <b>на уровне знаний:</b> Методика проведения комплексного маркетингового исследования Особенности риск-менеджмента Инструменты бренд-менеджмента Принципы стратегического и оперативного планирования Методы и стратегии ценообразования Принципы логистики распределения

		<p>и сбыта</p> <p>Методы управления проектами</p> <p><b>на уровне умений:</b></p> <p>Разрабатывать маркетинговую стратегию организации</p> <p>Прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации</p> <p>Выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации</p> <p>Реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации</p> <p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации</p> <p>Создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации</p> <p>Создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации</p> <p>Руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации</p>
<p>ПС-08.035</p> <p>С/02.8</p> <p>Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации</p>	<p>-3.3</p> <p>ПК</p>	<p><b>на уровне знаний:</b></p> <p>Инструменты риск-менеджмента</p> <p>Методы управления бизнес-процессами</p> <p>Процесс управления знаниями в организации</p> <p>Методы и организационные возможности управления изменениями</p> <p>Методы управления проектами</p> <p>Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности</p> <p><b>на уровне умений:</b></p> <p>Планировать деятельность маркетинговой службы организации</p> <p>Планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов</p> <p>Проводить оценку результативности маркетинговых программ</p> <p>Осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации</p>

		<p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Подготовка предложений и разработка планов по работе маркетинговой службы организации</p> <p>Согласование и реализация планов маркетинговой поддержки системы продаж в организации</p> <p>Согласование и реализация плана маркетинга организации</p> <p>Обеспечение развития маркетинговой службы организации</p> <p>Подготовка и защита отчетов о работе маркетинговой службы перед руководящими органами и лицами организации</p> <p>Обеспечение контроля маркетинговой деятельности организации</p>
--	--	--

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.02 «Технологии продаж туристических услуг» в соответствии с учебным планом направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Технологии продаж в современном бизнесе» изучается в 7-м семестре на 4-м курсе качестве дисциплины по выбору.

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.02 «Технологии продаж туристических услуг» опирается на материал, изученный в рамках следующих дисциплин: Б1.Б.12 «Маркетинг (3 курс 5 семестр), Б1.Б.06 «Маркетинговые исследования» (3 курс 5 семестр), Б.В.13 «Ценообразование» (3 курс 6 семестр) и др.

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.02 «Технологии продаж туристических услуг» является опорой при прохождении производственной практики, НИР и написания ВКР.

Общая трудоемкость дисциплины 2 зачетные единицы (72/54 час.)

По дисциплине Б1.В.ДВ.08.02 «Технологии продаж туристических услуг» выделяется (академический час./астрономич.час.):

на контактную работу с преподавателем выделяется 36/27 час, в том числе:

- лекции – 18/13,5

- практические занятия – 18/13,5

на самостоятельную работу обучающихся – 36/27

Форма промежуточной аттестации – зачет.

### 3.Содержание и структура дисциплины

#### Структура дисциплины Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час./астрономич.час					Форма текущего контроля успеваемо сти*, промежут очной аттестаци и
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР	
			Л	ЛР	ПЗ		
1	Теоретические основы организации деятельности предприятия туриндустрии.	18	4		4	10	Э
2	Организация обслуживания клиентов на предприятиях туриндустрии.	18	4		4	10	Э
3	Профессионально-личностные и деловые качества менеджера предприятия индустрии туризма.	20	4		6	10	КС
4	Международное сотрудничество в области индустрии туризма.	16	6		4	6	КР
Промежуточная аттестация							зачет
Всего:		72/2 54	18/13,5		18/13,5	36/27	

\* формы текущего контроля: круглый стол (КС), эссе (Э), контрольная работа (КР).

#### Содержание дисциплины

##### **Тема 1. Теоретические основы организации деятельности предприятия туриндустрии.**

Туризм: история, развитие, основные категории, термины и определения. Организационно-правовые основы туристского предприятия. Особенности управления предприятием индустрии туризма.

