

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукшина»  
(АГГПУ им. В.М. Шукшина)

Институт естественных наук и профессионального образования

Утверждаю:  
И.о. проректора по учебной и  
воспитательной работе  
  
О.В. Попова  
«27» марта 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.09 Маркетинг в туристской индустрии**

Направление подготовки 43.03.02. Туризм

Профиль подготовки Туристический бизнес

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения: **заочная**

Составитель:  
канд. эконом. наук, доцент кафедры  
естественнонаучных дисциплин,  
безопасности жизнедеятельности туризма

  
Е.Н. Бавыкина

Бийск 2020

РЕКОМЕНДОВАНА К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

На заседании кафедры ЕНД,БЖиТ

протокол от "26" марта 2020г. №7

И.о. зав. кафедрой ЕНД,БЖиТ



О.В. Попова

## **1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ**

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 44.03.02 Туризм (утвержден 22 февраля 2018 г. № 125).

Целью освоения дисциплины Маркетинг в туристской индустрии является формирование у студентов системы знаний о маркетинге как о философии бизнеса и управленческой концепции, как о наборе эффективных современных инструментов, необходимых для функционирования предприятия в условиях высокой конкуренции с учетом специфики туристического предприятия, и как о важной части системы управления предприятием.

Задачи освоения дисциплины:

- получение студентами представления о маркетинге как о мировоззрении и культуре, философии и идеологии ведения бизнеса, позволяющем выявлять рыночные потребности и реализовывать концепции маркетинга;
- получение студентами представления об основных принципах маркетинга, о комплексе маркетинга услуг и его составляющих;
- получение знаний основных принципов разработки стратегий и программ маркетинга;
- изучение количественных и качественных методик сбора информации о потребителях, продуктах, рынках и различных рыночных субъектах;
- изучение основ управления продуктом, ценообразованием, спросом и предложением в сфере сервиса;
- овладение навыками организации процесса сервиса с учетом требований потребителей;
- овладение навыками выбора ресурсов и средств с учетом требований потребителей.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:**

Дисциплина относится к основным дисциплинам. Для освоения дисциплины студенты используют знания, умения и виды деятельности, сформированные в процессе изучения предметов «Реклама в туризме», «Организация туристской деятельности».

## **3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3 )
- Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта (ОПК-4);

Способность организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативноправовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий (ПК-3 )

В результате изучения дисциплины студент должен

Знать:

- основы организации социального взаимодействия, в т.ч. с учетом возрастных, гендерных особенностей
- современные технологии взаимодействия, с учетом основных закономерностей возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий, особенностей социализации личности
  - основные концепции туристической деятельности;
  - определение основных понятий и терминов в области экономики туризма;
  - формы организации туристической деятельности;

- структуру туристического хозяйства;
- эволюцию мировых туристических связей;
- особенности и своеобразие основных туристических районов мира;
- основные мировые и региональные туристические организации.

Уметь:

- организовывать, управлять ситуациями общения, сотрудничества, развивая активность, самостоятельность, инициативность, творческие способности участников социального взаимодействия
  - создавать безопасную и психологически комфортную среду, защищая достоинство и интересы участников социального взаимодействия
  - ориентироваться в специальной терминологии;
  - объяснять закономерности функционирования туристического рынка;
  - проводить сопряженный анализ статистических данных в области туристической деятельности;
  - анализировать информацию о сервисной и туристической деятельности, полученную из различных источников (СМИ, Интернет и т.д.)
  - приводить примеры отрицательного и положительного опыта в организации туристического хозяйства;

Владеть:

- методами организации конструктивного социального взаимодействия;
- способностью организовывать, управлять ситуациями общения, сотрудничества, с учетом возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий его участников ;
- современными методами мониторинга рынка туристских услуг

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы, 216 часа.**

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет пять зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		5	6
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	26	12	14
В том числе:			
Лекции (Л)	10	4	6
Практические занятия (ПЗ)	16	8	8
Лабораторные работы (ЛР)			
КСР			
<b>Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)</b>	190	96	94
В том числе:			
Подготовка к семинарским и практическим занятиям	70	36	34
Подготовка к экзамену	30		30
Подготовка и прохождение тестирования [ <i>вариативный дополнительный модуль рейтинговой системы в составе промежуточной аттестации</i> ].	90	60	30
Виды промежуточной аттестации (зачет, экзамен) ( <i>рейтинговая система</i> ).	Зачет с оценкой Экз	Зач/оц	Экз
Общая трудоемкость, час	216	108	108
Зачётные единицы	6	3	3

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Содержание разделов (модулей) дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (модуля) дисциплины	Содержание
1.	Теоретические основы маркетинга услуг	Содержание темы: Маркетинг как наука и вид деятельности на предприятиях сферы сервиса. Принципы маркетинга, концепции маркетинга, основные этапы становления концепции маркетинга услуг, инструменты маркетинга в сервисе. Отличительные особенности услуг. Классификация услуг. Практическое занятие по теме: Основные понятия маркетинга. Этапы развития маркетинговой концепции управления.
2	Маркетинговая среда предприятия	Содержание темы: Макросреда маркетинга. Основные факторы макросреды: демографическая среда; экономическая среда маркетинга; научно-технологические факторы; политико-правовая среда маркетинга; социокультурные факторы; природная среда. Микросреда маркетинга: потребители, конкуренты, посредники, партнеры, внутренняя среда компании. Анализ маркетинговой среды конкретного предприятия сервиса. Ключевые факторы успеха предприятия сервиса. Анализ внутренней и внешней среды. Практическое занятие по теме: Маркетинговая среда предприятия.
3	Маркетинговые исследования в сфере услуг	Содержание темы: Структура маркетинговой информационной системы (МИС). Система маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования. Возможные направления маркетинговых исследований для компании. Типы маркетинговых исследований. Сбор информации и оценка маркетинговой среды: вторичная и первичная маркетинговая информация. Источники маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации. Качественные и количественные методики маркетинговых исследований. Представление результатов исследования. Практическое занятие по теме: Маркетинговые исследования на рынке услуг.

