

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 21.06.2022 11:46:29

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт экономики предприятий

Кафедра Коммерции, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 9 от 31 мая 2022 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины Б1.В.03 Консультационный проект

Основная профессиональная образовательная программа 43.03.02 Туризм программа Управление бизнесом в сфере туризма

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2022

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Консультационный проект входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Технологии работы в социальных сетях, Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

Последующие дисциплины по связям компетенций: Музейно-выставочная деятельность, Технологии организации туроператорских и турагентских услуг, Гостиничный сервис, Туристско-рекреационное ресурсоуправление, Организация санаторно-курортной деятельности, Стратегический менеджмент, Экскурсоведение, Мировая культура и искусство, Транспортное обеспечение в туризме, Реклама и связи с общественностью в туризме

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Консультационный проект в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен эффективно управлять деятельностью коллектива туристской организации на принципах толерантности к культурным различиям, непрерывного самосовершенствования и саморазвития

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-1	ПК-1.1: Знать:	ПК-1.2: Уметь:	ПК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	методы и принципы управления коллективом туристской организации, методы и этапы самосовершенствования и развития	эффективно управлять деятельностью коллектива туристской организации, применять принципы толерантности к культурным различиям, непрерывного самосовершенствования и саморазвития	навыками управления коллективом туристской организации на основе принципов толерантности к культурным различиям, методами непрерывного самосовершенствования и саморазвития

ПК-3 - Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные конкурентоспособные туристские продукты

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-3	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	виды информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг и способы разработки инновационных	использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и	навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг, разработки инновационных

	конкурентоспособных туристских продуктов	разрабатывать инновационные конкурентоспособные туристские продукты	конкурентоспособных туристских продуктов
--	--	---	--

ПК-2 - Способен проектировать объекты туристской деятельности, рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-2	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	основы проектирования объектов туристской деятельности, методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста	проектировать объекты туристской деятельности, применять методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принимать и обосновывать эффективные управленческие решения	навыками проектирования объектов туристской деятельности, методиками расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принятия и обоснования эффективных управленческих решений

ПК-4 - Способен разрабатывать экскурсионные программы, контролировать и оценивать их качество, а также эффективность реализации планов по их продвижению и продажам посредством развития информационных сервисов, удовлетворяющих потребность туристов в выборе, приобретении и потреблении туристских услуг

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-4	ПК-4.1: Знать:	ПК-4.2: Уметь:	ПК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	виды и основы разработки экскурсионных программ, способы оценки их качество, эффективности реализации планов по их продвижению и продажам, виды информационных сервисов, удовлетворяющих потребность туристов в выборе, приобретении и потреблении туристских услуг	разрабатывать экскурсионные программы, контролировать и оценивать их качество, а также эффективность реализации планов по их продвижению и продажам посредством развития информационных сервисов, удовлетворяющих потребность туристов в выборе, приобретении и потреблении туристских услуг	навыками разработки экскурсионных программ, методами контроля и оценки их качества, а также эффективности реализации планов по их продвижению и продажам посредством развития информационных сервисов, удовлетворяющих потребность туристов в выборе, приобретении и потреблении туристских услуг

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.			
	Сем 5	Сем 6	Сем 7	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	36.15/1	36.15/1	36.15/1	36.15/1
Занятия лекционного типа	18/0.5	18/0.5	18/0.5	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5	18/0.5	18/0.5	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0	0.15/0	0.15/0	0.15/0
Самостоятельная работа:	53.85/1.5	53.85/1.5	53.85/1.5	53.85/1.5
Промежуточная аттестация	18/0.5	18/0.5	18/0.5	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:				
Зачет	Зач	Зач	Зач	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108	108	108	108
Зачетные единицы	3	3	3	3