##### **Тема 2. Организация обслуживания клиентов на предприятиях туриндустрии.**

Организация туристских путешествий. Технология предреализационных процессов в сфере индустрии туризма.

##### **Тема 3. Профессионально-личностные и деловые качества менеджера предприятия индустрии туризма.**



Менеджер индустрии туризма – личностные, профессиональные и деловые качества. Специфика работы менеджера в сфере туристической индустрии. Особенности работы с клиентом и партнером на предприятии индустрии туризма.

#### **Тема 4. Международное сотрудничество в области индустрии туризма.**

Международные туристские организации и международное сотрудничество в области индустрии туризма.

#### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

##### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.**

4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Теоретические основы организации деятельности предприятия туристической индустрии.	Эссе
Организация обслуживания клиентов на предприятиях туристической индустрии.	Эссе
Профессионально-личностные и деловые качества менеджера предприятия индустрии туризма.	Круглый стол
Международное сотрудничество в области индустрии туризма.	Контрольная работа

4.1.2. Зачет проводится в письменной форме с применением метода опроса и выполнением практических заданий.

##### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.**

###### **Темы эссе**

1. Маркетинг при разработке туристских путешествий.
2. Этапы разработки туристского путешествия.
3. Организация туристского путешествия.
4. Менеджер и правила внутреннего распорядка.
5. Типы клиентов и классификации.
6. Различия в работе коллектива и команды.
7. Обязанности и ответственность менеджера турфирмы.
8. Типы клиентов и классификации.
9. Классификация туризма по форме участия и возрасту (на примере.....).
10. Что такое туристский поток? Примеры мировых потоков.
11. Понятие активного и пассивного туризма. Туристский баланс.
12. Примеры международных туристских организаций.
13. История развития туризма в России.

### Тема круглого стола

1. Адаптация начинающего менеджера на новом месте работы (рассмотреть вопросы: типы клиентов и их классификация; возможные возражения клиента и методы работы с ними; потенциальный клиент – проблемы поиска; внешнее впечатление в межличностных контактах).
2. Рассмотреть этапы туристского путешествия и разработать маршрут путешествия для гипотетического клиента.)

### Вопросы к контрольной работе

1. Основные международные туристские организации: характеристика, направления деятельности, задачи.
2. Международное сотрудничество в сфере туризма: цели, формы. Охарактеризовать сотрудничество на двусторонней и многосторонней основе.
3. Рассмотреть основные международные и региональные туристские организации (на примерах).
4. Цели и задачи сотрудничества в области туризма.
5. Перспективы развития международного сотрудничества в области туризма.
6. Международное регулирование туристской деятельности.
7. Международный опыт публичного управления в сфере туризма.
8. Общая характеристика стандартизации и классификации объектов туристской индустрии.
9. Туристско-рекреационные особые экономические зоны.
10. Основные направления и перспективы развития международного туризма.
11. Международные классификации средств размещения, перевозчиков, целей путешествия и др.
12. Современные тенденции развития туризма в регионах мира.
13. Процесс глобализации на международном туристском рынке и основные тенденции его развития.
14. Международное сотрудничество в области туризма.
15. Место России на международном туристском рынке.
16. Международная туристская безопасность: понятие и основные аспекты.
17. Туризм как культурное и экологическое явление современного мира.
18. Программы продвижения национального туристского продукта в зарубежных странах.
19. Вопросы страхования в международном туризме.
20. Информационные технологии в международном туризме (компьютерные системы бронирования, Интернет-технологии).

### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

**4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-3	Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей	ПК-3.3	Готовность к организационной и управленческой работе с потребителями на определенных

	покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка		рынках
--	--	--	--------

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-3.3	<p>Правовые основы функционирования системы управления коммерческой и жилой недвижимостью; основные способы принятия решений при выборе схем управления продажами недвижимостью; особенности функционирования разных моделей управления недвижимостью, анализ спроса на товары и услуги, оптимальный и наилучший возможный план.</p> <p>Использует стандарты и другую нормативную документацию при оценке, контроле качества и сертификации изделий, работ и услуг; разрабатывает нормативные документы; оформляет документы для целей подтверждения соответствия; определяет безопасность социально-культурных услуг, выявляет параметры качества социально-культурной услуги; оценивает объем проверки при сертификации, классификации и инспекционному контролю организации;</p>	<p>Анализирует способы управления недвижимостью; использует методов управления продажами применительно к рынку недвижимости; обобщает полученные результаты; владеет методами анализа эффективности схем управления коммерческой и жилой недвижимостью, навыками составления оптимального плана, позволяющего максимизировать прибыль; методами поиска максимума целевой функции; методами составления оптимального плана, позволяющего максимизировать прибыль; алгоритмами симплекс-методов.</p> <p>Применены нормативно-правовые документы в сфере контроля качества социально-культурных услуг; осуществлен контроль качества социально-культурных услуг; выявлены элементы стандарта организации; составлены или введены коррективы в документы в соответствии с требованиями Национальных государственных стандартов; использована методика и технология оказания туристских услуг; использованы навыки взаимодействия с поставщиками туристских услуг; применена информация о механизмах</p>

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
	составляет или вводит коррективы в документы в соответствии с требованиями Национальных государственных стандартов; оценивает роль и значение государственного контроля в сфере туризма; своевременно распознает проблемы, связанные с поиском средств повышения качества туристского продукта	международного сотрудничества в области туризма; использованы психологические приемы работы с клиентами и партнерами

#### 4.3.2. Типовые оценочные средства

##### Вопросы к промежуточной аттестации (зачет)

1. Предмет, цель и задачи дисциплины.
2. Понятие туристского бизнеса. Его значение в экономике страны.
3. Понятие туристской индустрии.
4. Перспективы развития мирового туризма.
5. Классификация туризма.
6. Факторы развития туризма.
7. История развития туризма.
8. Государственное регулирование туристской деятельности в России: цели, методы, принципы.
9. Государственные органы по регулированию туризма в России.
10. Нормативно-правовая база туристской деятельности.
11. Состояние туристского бизнеса в России.
12. Основные направления развития туризма в России.
13. Общественные организации по туризму.
14. Выбор организационно-правовых форм деятельности турпредприятия.
15. Основные факторы, определяющие выбор организационно-правовой формы деятельности туристского предприятия.
16. Организационный аспект создания турфирмы.
17. Этапы создания турфирмы.
18. Особенности управления индустрией туризма.
19. Особенности туристских услуг.
20. Три «Н» туристских услуг: неосвязаемость, неразрывность производства и потребления, несохраняемость.
21. Виды турпредприятий.
22. Туроператоры и турагенты. Их функции, задачи и отличительные особенности.
23. Технология формирования туров.
24. Технология доставки турпродукта к потребителю.
25. Содержание процесса обслуживания клиентов и продажи туристского продукта.

26. Методы продажи.
27. Документальное оформление взаимоотношений турфирмы с клиентом.
28. Организация расчетов с клиентами.
29. Технология продвижения турпродукта и стимулирования продаж.
30. Реклама и ПР в работе предприятий туристической индустрии.
31. Информационные технологии в туризме.
32. Социально-психологические особенности туристской деятельности.
33. Международное регулирование туристско-экскурсионной деятельности.
34. Международные акты, регулирующие туристскую деятельность.
35. Международные организации в области туризма.
36. Всемирная туристская организация (ВТО). Ее роль и значение в развитии международного сотрудничества в области туризма.