### 5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Семина.	Практ.	СРС	ИФО	Всего
1.	Теоретические основы маркетинга услуг	2		4	60	Лекция проблемного характера	66
2.	Маркетинговая среда предприятия	4		6	60	Лекция проблемного характера	66
3.	Маркетинговые исследования в сфере услуг	4		6	70	-	80
	Итого	10		16	190		216

## 6. ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ

не предусмотрен учебным планом

## **7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ)**

- 1 Маркетинговые исследования туристского рынка.
- 2 Исследование емкости конкурентной среды туристского рынка.
- 3 Конъюнктурный анализ рынка.
- 4 Стратегический анализ рынка.
- 5 Сегментация туристского рынка.
- 6 Экспертные методы получения маркетинговой информации.
- 7 Конкурентный анализ рынка.
- 8 Оценка собственного потенциала предприятия и его конкурентоспособности.
- 9 Анализ поведения покупателей на туристском рынке.
- 10 Исследование процесса принятия решения о покупке.
- 11 Исследование отношения индивидуальных потребителей к туристскому предприятию
- 12 Изучение и прогнозирование туристского спроса.
- 13 Анализ влияния макросреды на маркетинг предприятия и рыночную ситуацию в целом.
- 15 Оценка и анализ цикличности и сезонности рынка.
- 16 Специальные методы в маркетинговых исследованиях: фокус-групп, методы исследования мотивации, проекционные тесты.
- 17 Анализ ассортиментной структуры предложения и ее влияния на конкурентоспособность туристского предприятия.
- 18 Изучение жизненного цикла туристских услуг.
- 19 Маркетинговые исследования корпоративного рынка.
- 20 Исследование макросреды и микросреды туристского бизнеса.
- 21 Сегментирование рынка гостиничных услуг.
- 22 Оптимизация поведения потребителей на рынке туристских услуг.
- 23 Моделирование покупательского поведения в туризме.
- 24 Маркетинговые исследования спроса и предложения в туризме.
- 25 Анализ жизненного цикла туристских услуг при принятии управленческих решений.
- 26 Роль торговой марки в продвижении туристских услуг.
- 27 Внутрифирменный маркетинг на предприятии туристской индустрии.
- 28 Формирование программы качественного обслуживания на предприятии туристской индустрии
- 29 Анализ рыночных возможностей туристского предприятия.
- 30 Оценка конкурентоспособности туристских услуг.
- 31 Разработка программы маркетинга туристского предприятия.
- 32 Анализ проблем маркетинга и разработка управленческих решений.
- 33 Формирование маркетинговой информационной системы (МИС) на туристском предприятии
- 34 Оценка внешних и внутренних факторов, влияющих на конкурентоспособность туристского предприятия.
- 35 Исследование маркетинговой среды туристского предприятия.
- 36 Маркетинговый аудит в туризме.
- 37 Формирование ценовой политики туристского предприятия.
- 38 Управление продажами на туристском предприятии.
- 39 Вертикальные маркетинговые системы сбыта в туризме.
- 40 Разработка программы стимулирования сбыта туристских услуг.
- 41 Реализация концепции маркетинга на туристском предприятии.
- 42 Развитие делового туризма на рынке гостиничных услуг.
- 43 Исследования конгрессного туризма как сегмента рынка делового туризма.
- 44 Информационные технологии маркетинга в туризме.

## 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) основная литература:

1. Дурович, А. П. Реклама в туризме [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 100103 "Социально-культурный сервис и туризм" / А. П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 158 с.
2. Дмитриев, М. Н. Экономика туристского рынка : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма / А. П. Дурович. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 311 с.
3. Исмаев, Донат Каримуллович. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации : Теория и практика деятельности туристских фирм : учебное пособие для вузов / Д. К. Исмаев. - М. : Мастерство, 2002. - 192 с. - ISBN 5-294-00122-5 (22 экз)

### б). Дополнительная литература:

3. Овчаров, А. О. Экономика туристских предприятий : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 100400.62 "Туризм" / А. О. Овчаров. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 176 с.
4. Черевичко, Т. В. Экономика туризма [Текст] : учебное пособие для вузов / Т. В. Черевичко. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2014. - 264 с.  
Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Джон Боуэн, Дж. Мейкенз. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 1063 с. - 5 000 экз.. - ISBN 5-238-00378-1 Рекомендовано Мин. образован. (2 экз)
5. Туризм как объект управления : учебник для вузов туристического профиля / ред. В. А. Квартальнов. - М. : Финансы и статистика, 2004. - 304 с. : ил. - (Менеджмент туризма). - ISBN 5-279-02448-1 (5 экз)

### в) программное обеспечение

1. Работа на компьютерах проводится с использованием лицензионных версий операционной системы Microsoft Windows XPProf.
2. Для работы в библиотеке используется общеузовское лицензионное программное обеспечение – «Ирбис-64», в состав которого входят АРМ «Каталогизатор», АРМ «Читатель», АРМ «Администратор», АРМ «Комплектатор», Web-Ирбис (CZ39.50).
3. Презентации и проекты выполняются студентами с использованием лицензионного программного обеспечения Microsoft Office 2003 Prof.
4. Для компьютерного контроля и диагностики студентов используется лицензионная программа АУП (Шахты).
5. Компьютерные сети и программы защищены лицензионным программным обеспечением Kaspersky Total Sp S Russian Edition.
6. Работа с текстом производится при помощи сканера Fine Reader.

### г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- Национальный цифровой ресурс Руконт. Режим доступа [<http://www.rucont.ru/>]. 2. Университетская библиотека он-лайн. Режим доступа [<http://www.biblioclub.ru/>]. б) интернет-ресурсы 1. <http://www.4p.ru> 2. <http://marketing.com.ru>

### д) Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические рекомендации по написанию курсовой работы по естественнонаучным дисциплинам [Текст] : методические рекомендации по написанию курсовых работ по

естественнонаучным дисциплинам для студентов, обучающихся по направлениям 06.03.01 Биология, 21.03.02 Землеустройство и кадастры, 43.03.02 Туризм очной и заочной форм обучения / Е.Н. Бавыкина, Г.Г. Ушакова ; Алт. гос. гуман.-педагог. ун-т. – Бийск: Изд-во Алт. гос. гуман.-педагогич. ун-т., 2019. – 20 с.