очно-заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.			
	Сем 5	Сем 6	Сем 7	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	4.15/0.12	4.15/0.12	4.15/0.12	4.15/0.12
Занятия лекционного типа	2/0.06	2/0.06	2/0.06	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06	2/0.06	2/0.06	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0	0.15/0	0.15/0	0.15/0
Самостоятельная работа:	85.85/2.38	85.85/2.38	85.85/2.38	85.85/2.38
Промежуточная аттестация	18/0.5	18/0.5	18/0.5	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:				
Зачет	Зач	Зач	Зач	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108	108	108	108
Зачетные единицы	3	3	3	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Консультационный проект представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа			Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа			
			Практич. занятия	ИКР		
1.	Организация туроператорских и турагентских услуг	18	18		53,85	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
2.	Экономика туризма	18	18		53,85	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК

							-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
3.	Транспорт в туризме	18	18			53,85	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
4.	Реклама в туризме	18	18			53,85	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
	Контроль	72					
	Итого	72	72	0.6		215.4	

очно-заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Организация туроператорских и турагентских услуг	2	2			85,85	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
2.	Экономика туризма	2	2			85,85	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
3.	Транспорт в туризме	2	2			85,85	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
4.	Реклама в туризме	2	2			85,85	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
	Контроль	72					
	Итого	8	8	0.6		343.4	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Организация туроператорских и турагентских услуг	лекция	Основные условия осуществления туроператорской и турагентской деятельности в Российской Федерации
		лекция	Основные понятия, сущность и содержание туроперейтинга. Виды туроператоров (инициативный, рецептивный и т.д.).
		лекция	Туристское агентство (турагенство): понятие и классификация. Организация работы туристского агентства.
		лекция	Современные подходы к определению туристского продукта (турпродукта). Турпродукт как объект управления.
2.	Экономика туризма	лекция	Факторы формирования туристско-рекреационного комплекса
		лекция	Состав и структура затрат туристского предприятия
		лекция	Трудовые ресурсы и оплата труда в туристской деятельности
		лекция	Доход, прибыль и рентабельность туристского предприятия
3.	Транспорт в туризме	лекция	Транзитные и чартерные авиаперевозки
		лекция	Тарифная и ценовая политика на воздушном транспорте
		лекция	Перевозка ручной клади, багажа и грузобагажа железнодорожным транспортом
		лекция	Организация автомобильных перевозок в России и за рубежом
4.	Реклама в туризме	лекция	Создание рекламного обращения
		лекция	Рекламный слоган.
		лекция	Планирование рекламной кампании
		лекция	Формирование бюджета рекламной кампании.

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Организация туроператорских и турагентских услуг	практическое занятие	Основные условия осуществления туроператорской и турагентской деятельности в Российской Федерации
		практическое занятие	Основные понятия, сущность и содержание туроперейтинга. Виды туроператоров (инициативный,

			рецептивный и т.д.).
		практическое занятие	Туристское агентство (турагентство): понятие и классификация. Организация работы туристского агентства.
		практическое занятие	Современные подходы к определению туристского продукта (турпродукта). Турпродукт как объект управления.
2.	Экономика туризма	практическое занятие	Факторы формирования туристско-рекреационного комплекса
		практическое занятие	Состав и структура затрат туристского предприятия
		практическое занятие	Трудовые ресурсы и оплата труда в туристской деятельности
		практическое занятие	Доход, прибыль и рентабельность туристского предприятия
3.	Транспорт в туризме	практическое занятие	Транзитные и чартерные авиаперевозки
		практическое занятие	Тарифная и ценовая политика на воздушном транспорте
		практическое занятие	Перевозка ручной клади, багажа и грузобагажа железнодорожным транспортом
		практическое занятие	Организация автомобильных перевозок в России и за рубежом
4.	Реклама в туризме	практическое занятие	Создание рекламного обращения
		практическое занятие	Рекламный слоган.
		практическое занятие	Планирование рекламной кампании
		практическое занятие	Формирование бюджета рекламной кампании.