Для оценки степени освоения компетенции используются следующие шкалы:

**Шкала 1. Оценка сформированности отдельных элементов компетенций**

Обозначения		Формулировка требований		
Ифр.	Оценка	к степени сформированности компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
1	Не зачтено	Отсутствие знаний	Отсутствие умений	Отсутствие навыков
2	Не зачтено	Фрагментарные знания	Частично освоенное умение	Фрагментарное применение
3	Зачтено	Общие, но не структурированные знания	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение	В целом успешное, но не систематическое применение
4	Зачтено	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков
5	Зачтено	Сформированные систематические знания	Сформированное умение	Успешное и систематическое применение навыков

**Шкала 2. Комплексная оценка сформированности знаний, умений и владение**

Оценка	Формулировка требований
	к степени сформированности компетенции

<i>Зачтено</i>	<p>Оценка «зачтено» выставляется студенту, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использована методика и технология оказания туристских услуг;</li> <li>- использованы навыки взаимодействия с поставщиками туристских услуг;</li> <li>- применена информация о механизмах международного сотрудничества в области туризма;</li> <li>- использованы психологические приемы работы с клиентами и партнерами.</li> </ul>
<i>Не зачтено</i>	<p>Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы (как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине);</li> <li>- в семестре студент не выполнил положенного объема самостоятельной работы, систематически пропускал занятия, экзаменационный ответ носит фрагментарный характер;</li> <li>- учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</li> </ul>

#### 4.4. Методические материалы

Занятия по дисциплине «Технологии продаж туристических услуг» представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с организацией туризма в России, обсуждением отдельных вопросов, выступлением и участием в проведении круглого стола, обсуждением эссе, написание контрольной работы.

В рамках самостоятельной работы студенты готовят самостоятельно вопросы, готовятся к практическим занятиям, осуществляют подготовку к зачету.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме круглого стола, обсуждением эссе, написание контрольной работы по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий на диспутах, при решении ситуаций, при проведении коллоквиумов и написании эссе.

Студент допускается к экзамену по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка знаний студента на экзамене носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на экзамене;
- учебными достижениями в семестровый период.

Оценка **работы студента на практических занятиях** осуществляется по следующим критериям:

- Отлично - активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.
- Хорошо - недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.
- Удовлетворительно - ответы отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.
- Неудовлетворительно - пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше для получения более высоких оценок.

#### **Критерии правильности ответов при проведении круглого стола:**

При оценке ответов при проведении круглого стола учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента, их активность, а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

#### **Критерии оценки эссе:**

Оценка **«неудовлетворительно»** предполагает:

- полученные результаты **не** соответствуют поставленной цели,
- актуальность избранной темы не обоснована.

Оценка **«удовлетворительно»** предполагает:

- полученные результаты **в значительной степени** соответствуют поставленной цели, в частности,
- обоснована актуальность избранной темы,
- в процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники,
- материал подан логически непротиворечиво,
- требования по оформлению работы в основном выполнены.

Оценка **«хорошо»** ставится в том случае, если:

- полученные результаты **преимущественно** соответствуют поставленной цели и задачам,
- обоснована актуальность темы,

- в процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг источников,
- полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы,
- оформление работы в целом соответствует существующим требованиям,
- высказана личностная позиция по теме.

Оценка **«отлично»** предполагает:

- полученные результаты **полностью** соответствуют поставленной цели,
- проведен детальный анализ источников с привлечением фрагментов первоисточников по теме,
- выводы автора самостоятельны и аргументированы,
- содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы,
- оформление работы полностью отвечает всем требованиям.

#### ***Критерии оценивания контрольных работ:***

- Оценка «отлично» выставляется, если студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета.
- Оценка «хорошо», если студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов.
- Оценка «удовлетворительно», если студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов, плохо знает текст произведения, допускает искажение фактов.
- Оценка «неудовлетворительно», если студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, при которой может быть выставлена оценка «3», или если правильно выполнил менее половины работы.

### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, т.к. 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.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:



- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

### **Вопросы для самостоятельного изучения**

1. Перспективы развития мирового туризма.
2. Общественные организации по туризму.
3. Туризм в России: прошлое, настоящее, будущее. Основные тенденции в сфере туризма на рубеже XXI века.
4. Федеральная программа развития туризма в России. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 гг.).
5. Всемирная туристская организация (ВТО). Другие туристские организации всемирного характера.
6. Общественные туристские организации.
7. Научные туристские организации. Региональные международные туристские организации.
8. Международные классификации средств размещения, перевозчиков, целей путешествия и др.
9. Государственные органы по регулированию туризма в России.
10. Нормативно-правовая база туристской деятельности.
11. Состояние туристского бизнеса в России. Основные направления развития туризма в России.
12. Общественные организации по туризму.

13. Выбор организационно-правовых форм деятельности туристского предприятия.
14. Основные факторы, определяющие выбор организационно-правовой формы деятельности туристского предприятия.
15. Организационный аспект создания турфирмы. Этапы создания турфирмы.
16. Всемирная туристская организация. Ее роль и значение в развитии международного сотрудничества в области туризма.
17. Социально-психологические особенности туристской деятельности.
18. Международное регулирование туристско-экскурсионной деятельности.
19. Международные акты, регулирующие туристскую деятельность.
20. Международные организации в области туризма.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1. Основная литература**

1. Бизнес-планирование в туризме [Электронный ресурс]: учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм»/ О.Н. Васильева [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 310 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85352.html>
  2. Жданова, Т. С. Технологии продаж и продвижения турпродукта: учебное пособие для ССУЗов / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 97 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44191.html>
  3. Лисевич, А. В. Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие для бакалавров / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 174 с. — ISBN 978-5-394-02434-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75218.html>
  4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ В.Т. Гришина [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2018.— 446 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85166.html>
- ЭБС «IPRbooks»
5. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства: учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата «Туризм» и «Гостиничное дело» / О. В. Шпырня. — Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 119 с. — ISBN 978-5-93926-323-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/78034.html>

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Иванилова С.В. Экономика гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Иванилова С.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020.— 213 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/87621.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Мальшина, Н. А. Современные проблемы науки туристской индустрии: монография / Н. А. Мальшина. — 2-е изд. — Саратов: Вузовское образование, 2019. — 209 с. — ISBN 978-5-4487-0438-3. — Текст: электронный // Электронно-

библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/79678.html>

3. Ульяновский, А. В. Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев: учебное пособие / А. В. Ульяновский. — Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 350 с. — ISBN 978-5-4497-0072-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86299.html>

### 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. — М.: Дашков и К, 2019. — 166 с. — ISBN 978-5-394-02710-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85699.html>
2. Безрутченко, Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. — 2-е изд. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — ISBN 978-5-394-01664-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75219.html>

### 6.4. Нормативные правовые документы.

Не используются.

### 6.5. Интернет-ресурсы.

1. [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru) / - Российская национальная библиотека
2. [www.nns.ru](http://www.nns.ru) / -Национальная электронная библиотека
3. [www.rsi.ru](http://www.rsi.ru) / - Российская государственная библиотека
4. [www.aport.ru](http://www.aport.ru) / - Поисковая система
5. [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru) / - Поисковая система
6. [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru) / - Поисковая система
7. [www.tourlib.ru](http://www.tourlib.ru)
8. [www.tourdom.ru](http://www.tourdom.ru)
9. [www.rst.ru](http://www.rst.ru)
10. [www.russiatourism](http://www.russiatourism)

### 6.6. Иные источники.

1. Дубровин И.А. Поведение потребителей. Изд-во: ИТК «Дашков и К», 2010. – 312 с.
2. Колбовский Е.Ю. Экологический туризм и экология туризма. Изд-во: Академия, 2011. – 256с.

## **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы: читальные залы библиотеки.

Программное обеспечение: MS Office Professional Plus 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru); Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru); Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru); Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮПАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.