([http://www2.bigpi.biysk.ru/library/viewpage.php?page\\_id=25](http://www2.bigpi.biysk.ru/library/viewpage.php?page_id=25))

2. Организация самостоятельной работы студентов в учреждении высшего образования [Текст]: методические рекомендации / Сост.Е.Б. Манузина, Е.Э. Норина; Алтайская гос. Академия обр-я им. В.М. Шукшина. – Бийск: ФГБОУ ВПО «АГАО», 2014 . – 84 с.

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)</p>
3	4
<p><b>Лекционные занятия</b>  <b>214</b> Учебная аудитория,                      50 посадочных мест; компьютер с возможностью подключения к локальной сети и выхода в Интернет, доступа к ЭИОС института, интерактивная панель, монитор, мультимедиа-проектор; телевизор, 5 ПК, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации; 2 акустические системы, микшерный пульт, специализированная мебель. В комплекте: кабель питания, кабели для подключения к компьютеру, видео- и аудиоисточникам  <b>Перечень лицензионного программного обеспечения.</b>  <b>Реквизиты подтверждающего документа</b>                      Microsoft Windows, Microsoft Office (№ лицензии 18495261);                      Антивирус Kaspersky WorkSpace Security (№ лицензии 17E0-181019-150752-103-1454(113),);                      СПО по лицензионным соглашениям в свободном распространении, в том числе по GNUGeneralPublicLicense и аналогам: 2 ГИС, 7-Zip, Adobe License: Adobe Flash Player; Adobe Reader,                      Свободное ПО: Google Chrome (Лицензия Freeware GPL);</p>	<p>Российская Федерация,                      659300, Алтайский край, г. Бийск, ул. Советская, д. 11,</p>
<p><b>Практические занятия (Семинары):</b>                      108 Учебная аудитория,                      30 посадочных мест; компьютер с возможностью подключения к локальной сети и выхода в Интернет, доступа к ЭИОС института; демонстрационное оборудование (проектор, экран); учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации; специализированная мебель. В комплекте: кабель питания, кабели для подключения к компьютеру, видео- и аудиоисточникам.  <b>Перечень лицензионного программного обеспечения.</b>  <b>Реквизиты подтверждающего документа</b>                      Microsoft Windows, Microsoft Office (№ лицензии 18495261);                      Антивирус Kaspersky WorkSpace Security (№ лицензии 17E0-</p>	<p>Российская Федерация,                      659300, Алтайский край, г. Бийск, ул. Советская, д. 11,</p>

<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)</p>
<p>181019-150752-103-1454(113),); СПО по лицензионным соглашениям в свободном распространении, в том числе по GNUGeneralPublicLicense и аналогам: 2 ГИС, 7-Zip, Adobe License: Adobe Flash Player; Adobe Reader, Свободное ПО: Google Chrome (Лицензия Freeware GPL);</p>	
<p><b>Практические занятия (Семинары):</b> 212 Учебная аудитория, 30 посадочных мест; учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации; специализированная мебель</p>	<p>Российская Федерация, 659300, Алтайский край, г. Бийск, ул. Советская, д. 11,</p>
<p>Групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль: 211 Учебная аудитория, 6 посадочных мест; 6 компьютеров с возможностью подключения к локальной сети и выхода в Интернет и доступа к ЭИОС института, обеспечивающие тематические иллюстрации Microsoft Windows, Microsoft Office (№ лицензии 18495261); Антивирус Kaspersky WorkSpace Security (№ лицензии 17E0-181019-150752-103-1454(113),); СПО по лицензионным соглашениям в свободном распространении, в том числе по GNUGeneralPublicLicense и аналогам: 2 ГИС, 7-Zip, Adobe License: Adobe Flash Player; Adobe Reader, Свободное ПО: Google Chrome (Лицензия Freeware GPL);</p>	<p>Российская Федерация, 659300, Алтайский край, г. Бийск, ул. Советская, д. 11,</p>
<p>Промежуточная аттестация: 204 Учебная аудитория 6 посадочных мест; 6 компьютеров с возможностью подключения к локальной сети и выхода в Интернет и доступа к ЭИОС института, обеспечивающие тематические иллюстрации Microsoft Windows, Microsoft Office (№ лицензии 18495261); Антивирус Kaspersky WorkSpace Security (№ лицензии 17E0-181019-150752-103-1454(113),); Программный продукт САМО-ТурАгент 5.1 Обновление с/ф №344 от 08.07.2015, договор №СТА/ФГБОУ ВПО "АГАО"-344-15 Модульная информационная система «Шахты» Договор №5705 от 04.03.2019; Договор №5780 от 04.03.2019 Консультант Плюс Договор № 891 от 29.12.2018. ООО "Юридическая консалтинговая фирма "ЮРКОМП" Автоматизированная библиотечная информационная система «Ирбис» Договор №128/29-02-12 от 29.02.2012г.; Договор №С 2-05-11 от 12.05.2012г.; Договор № С 4-06-14, от 17 июня 2014г. (ФГБОУ ВПО "Омский государственный технический университет") СПО по лицензионным соглашениям в свободном</p>	<p>Российская Федерация, 659300, Алтайский край, г. Бийск, ул. Советская, д. 11,</p>

<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)</p>
<p>распространении, в том числе по GNUGeneralPublicLicense и аналогам: 2 ГИС, 7-Zip, Adobe License: Adobe Flash Player; Adobe Reader, Свободное ПО: Google Chrome (Лицензия Freeware GPL);</p>	

<p align="center"><b>Помещения для самостоятельной работы</b></p>		
<p>Для всех, дисциплин (модулей), практик, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом, включая подготовку к защите ВКР</p>	<p>Помещение для самостоятельной работы студентов, Читальный зал информационно-библиотечного <b>60</b> посадочных мест, оснащенных учебной мебелью и персональными компьютерами с доступом в интернет. Ауд. 333 (22.9 м2) предоставляются к использованию преподавателями и обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ специализированные сервисы и информационные ресурсы при помощи программно-аппаратных комплексов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• тифло-флеш-плееров Victor Reader Stream с удобной системой навигации – 4 шт;</li> <li>• АРМ с проводными гарнитурами Jabra UC VOICE 550 Duo и Windows- приложением для преобразования речи в текст VOCO. Professional – 2 шт.;</li> <li>• электронного видео-увеличителя Ruby – 1 шт.;</li> <li>• сканирующего и читающего устройства Eye-Pal Vision – 1 шт.;</li> <li>• специализированного программного обеспечения Easy Converter для создания цифровых говорящих книг в формате DAIZY.</li> </ul>	<p>Российская Федерация, 659300, Алтайский край, г. Бийск, ул. Короленко, д. 55,</p>
<p align="center"><b>Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</b></p>		
<p>Для всех, дисциплин (модулей), практик, иных видов учебной деятельности,</p>	<p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: кабинет <b>208</b>, Шкаф для хранения учебных наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации; стол, стул, компьютер, принтер, Бинокль 0161679/1;</p>	<p>Российская Федерация, 659300, Алтайский край, г. Бийск, ул. Советская, д. 11,</p>