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Организация туроператорских и турагентских услуг	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Экономика туризма	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
	Транспорт в туризме	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
	Реклама в туризме	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Лебедева, Л. В. Организационное консультирование : учебное пособие для вузов / Л. В. Лебедева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 162 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00009-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453486>

2. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468791>

Дополнительная литература

1. Забродин, В. Ю. Управленческий консалтинг. Социологический подход : учебное пособие для вузов / В. Ю. Забродин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 130 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10127-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472268>

2. Консультирование и коучинг персонала в организации : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова [и др.] ; под редакцией Н. В. Антоновой, Н. Л. Ивановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8176-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469062>

Литература для самостоятельного изучения

1. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451797>

2. Информационные системы в экономике : учебник для вузов / В. Н. Волкова, В. Н. Юрьев, С. В. Широкова, А. В. Логинова ; под редакцией В. Н. Волковой, В. Н. Юрьева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 402 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-1358-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450774>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)

2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)

3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Консультационный проект:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	+
	Тестирование	+
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ, протокол № 9 от 31.05.2022г.; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение

планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен эффективно управлять деятельностью коллектива туристской организации на принципах толерантности к культурным различиям, непрерывного самосовершенствования и саморазвития

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		ПК-1.1: Знать:	ПК-1.2: Уметь:
	методы и принципы управления коллективом туристской организации, методы и этапы самосовершенствования и развития	эффективно управлять деятельностью коллектива туристской организации, применять принципы толерантности к культурным различиям, непрерывного самосовершенствования и саморазвития	навыками управления коллективом туристской организации на основе принципов толерантности к культурным различиям, методами непрерывного самосовершенствования и саморазвития
Пороговый	методы управления коллективом туристской организации	применять методы управления коллективом туристской организации	навыками выбора методов управления коллективом туристской организации
Стандартный (в дополнение к пороговому)	методы и общие и частные принципы управления коллективом туристской организации	применять методы управления коллективом туристской организации, основываясь на принципе толерантности	управлять коллективом туристской организации на основе принципов толерантности
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	методы и общие и частные принципы управления коллективом туристской организации, а также методы и технологии самосовершенствования	применять методы управления коллективом туристской организации, основываясь на принципе толерантности, непрерывного самосовершенствования и саморазвития	управлять коллективом туристской организации на основе принципов толерантности, применять методы непрерывного самосовершенствования и саморазвития

ПК-3 - Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные конкурентоспособные туристские продукты

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:
	виды информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг и способы разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов	использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные конкурентоспособные туристские продукты	навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг, разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов

Пороговый	основы и алгоритм организации внутренней и внешней коммуникации на рынке туристских услуг	создавать элементы эффективной коммуникационной инфраструктуры организации на рынке туристских услуг	навыками участия в планировании коммуникационных кампаний и мероприятий
Стандартный (в дополнение к пороговому)	основы функционирования внутренней и внешней коммуникации на рынке туристских услуг, инновационные конкурентоспособные туристские продукты	обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации на рынке туристских услуг с использованием информационно-коммуникационных технологий	навыками участия в организации и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий с использованием информационно-коммуникационных технологий на рынке туристских услуг
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий на рынке туристских услуг	учитывать средства реализации коммуникационных кампаний и мероприятий, осуществлять тактическое планирование коммуникационных кампаний и мероприятий на рынке туристских услуг с использованием информационно-коммуникационных технологий	методами реализации коммуникационных кампаний и мероприятий с использованием информационно-коммуникационных технологий на рынке туристских услуг

ПК-2 - Способен проектировать объекты туристской деятельности, рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	основы проектирования объектов туристской деятельности, методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста	проектировать объекты туристской деятельности, применять методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принимать и обосновывать эффективные управленческие решения	навыками проектирования объектов туристской деятельности, методиками расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принятия и обоснования эффективных управленческих решений
Пороговый	современные цели и задачи проектирования в туристской индустрии;	самостоятельно осуществлять постановку актуальных целей и задач в области управления объектами туристской	основными методами оценки резервов экономии в сфере туризма;

		деятельности;	
Стандартный (в дополнение к пороговому)	современные цели и задачи проектирования в туристской индустрии; актуальные источники информации, необходимой при разработке и реализации проектов в туристской индустрии.	самостоятельно применять современные методы при разработке и реализации проектов в туристской индустрии; самостоятельно осуществлять поиск необходимой информации для проектирования туристского продукта.	основными методами оценки резервов экономии в сфере туризма; традиционной методологией минимизации затрат ресурсов при создании турпродукта;
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	современные цели и задачи проектирования в туристской индустрии; актуальные источники информации, необходимой при разработке и реализации проектов в туристской индустрии; основные возможности применения принципов и методов при разработке и реализации проектов в туристской индустрии	самостоятельно осуществлять постановку актуальных целей и задач в области управления объектами туристской деятельности; самостоятельно применять современные методы при разработке и реализации проектов в туристской индустрии; самостоятельно осуществлять поиск необходимой информации для проектирования туристского продукта.	основными методами оценки резервов экономии в сфере туризма; традиционной методологией минимизации затрат ресурсов при создании турпродукта; основными практическими навыками реализации проектов в туристской индустрии.

ПК-4 - Способен разрабатывать экскурсионные программы, контролировать и оценивать их качество, а также эффективность реализации планов по их продвижению и продажам посредством развития информационных сервисов, удовлетворяющих потребность туристов в выборе, приобретении и потреблении туристских услуг

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-4.1: Знать:	ПК-4.2: Уметь:	ПК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	виды и основы разработки экскурсионных программ, способы оценки их качества, эффективности реализации планов по их продвижению и продажам, виды информационных сервисов, удовлетворяющих потребность туристов в выборе, приобретении и потреблении туристских услуг	разрабатывать экскурсионные программы, контролировать и оценивать их качество, а также эффективность реализации планов по их продвижению и продажам посредством развития информационных сервисов, удовлетворяющих потребность туристов в выборе, приобретении и потреблении туристских услуг	навыками разработки экскурсионных программ, методами контроля и оценки их качества, а также эффективности реализации планов по их продвижению и продажам посредством развития информационных сервисов, удовлетворяющих потребность туристов в выборе, приобретении и потреблении туристских услуг
Пороговый	систему инструментов интернет-маркетинга экскурсионных	формулировать предложения по совершенствованию	навыками формулирования предложений по совершенствованию

	программ	стратегии продвижения экскурсионных программ	стратегий экскурсионных программ
Стандартный (в дополнение к пороговому)	принципы проведения анализа эффективности маркетинговой активности	реализовывать стратегии продвижения экскурсионных программ	навыками реализовывать стратегии продвижения экскурсионных программ
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности при продвижении экскурсионных программ	составлять систему показателей эффективности продвижения экскурсионных программ	навыками выбора каналов продвижения экскурсионных программ с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Организация туроператорских и турагентских услуг	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	Зачет
2.	Экономика туризма	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	Зачет
	Транспорт в туризме	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	Зачет
	Реклама в туризме	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	Зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=1917>

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Организация туроператорских и турагентских услуг	<ol style="list-style-type: none"> 1. Спортивный туризм: формирование турпакета. 2. Этнический туризм: формирование турпакета. 3. Новогодний тур: формирование турпакета. 4. Экстремальный туризм: формирование турпакета. 5. Развлекательный туризм: формирование турпакета. 6. Приключенческий туризм: формирование турпакета. 7. Оздоровительный туризм: формирование турпакета.