предусмотренных учебным планом	<p>Бинокль 0161679/2; Бинокль 0161679/3; Бинокль 0161679/4; Бинокль 0134245; Бинокль 0131443; Коврик туристический 0826; Коврик туристический 0826; Спальный мешок; Спальный мешок ; Палатка 01613094; Палатка 01613095; Палатка 01613096; Палатка 01613097; Палатка 01613098; Рюкзак LOOP Atrac 01613099; Рюкзак LOOP Atrac 01613100; Рюкзак LOOP Atrac 01613101; Физическая карта России; Физическая карта полушарий; Физическая карта Северная Америка ; Физическая карта Евразия; Настенная карта Географические пояса и природные зоны мира; Настенная карта Географические и этнографические исследования в новое время; Физическая карта Северо-Западная и Северная Россия; Физическая карта Климатические пояса мира; Настенная карта Экологические проблемы мира; Атлас. Экономическая и социальная география мира; Атлас. География России. Навигатор Garmin Rino 130 (0135398); Навигатор Garmin Rino 130 (0135399); Навигатор Garmin Rino 520 (0135396); Навигатор Garmin Rino 520 (0135397); Зрительная труба Navigator (0131444); Навигатор (0134307); Навигатор (0161680)</p> <p>Microsoft Windows, Microsoft Office (№ лицензии 18495261);  Антивирус Kaspersky WorkSpace Security (№ лицензии 17E0-181019-150752-103-1454(113),);  ABBY FineReader Код позиции: AF90-3S1P05-102,  Акт приема-передачи № 15586 от 20.04.09 ООО "Киrolан"  Консультант Плюс Договор № 891 от 29.12.2018.  ООО "Юридическая консалтинговая фирма "ЮРКОМП"  Автоматизированная библиотечная информационная система «Ирбис» Договор №128/29-02-12 от 29.02.2012г.; Договор №С 2-05-11 от 12.05.2012г.; Договор № С 4-06-14, от 17 июня 2014г. (ФГБОУ ВПО "Омский государственный технический университет")  Модульная информационная система «Шахты» Договор №5705 от 04.03.2019; Договор №5780 от 04.03.2019  СПО по лицензионным соглашениям в свободном распространении, в том числе по GNUGeneralPublicLicense и аналогам: 2 ГИС, 7-Zip, Adobe License: Adobe Flash Player; Adobe Reader, Свободное ПО: Google Chrome (Лицензия Freeware GPL);</p>
--------------------------------	--

## **10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Особенностью построения программы является модульный принцип. Каждый отдельно взятый модуль направлен на обучение студентов по базовым дисциплинам в совокупности. Тематическое планирование, темы практических и семинарских занятий, вопросы к зачету тесно взаимосвязаны между отдельными блоками данного модуля,

дополняя друг друга и позволяя студентам на практике осознавать интегративную модель обучения.

Компетентностные задачи, решаемые модулями дисциплины, предполагают широкое использование современных образовательных технологий, направленных на активизацию познавательной активности студентов, формирование готовности к творческой деятельности, способности выбирать и использовать оптимальные приемы и методы обучения в предметно-практической деятельности.

Построение процесса обучения в рамках модулей базируется на характерных особенностях составляющих его учебных дисциплин – деятельности и творческой активности учащихся, что способствует формированию не только профессиональных знаний, умений и навыков, но и позволяет студентам постепенно овладеть творческим отношением к действительности, научиться избегать стереотипов, приобщиться к самостоятельной деятельности, а также успешно применять полученные знания на практике.

Обучение строится с учетом освоения конкретных технологических операций в ходе подготовки к практическим, семинарским занятиям и т.д. Виды практической деятельности построены на основе комплексного, интегрального изучения материала, проявления учащимися творческой инициативы и самостоятельности.

Развитие студентов происходит в единстве формирования у них теоретических знаний и практических умений в конкретной области.

Материал курса рекомендуется рассматривать в определённой логической последовательности. В начале изучения необходимо определить цель и задачи, предметную область дисциплины, основные понятия.

Курс дисциплины предполагает следующие формы работы: лекции, практические, лабораторные и самостоятельные задания. В начале курса студент знакомится с предлагаемой преподавателем технологической картой и разрабатывает план работы. В рамках курса предусмотрены различные формы интерактивных лекционных и практических занятий: лекции проблемного характера, лекции - визуализации, практические работы - исследования. Объём занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет 20% от всего объёма аудиторных занятий по дисциплине.

Особое значение уделяется подготовке и проведению практических работ, в ходе которых рекомендуется использовать учебно-методические пособия, а также наглядный материал. Большое внимание отводится региональному компоненту, позволяющему более детально оценить состояние проблем.

*Самостоятельная работа* является неотъемлемой частью учебного процесса. Она запланирована и структурирована таким образом, чтобы студент при подготовке к занятиям наиболее эффективно осваивал теоретический материал и получал системные знания по курсу.

Количество времени, запланированное на самостоятельную работу, рассчитывалось, с одной стороны, исходя из норм, отраженных в Государственном стандарте и учебном плане, а с другой – с опорой на сложившуюся систему подготовки по курсу. Если студент посещает лекционные и практические занятия, то самостоятельная работа не займет много времени. В случае пропусков или неэффективной работы в аудитории самостоятельная работа займет гораздо больше времени.

На лекционных занятиях рекомендуется активно слушать, конспектировать лекции, делать пометки на полях конспекта, задавать вопросы лектору и активно отвечать на поставленные вопросы. При подготовке к лекции необходимо освежить в памяти содержание предыдущих лекций, подготовить вопросы. После лекции следует прочитать собственный конспект, если возникают вопросы, то можно с ними обратиться к преподавателю и/или ознакомиться с вариантами изложения данной темы в учебниках и учебных пособиях, научной литературе по курсу.

При подготовке к практическим занятиям рекомендуется внимательно ознакомиться с планом практического занятия, ответить на заданные вопросы. Ответ должен быть полным и аргументированным. Рекомендуется прочитать лекцию по теме, ознакомиться с изложением материала в учебнике и научной литературе, сделать для себя необходимые выписки. Встречающуюся терминологию необходимо истолковать с опорой на словари и справочники, учебные и научные источники. Приветствуется использование Интернет-ресурсов. Необходимо указывать источник цитирования, автора. Для Интернет-ресурсов – адрес (URL). При подготовке развернутого ответа рекомендуется составить план, включить туда цитаты, основные мысли, свои собственные наблюдения, оценки, интерпретацию. При работе с текстом, рекомендованным для анализа, в первую очередь, необходимо его прочитать минимум 2–3 раза, попытаться осмыслить и понять его содержание.

При выполнении творческих работ с предлагаемым текстом – сначала несколько раз прочитать его, проанализировать, найти своеобразие, определить параметры необходимых исправлений. Редактировать текст следует так, чтобы максимально сохранить авторский стиль, проблематику. При трансформации текста, напротив, следует проявить собственную индивидуальность.

При работе с Интернет-ресурсами обращайте внимание на источник: оригинальный авторский материал, реферативное сообщение по материалам других публикаций, студенческая учебная работа (реферат, курсовая, дипломная и др.). Оригинальные авторские материалы, как правило, публикуются на специализированных тематических сайтах или в библиотеках, где указывается автор, его данные. Выполнены такие работы обычно последовательно в научном или научно-популярном стиле. Это могут быть научные статьи, тезисы, учебники, монографии, диссертации, тексты лекций и т.д. На основе таких работ на некоторых сайтах размещаются рефераты или обзоры. Обычно они не имеют автора, редко указываются источники реферирования. Сами сайты посвящены разнообразной тематике. К таким работам стоит относиться критически, как и к сайтам, где размещаются студенческие работы. Качество этих работ зачастую не выдерживает критики, поэтому сначала подумайте, оцените ресурс, а уже потом им пользуйтесь. В остальном с Интернет-источниками можно работать как с обычной печатной литературой. Интернет – это еще и огромная библиотека, где вы можете найти много текстов, посвященных рассмотрению различных концепций современного естествознания. В Интернете огромное количество словарей и энциклопедий, использование которых приветствуется.

При подготовке к форме промежуточного контроля рационально используйте время. Сначала ознакомьтесь с материалами курса в целом, поскольку только исходя из целого можно понять его части. Читайте учебники и научную литературу. Чаще обращайтесь к справочной литературе. При подготовке ответа на вопрос сначала составьте план. Помните, что ваш ответ – это текст, который должен быть построен с учетом всех требований, предъявляемых к научному изложению. Не старайтесь всё выучить наизусть – это невозможно. Лучше поймите суть темы, излагайте ее собственными словами. Иллюстрируйте теоретические положения собственными наблюдениями и примерами из жизненного опыта.

Оценка уровня приобретённых знаний осуществляется преподавателем по балльно-рейтинговой системе. Технологическая карта определяет объём работы в течение семестра, при полном выполнении которой студент получает до 100 баллов. Преподаватель может применять поощрительные баллы за хорошую подготовку доклада и качество выполненной работы, а так же штрафные баллы за пропуски занятий, просроченные выполненные работы. В конце семестра подсчитывается в балах общий рейтинг успеваемости студента. В случае успешной работы (более 80 баллов) студент досрочно получает зачет. Если студент набирает от 60 до 80 баллов, он допускается к сдаче зачета. Студент, набравший в течение семестра менее 60 баллов, должен пройти

контрольное тестирование и в случае получения 80 баллов (70% правильных ответов) допускается к сдаче экзамена.

### Примерные вопросы к экзамену

1. Факторы, влияющие на организацию отдела маркетинга и продаж на предприятиях индустрии туризма
2. Структура отдела маркетинга и продаж на крупных, средних и малых предприятиях индустрии туризма
3. Качества, необходимые для продавца туристических услуг
4. Содержание основных методов и приемов обучения сотрудников отдела маркетинга и продаж
5. Роль регионального центра продаж в индустрии туризма
6. Функции независимых представителей гостиниц по продажам
7. Оценка деятельности отдела маркетинга и продаж
8. Преимущества компьютеризации работы отдела маркетинга и продаж на предприятиях индустрии туризма
9. Различия между внутренним маркетингом и внутренними продажами
10. Функции главного управляющего компании в организации внутренних продаж
11. Основные навыки, необходимые работникам индустрии туризма для проведения внутренних продаж
12. Ориентирование персонала туристического предприятия на стремление продать услуги предприятия
13. Приемы, используемые работниками индустрии туризма при общении с корпоративными путешественниками
14. Подходы, помогающие работникам индустрии туризма запоминать и корректно использовать имена клиентов
15. Перекрестная продажа услуг индустрии туризма

### 11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Фонд оценочных средств разработан для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине и входит в состав основной образовательной программы 43.03.02 Туризм (квалификация (степень) «бакалавр»), реализуемой при подготовке обучающихся в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «АГГПУ имени В.М. Шукшина». Фонд оценочных средств предназначен для проверки сформированности компетенций, заявленных в программе дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом 43.03.02 Туризм (квалификация (степень) «бакалавр»).

#### Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Компетенции, этапы	Показатели	Оценочные средства
УК-3 I этап	Знать: - основы организации социального взаимодействия, в т.ч. с учетом возрастных, гендерных особенностей (3.1); - современные технологии взаимодействия, с учетом основных закономерностей возрастного и	Тест

	<p>индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий, особенностей социализации личности (3.2).</p> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать, управлять ситуациями общения, сотрудничества, развивая активность, самостоятельность, инициативность, творческие способности участников социального взаимодействия (У.1);</li> <li>- создавать безопасную и психологически комфортную среду, защищая достоинство и интересы участников социального взаимодействия (У.2).</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами организации конструктивного социального взаимодействия (В.1);</li> <li>- способностью организовывать, управлять ситуациями общения, сотрудничества, с учетом возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий его участников (В.2);</li> </ul>	
ОПК-4 I этап	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы маркетинга в туристской индустрии (3.1)</li> <li>- основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии технологии обеспечения (3.2)</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии (У.1)</li> <li>- применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности (У.2)</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками и опытом: маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов, в том числе с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов (В.1)</li> <li>- формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной среде Интернет (В.2)</li> </ul>	Практико-ориентированное задание
ПК-3 I этап	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативно-правовые акты в туристской отрасли(3.1)</li> <li>- клиентоориентированные технологии деятельности туристской фирмы(3.2)</li> </ul>	Тест

	<p>- основные способы организации процесса обслуживания клиентов туристской фирмы(З.3)</p> <p><i>Уметь:</i></p> <p>- уметь организовать деятельность клиентов туристской организации(У.1)</p> <p>- уметь организовать деятельность туристской организации(У.2)</p> <p><i>Владеть:</i></p> <p>- клиентоориентированными технологиями в сфере туризма(В.1)</p> <p>- технологиями формирования и продвижения туристского продукта(В.2)</p> <p>- владеть технологиями обслуживания клиентов (В.3)</p>	
--	---	--

***1.Компетенция УК-3 с указанием этапа формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы***

Компетенция УК-3 («Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде») формируется на первом этапе.

Компетенция УК-3 продолжит формироваться на следующих курсах в процессе прохождения итоговой государственной аттестации (выполнение и защита выпускной квалификационной работы).

Типовые контрольные задания для оценки сформированности данной компетенции направлены на демонстрацию бакалавров готовности участвовать в разработке основных и дополнительных образовательных программ, разрабатывать отдельные их компоненты (в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий).

Тест:

Вопрос 1. Что означает термин "маркетинг"?

1. управление;
2. экономическая категория;
3. рыночная деятельность, работа с рынком;
4. планирование;
5. воспроизводство.

Вопрос 2. Сколько аспектов маркетинга можно выделить, базируясь на системном подходе?

1. один;
2. два;
3. три;
4. четыре;
5. пять.

Вопрос 3. Назовите аспекты маркетинга, базируясь на системном подходе:

1. экономический процесс, хозяйственная функция, хозяйственная концепция;
2. планирование, обмен;
3. управление, конкуренция;
4. продажа, функционирование;
5. сбыт, реклама.

Вопрос 4. Какая сфера является необходимой предпосылкой для эффективного функционирования маркетинга?

1. плановая;
2. директивная;
3. торговая;
4. развитая рыночная;
5. товарная.

Вопрос 5. Как рассматривался маркетинг первоначально?

1. как превалирующая функция;
2. как одна из равноправных функций;
3. как хозяйственная функция;
4. как интегрирующая функция;
5. как второстепенная функция.

*Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания*

**Показатели сформированности компетенции (дескрипторы):**

-знать:

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результата
3.1	основы организации социального взаимодействия, в т.ч. с учетом возрастных, гендерных особенностей	1. Рассказывает об основах организации социального взаимодействия, в т.ч. с учетом возрастных, гендерных особенностей 2. Приводит примеры организации социального взаимодействия, в т.ч. с учетом возрастных, гендерных особенностей
3.2	современные технологии взаимодействия, с учетом основных закономерностей возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий, особенностей социализации личности	1. Определяет современные технологии взаимодействия, с учетом основных закономерностей возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий, особенностей социализации личности 2. Дает характеристику современным технологиям взаимодействия, с учетом основных закономерностей возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий, особенностей социализации личности

-уметь:

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
У.1	организовывать, управлять ситуациями общения, сотрудничества, развивая активность, самостоятельность, инициативность, творческие способности участников социального взаимодействия	1. Проектирует ситуации общения, сотрудничества, развивая активность, самостоятельность, инициативность, творческие способности участников социального взаимодействия 2. Организует и управляет ситуациями общения, сотрудничества, развивая активность, самостоятельность, инициативность, творческие способности участников социального взаимодействия
У.2	создавать безопасную и психологически комфортную среду, защищая достоинство и интересы участников социального взаимодействия	1. Выбирает необходимые методы и средства создания безопасной и психологически комфортной среды, защищая достоинство и интересы участников социального взаимодействия 2. Организует безопасную и психологически комфортную среду, защищая достоинство и интересы участников социального взаимодействия.

*-владеть навыками*

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
В.1	методы организации конструктивного социального взаимодействия	1. Использует методы организации конструктивного социального взаимодействия

В.2	<p>способность организовывать, управлять ситуациями общения, сотрудничества, с учетом возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий его участников</p>	<p>1. Использует методы и приемы организации и управления ситуациями общения, сотрудничества, с учетом возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий его участников</p> <p>2. Составляет проект организации ситуациями общения, сотрудничества, с учетом возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий его участников</p>
-----	---	---

## 5. Уровни сформированности компетенции:

Составляющие компетенции (знания, умения, владения (навыки))	Показатели сформированности (дескрипторы)	УРОВНИ СФОРМИРОВАННОСТИ		
		НИЗКИЙ «3» (описание выраженности дескрипторов)	СРЕДНИЙ «4» (описание выраженности дескрипторов)	ВЫСОКИЙ «5» (описание выраженности дескрипторов)
3.1	<p>основы организации социального взаимодействия, в т.ч. с учетом возрастных, гендерных особенностей</p>	<p>Имеет представление об организации социального взаимодействия, но не всегда с учетом возрастных, гендерных особенностей. Ответы на дополнительные вопросы краткие, или вызывают затруднения.</p>	<p>Рассказывает об особенностях организации социального взаимодействия, в т.ч. с учетом возрастных, гендерных особенностей</p>	<p>Подробно рассказывает об особенностях организации социального взаимодействия, в т.ч. с учетом возрастных, гендерных особенностей. Приводит примеры подобного взаимодействия. Владеет дополнительной информацией.</p>
3.2	<p>современные технологии взаимодействия, с учетом основных закономерностей возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий, особенностей социализации личности</p>	<p>Имеет поверхностное представление о современных технологиях взаимодействия, с учетом основных закономерностей возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий, особенностей социализации личности</p>	<p>Определяет современные технологии взаимодействия, с учетом основных закономерностей возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий, особенностей социализации личности</p>	<p>Самостоятельно определяет современные технологии взаимодействия, с учетом основных закономерностей возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий, особенностей социализации личности. Владеет дополнительной информацией.</p>
У.1	<p>Организует и управляет ситуациями общения, сотрудничества, развивая активность, самостоятельность,</p>	<p>Имеет поверхностное представление об организации ситуации общения, сотрудничества, развивая активность,</p>	<p>Самостоятельно организует ситуации общения, сотрудничества, развивая активность, самостоятельность,</p>	<p>Самостоятельно организует и управляет ситуациями общения, сотрудничества,</p>