	8. Паломнический туризм: формирование турпакета. 9. Сельский туризм: формирование турпакета. 10. Сегментация туристского рынка. 11. Продвижение турпродукта. Формирование каналов продаж. 12. Организация работы туроператора. 13. Организация работы туристского агентства. 14. Агентские сети: понятие и классификация. 15. Продвижение продуктов: реклама. PR-акции как способ продвижения турпродукта.
Экономика туризма	1. Трактовка предмета экономика туристской деятельности. 2. Услуга как товар. Особенности услуг в сфере туризма. 3. Малый бизнес: характеристика, зарубежный опыт и проблемы становления в России. 4. Истоки предпринимательства и его развитие в России в XIX – начале XX века. 5. Социальная ответственность бизнеса. 6. Роль сферы туруслуг в общественном воспроизводстве. 7. Развитие сферы туруслуг и экономической рост. 8. Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации. 9. Статистический анализ развития международного и российского туризма. 10. Концепция устойчивого развития и особенности современного развития туризма.
Транспорт в туризме	1. Характеристика железнодорожных вокзалов мира и России. 2. Формирование потока пассажиров для авиатакси. 3. История развития пассажирских авиаперевозок. 4. Особенности организации питания при воздушной перевозке. 5. Особенности речных круизов. 6. Обслуживание туристов на судах водного транспорта. 7. Речные круизы. История, существо и принципы организации. 8. Морские круизы. Основные направления и регионы. 9. Парусные суда и регаты. 10. Паромные переправы и сообщения. Характеристика мировых авиакомпаний.
Реклама в туризме	1. Основные тенденции рекламы в туризме. 2. Реклама и стимулирование сбыта в туризме. 3. Реклама на телевидении. 4. Реклама на радио. 5. Наружная реклама. 6. Реклама в Интернет. 7. Связи с общественностью в сфере бизнеса (на конкретном примере) 8. Политические PR-технологии (на конкретном примере) 9. Связи с общественностью и антикризисное управление компанией 10. Связи с общественностью как элемент антикризисного управления.

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
Организация туроператорских и турагентских услуг	1. Агентский договор. 2. Разработка учредительных документов. Регистрация туристической фирмы. 3. Порядок ликвидации турагентства. 4. Организация работы турагентства по реализации туров. Оплата работы

	<p>продавцов-агентов.</p> <p>5. Канал продаж (или канал дистрибьюции).</p> <p>6. Основные расходы туристического оператора по содержанию агентов.</p>
Экономика туризма	<p>1. Основные вводные концепции экономики туристской деятельности.</p> <p>2. Предмет экономики туристской деятельности.</p> <p>3. Основные цели и лимитирующие факторы экономики туристской деятельности.</p> <p>4. Экономические функции туризма.</p> <p>5. Отрасли и предприятия туризма.</p> <p>6. Земельные ресурсы и значение их экологичности для развития туризма.</p> <p>7. Туристская рента.</p> <p>8. Труд как один из основных факторов туристской деятельности.</p> <p>9. Капитал и капиталоотдача в туризме.</p> <p>10. Минимальные и максимальные значения развития туристской отрасли</p>
Транспорт в туризме	<p>1. Транспортная система обслуживания туристов.</p> <p>2. Государственное управление транспортным комплексом РФ.</p> <p>3. Классификация транспортных путешествий и транспортных средств.</p> <p>4. Мотивация выбора вида перевозки.</p> <p>5. Основные документы, регулирующие международные авиаперевозки.</p> <p>6. Характеристика и значение воздушного кодекса Российской Федерации.</p> <p>7. Договор на авиаперевозку, его содержание и порядок расторжения.</p> <p>8. Акты, претензии, иски; сроки их подачи</p> <p>Роль воздушного транспорта в развитии международного туризма</p>
Реклама в туризме	<p>1. Создание печатного рекламного обращения.</p> <p>2. Рекламный слоган.</p> <p>3. Консультирование в деятельности по связям с общественностью: типы, технология</p> <p>4. Требования к формированию обращения.</p> <p>5. Цели рекламной кампании, их взаимосвязь с основными задачами предприятия и жизненным циклом товаров и услуг.</p> <p>6. Целевая аудитория.</p> <p>7. Формирование бюджета рекламной кампании.</p> <p>8. Распределение ответственности.</p> <p>9. Рекламные агенты и агентства.</p> <p>10. Жанровые разновидности PR-текста</p>

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

1. Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем – это:

- Туристская деятельность.
- Туроператорская деятельность.
- Турагентская деятельность.
- Предпринимательская деятельность.
- Посредническая деятельность.

2. К материально–технической базе туризма не относятся:

- Туристские клубы.
- Гостиницы.
- Поликлиники.
- Контрольно–спасательные службы.
- Туристские базы.

3. Совокупность вещественных и не вещественных потребительских стоимостей, необходимых для полного удовлетворения потребностей туристов, возникающих во время их путешествия – это:

- Туристский продукт.
- Страховой полис.

Услуги питания.
Туристские услуги.
Услуги размещения.

4. Группа предприятий, осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства данной группы предприятий – это:

Таймшерный отель.
Гостиничная цепь.
Конгресс–центр.
Отели–кондоминиумы,
Отель-гарни.

5. Отели вблизи автотрасс – это:

Бунгало.
Мотель.
Ботель.
Флайтель
Флотель.

6. При ожидании рейса более 2 часов, авиакомпания обязана бесплатно предоставить пассажирам:
право сделать 2 телефонных звонка/2 сообщения по E-mail;
прохладительные напитки;
горячее питание;
размещение в гостинице.

7. Ручная кладь и вещи, забытые пассажиром на борту воздушного судна, хранятся в аэропорту в течение:

1 месяца;
3 месяцев;
6 месяцев;
12 месяцев.

8. За основу общего пассажирского тарифа железнодорожного транспорта принят тариф на перевозку пассажира:

в общем вагоне пассажирского поезда;
плацкартном вагоне пассажирского поезда;
купейном вагоне пассажирского поезда;
общем вагоне скорого поезда.

9. Расставьте по порядку этапы разработки и утверждения автодорожного маршрута.

Разработка исходных данных паспорта маршрута.
Маркетинговые исследования рынка.
Исследование туристских ресурсов.
Утверждение паспорта маршрута.
Пробная обкатка маршрута.

10. Первая международная линия автобусного обслуживания была организована:

в 1970 г.;
1975 г.;
1980 г.;
1985 г.

11. Реклама – это:

кратковременные меры, поощряющие совершение покупок
массовое оплачиваемое обращение от имени известного спонсора
продвижение товара в ходе непосредственного общения с клиентом
массовое неоплачиваемое обращение, направленное на создание и поддержание
положительного имиджа
информация в средствах массовой информации

12. Несовершенство рынка проявляется в том, что...

происходит
разорение некоторых фирм
часть людей не может найти себе работу
происходит загрязнение окружающей среды
фирмы не могут получать одинаковую прибыль

13. К ресурсным рынкам относятся...

рынок капитала
рынок труда
рынок обуви
рынок одежды

14. Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей — это

социальная реклама
бизнес-реклама
спонсорство
имиджевая реклама

15. Сегментация рынка это:

разделение территории рынка на отдельные сегменты
стратегия выборочного проникновения на рынок
структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах или услугах
разбивка рынка на четкие группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары или комплексы маркетинга

16. К недостаткам рынка

относятся...

неконкурентоспособность отдельных экономических субъектов
неравномерность в распределении личных доходов
неэффективность отдельных компаний
возникновение монопольных тенденций в экономике

17. К достоинствам рыночного механизма регулирования относятся

наличие механизма защиты окружающей среды
поощрение риска, инициативы, ответственности
вытеснение мелкого производителя крупным
оперативное реагирование производства на изменение текущего спроса

18. Что является объектом сегментации рынка?

потребители
территория рынка
торговые помещения
нет правильного ответа

19. Рынок выполняет следующие функции: ...

распределительная
контрольная
ценообразующая
санирующая

20. Производители индустрии туризма:

-обеспечивают транспортировку туристов различными видами транспорта, размещение в гостиницах и соответствующее обслуживание (включая питание), а также создают возможности для посещения достопримечательностей

- резервируют продукцию туристической индустрии в больших количествах
- покупают, а затем продают услуги с целью получения прибыли
- продают пакетные туры

21. К факторам производства относятся:

- земля, капитал, ресурсы
- предприимчивость, земля, капитал
- труд, земля, капитал
- информация, труд, капитал

22. Турпродукт – это:

- продукция туризма
- комплексная туристская услуга, включающая в себя размещение, питание, транспортные и т.д. услуги, -объединенные единой целью и программой пребывания
- отдельные туристские услуги
- верны все ответы

23. Влияние сезонности как фактора экономики туризма выражается в:

- коэффициенте сезонности
- в отсутствии спроса на услуги
- в отсутствии предложения туруслуг
- необходимости заполнения предприятий туризма в средний и низкий сезон

24. Определить коэффициент эластичности предложения по цене и пояснить полученный результат.