	инициативность, творческие способности участников социального взаимодействия	самостоятельность, инициативность, творческие способности участников социального взаимодействия	инициативность, творческие способности участников социального взаимодействия Испытывает минимальные затруднения в управлении ситуациями общения.	развивая активность, самостоятельность, инициативность, творческие способности участников социального взаимодействия
У.2	создает безопасную и психологически комфортную среду, защищая достоинство и интересы участников социального взаимодействия	Имеет самое общее представление о создании безопасной и психологически комфортной среды, защищая достоинство и интересы участников социального взаимодействия	Самостоятельно подбирает методы и средства создания безопасной и психологически комфортной среды, защищая достоинство и интересы участников социального взаимодействия	Самостоятельно, комплексно выбирает и применяет необходимые методы и средства создания безопасной и психологически комфортной среды, защищая достоинство и интересы участников социального взаимодействия
В.1	Использует методы организации конструктивного социального взаимодействия	Имеет поверхностное представление об использовании методов организации конструктивного социального взаимодействия	Самостоятельно использует методы организации конструктивного социального взаимодействия	Самостоятельно, комплексно использует методы организации конструктивного социального взаимодействия
В.2	Способен организовывать, управлять ситуациями общения, сотрудничества, с учетом возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий его участников	Имеет поверхностное представление об организации и управлении ситуациями общения, сотрудничества, с учетом возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий его участников	Самостоятельно использует методы организации и управления ситуациями общения, сотрудничества, с учетом возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий его участников	Самостоятельно, комплексно использует методы организации и управления ситуациями общения, сотрудничества, с учетом возрастного и индивидуального развития, социальных, этноконфессиональных и культурных различий его участников

*Контрольное задание* оценивается по 100-балльной шкале, которая переводится в пяти балльную шкалу в соответствии с действующим на текущий момент Положением о рейтинговой системе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов:

- оценка «5» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 87–100 % типового задания;

- оценка «4» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 75–86 % типового задания;

- оценка «3» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 60–74 % типового задания;
- оценка «2» выставляется в случае, если студент выполнил правильно менее 60 % типового задания.

## **2. Компетенция ОПК-4 с указанием этапа формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы**

Компетенция ОПК-4 (Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта) формируется на первом этапе в процессе изучения дисциплин: *Технологии продаж, Индустрия мирового туризма, модуль дисциплин подготовки к научно-исследовательской деятельности.*

Компетенция ОПК-4 продолжит формироваться на следующих курсах в процессе прохождения итоговой государственной аттестации (выполнение и защита выпускной квалификационной работы).

Типовые контрольные задания для оценки сформированности данной компетенции направлены на демонстрацию бакалавров готовности участвовать в разработке основных и дополнительных образовательных программ, разрабатывать отдельные их компоненты (в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий).

Практико-ориентированное задание:

Анкетирование как механизм мониторинга удовлетворенности потребителей.

Цель – оценка качества туристских услуг.

Разработайте Анкету для исследования потенциальных клиентов, с целью оценки качества предоставляемых услуг и выявления недостатков деятельности туркомпаний города. Правила заполнения анкеты. Предложите респондентам несколько вопросов, с выбором вариантов ответа. Определите социально-демографические данные респондентов, оцените качество предоставляемых услуг туркомпаниями города, потребности и возможности потенциальных клиентов учебной турфирмы. Проведите анкетирование. Результаты представьте перед аудиторией

*Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания*

### **Показатели сформированности компетенции (дескрипторы):**

-знать:

<b>Код</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Показатели оценки результатов</b>
3 1	теоретические основы маркетинга в туристской индустрии	Знает теоретические основы маркетинга в туристской индустрии
3 2	основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии технологии обеспечения	Знает основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии технологии обеспечения

-уметь:

<b>Код</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Показатели оценки результатов</b>
У1	оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии	Оценивает рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии
У2	применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности	Применяет на практике инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности

-владеть навыками

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
В1	навыками и опытом: маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов, в том числе с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Умеет применять на практике маркетинговые исследования рынка, потребителей, конкурентов
В 2	формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной среде Интернет	Умеет выстраивать каналы продвижения и сбыта туристских продуктов и услуг

### Уровни сформированности компетенции:

Составляющие компетенции (знания, умения, владения (навыки))	Показатели сформированности (дескрипторы)	УРОВНИ СФОРМИРОВАННОСТИ		
		НИЗКИЙ «3» (описание выраженности дескрипторов)	СРЕДНИЙ «4» (описание выраженности дескрипторов)	ВЫСОКИЙ «5» (описание выраженности дескрипторов)
3.1	Знает теоретические основы маркетинга в туристской индустрии	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
3.2	Знает основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии технологии обеспечения	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные

			ошибки;	вопросы, делает обоснованные выводы;
<b>У-1</b>	Оценивает рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
<b>У-2</b>	Применяет на практике инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
<b>В-1</b>	Умеет применять на практике маркетинговые исследования рынка, потребителей, конкурентов	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
<b>В-2</b>	Умеет выстраивать каналы продвижения и сбыта туристских продуктов и услуг	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;

*Контрольное задание* оценивается по 100-балльной шкале, которая переводится в пяти балльную шкалу в соответствии с действующим на текущий момент Положением о рейтинговой системе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов:

- оценка «5» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 87–100 % типового задания;
- оценка «4» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 75–86 % типового задания;
- оценка «3» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 60–74 % типового задания;
- оценка «2» выставляется в случае, если студент выполнил правильно менее 60 % типового задания.

***Компетенция ПК-3 с указанием этапа формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы***

Компетенция ПК-3 «Способность организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативноправовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий» формируется на первом этапе в процессе изучения дисциплин.

Компетенция ПК-3 продолжит формироваться на следующих курсах в процессе прохождения итоговой государственной аттестации (выполнение и защита выпускной квалификационной работы).

Типовые контрольные задания для оценки сформированности данной компетенции направлены на демонстрацию бакалавров готовности участвовать в разработке основных и дополнительных образовательных программ, разрабатывать отдельные их компоненты (в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий).

Тест

1. Зачем нужна подготовка к предстоящему разговору?
  - Чтобы не попадать в сложные ситуации – 2 балла
  - Чтобы знать, что говорить и настроиться на разговор – 1 балл
  - Специальной подготовки к разговору не требуется, все определяется опытом и профессионализмом продавца – 3 балла.
2. Эффективная подготовка к общению с клиентом это:
  - Определение целей и задач разговора с клиентом – 2 балла
  - Знание продукта (компетентность сотрудников компании – превыше всего) и дружелюбный настрой – 3 балла
  - Улыбка, компетентность и четко поставленная цель – 1 балл.
3. Зачем нужен развернутый сценарий телефонного разговора:
  - Чтобы оператор ничего не добавил «от себя», а прочитал правильный текст сообщения – 2 балла
  - Чтобы умело вести разговор с клиентом, не отступая от цели звонка – 1 балл
  - Сценарий можно и не составлять, разговор и так короткий – 3 балла.
4. В первые 10 секунд делового телефонного звонка необходимо:
  - Познакомиться с собеседником, представиться – 2 балла
  - Обменяться приветствиями и привлечь внимание клиента – 1 балл
  - Сообщить информацию о себе и суть предложения – 3 балла.
5. Какое значение отводится в телефонных переговорах обращение к собеседнику по имени-отчеству?
  - Принципиального значения не имеет – 3 балла

- Можно по имени-отчеству, если известно, а можно обратиться к должности, без разницы – 2 балла
- Переход на личный уровень общения – 1 балл

*Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания*

**Показатели сформированности компетенции (дескрипторы):**

*-знать:*

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
З 1	- нормативно-правовые акты в туристской отрасли	Знает нормативно-правовые акты в туристской отрасли
З 2	клиентоориентированные технологии деятельности туристской фирмы	Знает клиентоориентированные технологии деятельности туристской фирмы
З 3	основные способы организации процесса обслуживания клиентов туристской фирмы	Знает основные способы организации процесса обслуживания клиентов туристской фирмы

*-уметь:*

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
У1	уметь организовать деятельность клиентов туристской организации	Умеет организовать деятельность клиентов туристской организации
У2	уметь организовать деятельность туристской организации	Умеет организовать деятельность туристской организации

*-владеть навыками*

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
В1	клиентоориентированными технологиями в сфере туризма	Владеет клиентоориентированными технологиями в сфере туризма
В 2	технологиями формирования и продвижения туристского продукта	Владеет технологиями формирования и продвижения туристского продукта
В 3	владеть технологиями обслуживания клиентов	Владеет технологиями обслуживания клиентов

**5. Уровни сформированности компетенции:**

Составляющие компетенции (знания, умения, владения)	Показатели сформированности (дескрипторы)	УРОВНИ СФОРМИРОВАННОСТИ		
		НИЗКИЙ «3» (описание выраженности дескрипторов)	СРЕДНИЙ «4» (описание выраженности дескрипторов)	ВЫСОКИЙ «5» (описание выраженности дескрипторов)

(навык и)				
3.1	Знает нормативно-правовые акты в туристской отрасли	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
3.2	Знает клиентоориентированные технологии деятельности туристской фирмы	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
3.3	Знает основные способы организации процесса обслуживания клиентов туристской фирмы	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
у-1	Умеет организовать деятельность клиентов туристской организации	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает

		аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
<b>У-2</b>	Умеет организовать деятельность туристской организации	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
<b>В-1</b>	Владеет клиентоориентированными технологиями в сфере туризма	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
<b>В-2</b>	Владеет технологиями формирования и продвижения туристского продукта	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
<b>В-3</b>	Владеет	обучающийся поверхностно раскрывает	отвечающий демонстрирует знание	отвечающий исчерпывающе,

	технологиями обслуживания клиентов	основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
--	------------------------------------	--	---	--

*Контрольное задание* оценивается по 100-балльной шкале, которая переводится в пяти балльную шкалу в соответствии с действующим на текущий момент Положением о рейтинговой системе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов:

- оценка «5» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 87–100 % типового задания;
- оценка «4» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 75–86 % типового задания;
- оценка «3» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 60–74 % типового задания;
- оценка «2» выставляется в случае, если студент выполнил правильно менее 60 % типового задания.

### **Методические материалы, определяющие процедуры оценивания**

Целью промежуточной аттестации по дисциплине является оценка уровня сформированности компетенций согласно учебному плану, а также усвоения обучающимися соответствующих знаний, приобретения умений, навыков и опыта деятельности.

Процедура оценивания охватывает обучающихся, изучающих дисциплину. Процедура оценивания проводится по окончании изучения дисциплины. Оценка уровня сформированности компетенций на этапах их формирования определяется на основании выполнения практико-ориентированных заданий. Оценивание практико-ориентированных заданий проводится в соответствии с приведенными критериями:

Практико-ориентированное задание: включает аннотацию, описывающую решаемое задание, постановку практико-ориентированной проблемы (1000-1200 знаков с пробелами); письменный отчет о выполненном задании, включающий сопутствующие факты, положения, варианты, альтернативы, а также иллюстративный материал, схемы, используемые источники информации (не менее двух листов А4); вывод по итогам выполнения практико-ориентированного задания (не менее одного листа А4).

Решение практико-ориентированных заданий осуществляется обучающимися согласно следующим этапам: сбор материалов; обобщение информации; решение; вывод.

На основании выполненных работ оценивается уровень сформированности компетенций на этапах их формирования в рамках изучения дисциплины, а также уровень знаний, умений, навыков и опыта деятельности. Результаты проведения процедуры в установленном порядке проставляются преподавателем в зачетные книжки обучающихся и электронные ведомости, и представляются в деканат факультета. По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем делается вывод о результатах промежуточной аттестации по дисциплине.

### СВЕДЕНИЯ О СОСТОЯНИИ ПРОГРАММЫ

Учебный год	Основание	Отметка о наличии изменений	Подпись заведующего кафедрой