Цена на пакетные туры выросла на 5%, в результате чего объем предложения вырос на 10%.

- коэффициент эластичности равен 2, предложение эластично
- коэффициент эластичности равен 2, предложение неэластично
- коэффициент эластичности равен 1, предложение эластично
- коэффициент эластичности равен 1, предложение неэластично

25. Туристский рынок – это:

- система экономических, юридических, социальных отношений, связывающих большое количество производителей туристских продуктов и услуг и реальных и потенциальных покупателей, способных и имеющих желание купить этот продукт, обусловленных специфической туристской мотивацией
- отношения, развивающиеся в процессе производства и потребления туристских продуктов и услуг
- отношения между государством и производителями туристских продуктов и услуг
- комплексная туристская услуга, включающая в себя услуги, объединенные единой целью и программой пребывания

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Организация туроператорских и турагентских услуг	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные условия осуществления туроператорской и турагентской деятельности в Российской Федерации. 2. Основные понятия, сущность и содержание туроперейтинга. 3. Виды туроператоров (инициативный, рецептивный и т.д.). 4. Современные подходы к определению туристского продукта (турпродукта). 5. Турпродукт как объект управления.

	<ol style="list-style-type: none"> 6. Турпродукт-услуга: гостиничная услуга. 7. Анимационная услуга как турпродукт. 8. Турпродукт-услуга: экскурсия. 9. Турпродукт-предмет (каталоги, сувениры, путеводители, туристское оборудование). 10. Турпродукт-мероприятие. Турпакет как наиболее популярная форма реализации турпродукта. 11. Турпродукт-событие. Событийный туризм. 12. Территория как турпродукт: турпродукт-место и турпродукт-объект.
Экономика туризма	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организационно-правовые формы туристского бизнеса 2. Основные вводные концепции экономики туристской деятельности 3. Понятие мультипликатора и мультипликативный эффект в туристской деятельности. 4. Понятие экономической среды и условий функционирования туризма. 5. Способы, виды и форм интеграции предприятий туризма. 6. Спрос и мотивация в туристской деятельности. 7. Туристская дестинация – основной элемент туристской деятельности. 8. Характеристика элементов туристской индустрии. 9. Заработная плата и ее сущность. 10. Износ и амортизация основных фондов предприятий индустрии туризма 11. Кадровая политика туристского предприятия
Транспорт в туризме	<ol style="list-style-type: none"> 1. Роль и виды транспортных услуг в составе туристского продукта. 2. Транспортные средства как средства размещения: назначение, принципы организации. 3. Пешеходные туристские маршруты. 4. Индивидуальный автомобильный туризм. 5. Кемперы и караваны. 6. Принципы организации и системы проката автомобилей. 7. Системы бронирования проката автомобилей. 8. Транспортное обеспечение городских экскурсий. 9. Особые виды рельсового транспорта: метро, трамвай, горные дороги и фуникулеры. 10. Современные системы бронирования авиабилетов
Реклама в туризме	<ol style="list-style-type: none"> 1. Реклама в Интернете. Преимущества и недостатки. Классификация рекламы в Интернет. 2. Цели и функции сувенирной рекламы. 3. Прямой маркетинг как одно из наиболее эффективных средств маркетинговых коммуникаций. Перспективы развития прямого маркетинга в России и за рубежом. 4. Выставки и ярмарки как одна из древнейших форм продвижения продукции. 5. Стимулирование сбыта как средство эффективного краткосрочного воздействия на поведение потребителей. Виды стимулирующих приемов. 6. Роль и значение внутренней рекламы в продвижении предприятия туризма. Классификация внутренней рекламы. 7. Классификация рекламных средств. 8. Информационные кампании: цели, организационные и содержательные особенности, 9. разработка и проведение, оценка эффективности

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ПК-1, ПК-3, ПК-2, ПК-4
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне