



ФГОС ВО
(версия 3+
+))

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

Рабочая программа дисциплины

ЧЕЛЯБИНСК
ЧГИК
2023

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**

Кафедра истории, музеологии и документоведения

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

Рабочая программа дисциплины

**программа бакалавриата
«Историко-культурный туризм»
по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов
культурного и природного наследия
квалификация: бакалавр**

**Челябинск
ЧГИК
2023**

УДК 651:65.0(073)

ББК 65.052я73

М 50

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия.

Автор-составитель: Курмакаев Р.Ф., доцент кафедры туризма и музееведения, канд. ист. наук

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендован к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 7 от 17.04.2023.

Экспертиза проведена 15.05.2023, акт № 2023/ИКТ.

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 08 от 29.05.2023.

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2024/25	Протокол №11 от 27.05.2024 г.
2025/26	
2026/27	
2027/28	

М 50

Менеджмент и маркетинг в туризме : рабочая программа дисциплины : программа бакалавриата «Историко-культурный туризм» по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия, квалификация : бакалавр / авт.-сост. М. А. Шицкова; Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск, 2023. – 49 с. – (ФГОС ВО версия 3++). – Текст : непосредственный.

Рабочая программа дисциплины включает: перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; указание места дисциплины в структуре ОПОП; объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения; описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

© Челябинский государственный институт культуры, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация.....	6
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	7
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	9
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	10
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	10
4.1. Структура преподавания дисциплины.....	10
4.1.1. Матрица компетенций.....	12
4.2. Содержание дисциплины.....	12
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	13
5.1. Общие положения.....	13
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	14
5.2.1. Содержание самостоятельной работы.....	14
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы.....	15
5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы.....	16
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	17
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	17
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	21
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	21
6.2.2. Описание шкал оценивания.....	22
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете.....	22
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания.....	23
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	25
6.3.1. Материалы для подготовки к зачету.....	25
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.....	27
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы.....	27
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.....	27
6.3.4.1. Планы семинарских занятий.....	27
6.3.4.2. Задания для практических занятий.....	31
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.....	41
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).....	41
6.3.4.5. Тестовые задания.....	41
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.....	42
7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.....	43

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы.....	43
7.2. Информационные ресурсы.....	43
7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	44
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	45
9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для.....	47
осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	47
Лист изменений в рабочую программу дисциплины.....	48

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.В.02 Менеджмент и маркетинг в туризме
2	Цель дисциплины	формирование у студентов основополагающего представления о специфике и эффективном управлении предприятиями туристской индустрии различных форм; овладение знаниями экономического механизма менеджмента; подготовка специалистов, владеющих навыками обеспечения эффективного функционирования рынка туристических услуг, а также - создать у студентов представление об основных функциях маркетинга, формах и методах маркетинговой политики, применяемых как в отечественной, так и зарубежной практике
3	Задачи дисциплины заключаются в:	<ul style="list-style-type: none"> • изучения функций и методов управления предприятием; • - формировании у студентов понимания сущности и специфичности процессов управления предприятиями туристской индустрии; • - развитию умений и навыков анализа деятельности предприятия; • сформировать знания об основных этапах формирования ассортиментной политики организации туристической индустрии; • сформировать знания о методах и способах распространения туристических продуктов и услуг; • сформировать знания о различных методиках расчёта цены на туристский продукт и услугу; • сформировать знания о методике маркетинговых исследований на рынке туристических услуг; • сформировать знания об анализе конъюнктуры рынка туристических услуг; • сформировать знания о коммуникационной политике организации туристической индустрии
4	Планируемые результаты освоения	ПК-1; ПК-9
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 2 в академических часах – 72
6	Разработчики	Курмакаев Р.Ф., доцент кафедры туризма и музееведения, канд. ист. наук

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В процессе освоения основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Таблица 1

Планируемые результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения (индикаторы достижения компетенций)			
	Код индикатора	Элементы компетен- ций	по компетенции в целом	по дисциплине
1	2	3	4	5
ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1.	Знать	основные понятия менеджмента и маркетинга	основные понятия менеджмента и маркетинга
	ПК-1.2.	Знать	основные положения новейших исследований по проблемам менеджмента в музейной деятельности	основные положения новейших исследований по проблемам менеджмента в музейной деятельности
	ПК-1.3.	Знать	методы построения, расчета и анализа экономических и управленческих моделей в музейной деятельности	методы построения, расчета и анализа экономических и управленческих моделей в музейной деятельности
	ПК-1.4.	Знать	основы разработки и реализации музейных проектов и услуг	основы разработки и реализации музейных проектов и услуг
	ПК-1.5.	Знать	основы руководства деятельностью структурных подразделений в музее	основы руководства деятельностью структурных подразделений в музее
	ПК-1.6.	Знать	особенности формирования и реализации кадровой политики в музее	особенности формирования и реализации кадровой политики в музее
	ПК-1.7.	Уметь	организовать деятельность структурных подразделений, осуществляющих	организовать деятельность структурных подразделений, осуществляющих

			различные виды работ и проектов в музее	различные виды работ и проектов в музее
	ПК-1.8.	Уметь	разрабатывать концепции и стратегии развития музея, оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений	разрабатывать концепции и стратегии развития музея, оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений
	ПК-1.9.	Уметь	применять инновационные подходы в музейной деятельности	применять инновационные подходы в музейной деятельности
	ПК-1.10.	Уметь	планировать работу музея по основным направлениям деятельности	планировать работу музея по основным направлениям деятельности
	ПК-1.11.	Уметь	выявлять проблемы экономического характера в музейной деятельности	выявлять проблемы экономического характера в музейной деятельности
	ПК-1.12.	Уметь	анализировать потребности музейных посетителей и обосновывать полученные выводы	анализировать потребности музейных посетителей и обосновывать полученные выводы
	ПК-1.13.	Владеть	методологией управленческого, маркетингового и экономического исследования в сфере музейной деятельности	методологией управленческого, маркетингового и экономического исследования в сфере музейной деятельности
	ПК-1.14.	Владеть	современными методиками расчета и анализа показателей музейных проектов и услуг	современными методиками расчета и анализа показателей музейных проектов и услуг
	ПК-1.15.	Владеть	управленческими навыками	управленческими навыками

			организации музейной деятельности	организации музейной деятельности
	ПК-1.16.	Владеть	навыками контроля над деятельностью структурных подразделений и работников, осуществляющих различные виды работ в музее	навыками контроля над деятельностью структурных подразделений и работников, осуществляющих различные виды работ в музее
ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1.	Знать	современные практики сохранения и освоения наследия	современные практики сохранения и освоения наследия
	ПК-9.2.	Знать	методы музеефикации культурного	методы музеефикации культурного
	ПК-9.3.	Знать	современные концепции сохранения и освоения культурного и природного наследия	современные концепции сохранения и освоения культурного и природного наследия
	ПК-9.4.	Уметь	определять оптимальную методику музеефикации объекта наследия	определять оптимальную методику музеефикации объекта наследия
	ПК-9.5.	Уметь	выявлять объекты музейного значения в среде бытования	выявлять объекты музейного значения в среде бытования
	ПК-9.6.	Владеть	методами музеефикации объектов наследия	методами музеефикации объектов наследия

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Правовое обеспечение музейной деятельности», «Менеджмент и маркетинг в музейной работе», «Современные коммуникации в туризме» «Источниковедение».

Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Менеджмент и маркетинг в музейной работе», «Источниковедение», «Технологии продаж в туризме», «Современные коммуникации в туризме», «Реклама в туризме», при прохождении практик: ознакомительная, технологическая (фондовая), технологическая (экспозиционно-

экскурсионная), преддипломная; подготовке к государственной итоговой аттестации.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	72	72
– Контактная работа (всего)	36,2	14
в том числе:		
лекции	12	2
семинары	12	2
практические занятия	12	2
мелкогрупповые занятия		
индивидуальные занятия		
консультация в рамках промежуточной аттестации		
иная контактная работа (ИКР) в рамках промежуточной аттестации	0,2	2
консультации (конс.)	5 % от лекционных час.	4
контроль самостоятельной работы (КСР)		2
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	35,8	56
– Промежуточная аттестация обучающегося – зачет: контроль		2

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Структура преподавания дисциплины

Таблица 3

Очная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)				с/р	Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа					
		лек.	сем.	практ.	инд.		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Теоретические основы менеджмента							
Тема 1. Эволюция концепций менеджмента	12	2	2	2		6	
Тема 2. Основные функции и методы	12	2	2	2		6	

управления							
Тема 3. Организационная структура предприятия туристской индустрии	12	2	2	2		6	
Раздел 2. Маркетинговая деятельность в индустрии туризма							
Тема 4. Рынок как объект маркетинговой деятельности	12	2	2	2		6	
Тема 5. Маркетинговые исследования туристского рынка	12	2	2	2		6	
Тема 6. Понятие товара и услуги в туристской индустрии	11,8	2	2	2		5,8	
Зачет 4 семестр	0,2						ИКР – 0,2 час.
<i>Итого в 4 сем.</i>	72	12	12	12		35,8	0,2
Всего по дисциплине	72	12	12	12		35,8	0,2

Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)				с/р	Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа					
		лек.	сем. / конс, КСР	практ. / конс, КСР	инд. / конс, КСР		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Теоретические основы менеджмента							
Тема 1. Эволюция концепций менеджмента	5					5	
Тема 2. Основные функции и методы управления	7	2				5	
Тема 3. Организационная структура предприятия туристской индустрии	6					6	
<i>Итого в 3 сем.</i>	18	2				16	
Раздел 2. Маркетинговая деятельность в индустрии туризма							
Тема 4. Рынок как объект маркетинговой деятельности	12		2			10	
Тема 5. Маркетинговые исследования туристского рынка	17			2		15	
Тема 6. Понятие товара и услуги в туристской индустрии	15					15	
Зачет	10						КС Р – 2 час. Конс. – 4 час. Контр.– 2 час.

							ИКР – 2 час.
<i>Итого в 4 сем.</i>	54		2	2		40	10
Всего по дисциплине	72	2	2	2		56	10

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов, тем	ПК-1	ПК-9
1	2	3
Раздел 1. Теоретические основы менеджмента		
Тема 1. Эволюция концепций менеджмента	+	
Тема 2. Основные функции и методы управления	+	
Тема 3. Организационная структура предприятия туристской индустрии	+	
Раздел 2. Маркетинговая деятельность в индустрии туризма		
Тема 4. Рынок как объект маркетинговой деятельности		+
Тема 5. Маркетинговые исследования туристского рынка		+
Тема 6. Понятие товара и услуги в туристской индустрии		+
Зачет	+	+

4.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы менеджмента

Тема 1. Эволюция концепций менеджмента. Базовые концепции истории управленческой мысли. Основные школы менеджмента. Системный подход к организации управления. Менеджмент как система. Выработка целей и стратегий развития фирмы. Содержание и стадии процесса принятия управленческих решений. Требования к технологии менеджмента и важнейшие области принятия решений. Оптимизация решений на разных уровнях управления.

Тема 2. Основные функции и методы управления. Понятие «функции управления». Основные подходы к выделению функций управления. Функция планирования: прогнозирование, целеполагание, разработка стратегии, планирование. Организационные формы внутрифирменного планирования. Функция организации, организационные методы управления. Организационное проектирование, функционирование и развитие. Законы организации. Особенности организационных структур менеджмента в туристской индустрии на современном этапе. Функция контроля: виды, этапы, принципы организации, критерии эффективности. Управленческий цикл.

Понятие «метод управления». Система методов управления. Экономический механизм предприятия и методы управления. Заработная плата, прибыль как экономические методы управления. Организационные методы управления: классификация, принципы реализации. Организационное регламентирование. Основные виды регламентирующих документов. Социально-психологические методы управления: социальные, межгрупповые, внутригрупповые, личностные методы управления. Коллектив как объект, цель и средство управления.

Тема 3. Организационная структура предприятия туристской индустрии. Принципы формирования организационных структур. Основные типы организационных

структур: бюрократические и адаптивные (органические). Функциональные и региональные структуры предприятий туристской индустрии. Коммуникативная структура предприятия. Содержание и требования, предъявляемые к информации. Система внутрифирменной информации: структура, источники, организация. Основные принципы, цели, задачи и функции внутрифирменной системы информации. Технология информационной деятельности (материально-техническая база, виды технических средств, виды информационных технологий, информационные базы данных).

Раздел 2. Маркетинговая деятельность в индустрии туризма

Тема 4. Рынок как объект маркетинговой деятельности. Понятие рынка. Структура и инфраструктура туристского рынка. Роль государства в рыночной экономике. Модели рыночной экономики. Субъекты маркетинговой деятельности на туристском рынке. Организационно- правовые формы и юридический статус субъектов туристского рынка. Характеристики категорий покупателей туристского рынка. Микро- и макросреда маркетинга. Объективные и субъективные факторы, формирующие внешнюю и внутреннюю среды. Туристский рынок России: современное состояние и перспективы развития. Роль государства в формировании и развитии туристского рынка.

Тема 5. Маркетинговые исследования туристского рынка. Порядок проведения маркетинговых исследований. Целевая направленность маркетинговых исследований. Технология проведения маркетинговых исследований. Методические основы исследования рынка. Система показателей, используемых для исследования рынка. Методы реализации маркетинговых исследований. Оценка спроса и предложения. Характеристика особенностей коммерческой деятельности. Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка. Сегментация рынка. Критерии сегментации рынка. Методы рыночной сегментации. Целевой сегмент рынка и позиционирование товара. Изучение потребителей. Методы и принципы изучения поведения потребителей. Моделирование поведения потребителей.

Тема 6. Понятие товара и услуги в туристской индустрии. Понятие качества товара (продукта, услуги) с позиции теории маркетинга. Конкурентоспособность товара (продукта, услуги). Методические подходы к оценке конкурентоспособности товара (услуги). Жизненный цикл товара (услуги, продукта). Этапы разработки товарной политики. Стратегия товарной политики. Конкуренция на рынке. Сущность товарной конкуренции, признаки и показатели. Характеристика конкурентной среды на туристском рынке России.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Общие положения

Самостоятельная работа обучающихся – особый вид познавательной деятельности, в процессе которой происходит формирование оптимального для данного индивида стиля получения, обработки и усвоения учебной информации на основе интеграции его субъективного опыта с культурными образцами.

Самостоятельная работа может быть аудиторной и внеаудиторной.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется на лекциях, практических и семинарских занятиях. Внеаудиторная самостоятельная работа может осуществляться:

– в контакте с преподавателем: на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т. д.;

– без контакта с преподавателем: в аудитории для индивидуальных занятий, в библиотеке, дома, в общежитии и других местах при выполнении учебных и творческих

заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа, прежде всего, включает повторение материала, изученного в ходе аудиторных занятий; работу с основной и дополнительной литературой и интернет-источниками; подготовку к семинарским, практическим занятиям; выполнение заданий, вынесенных преподавателем на самостоятельное изучение; научно-исследовательскую и творческую работу обучающегося.

Целью самостоятельной работы обучающегося является:

- формирование приверженности к будущей профессии;
- систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных знаний умений, владений;
- формирование умений использовать различные виды изданий (официальные, научные, справочные, информационные и др.);
- развитие познавательных способностей и активности обучающегося (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности);
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации;
- развитие исследовательского и творческого мышления.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, и ее объем по каждой дисциплине определяется учебным планом. Методика ее организации зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, индивидуальных качеств и условий учебной деятельности.

Для эффективной организации самостоятельной работы обучающийся должен:

знать:

- систему форм и методов обучения в вузе;
- основы научной организации труда;
- методики самостоятельной работы;
- критерии оценки качества выполняемой самостоятельной работы;

уметь:

- проводить поиск в различных поисковых системах;
- использовать различные виды изданий;
- применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;

владеть:

- навыками планирования самостоятельной работы;
- навыками соотнесения планируемых целей и полученных результатов в ходе самостоятельной работы;
- навыками проектирования и моделирования разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению, но с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и владениям обучаемых. Обязательно следует помнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочного занятия, а затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном рабочей программой дисциплины.

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Таблица 5

5.2.1. Содержание самостоятельной работы

Наименование	Содержание	Форма
--------------	------------	-------

разделов, темы	самостоятельной работы	контроля
Раздел 1. Теоретические основы менеджмента		
Тема 1. Эволюция концепций менеджмента	Работа с основной литературой и интернет-источниками Самостоятельная работа №1	Опрос
Тема 2. Основные функции и методы управления	Работа с основной литературой и интернет-источниками Самостоятельная работа №2	Опрос
Тема 3. Организационная структура предприятия туристской индустрии	Работа с основной литературой и интернет-источниками Самостоятельная работа №3	Опрос
Раздел 2. Маркетинговая деятельность в индустрии туризма		
Тема 4. Рынок как объект маркетинговой деятельности	Работа с основной литературой, интернет-источниками. Самостоятельная работа №4	Опрос
Тема 5. Маркетинговые исследования туристского рынка	Работа с основной литературой, интернет-источниками. Самостоятельная работа №5	Опрос
Тема 6. Понятие товара и услуги в туристской индустрии	Работа с основной литературой, интернет-источниками. Самостоятельная работа №6	Опрос

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1. Тема «Эволюция концепций менеджмента»

Цель работы: анализ литературы.

Задание и методика выполнения:

Самостоятельное изучение вопросов с использованием основной литературы.

Составление конспекта по каждому из представленных вопросов.

1. Современные концепции менеджмента.
2. Национальные стили менеджмента.
3. Американский менеджмент: специфика, эволюция концепций.
4. Японский менеджмент: специфика, эволюция концепций.
5. Европейский менеджмент: специфика, эволюция концепций.
6. Российская школа управления: история и современные проблемы.

Самостоятельная работа № 2. Тема «Основные функции и методы управления»

Цель работы: анализ литературы.

Задание и методика выполнения: составление конспекта по плану:

1. Проектирование работы.
 - 2.1. Концепция проектирования работы.
 - 2.2. Анализ работы.
 - 2.3. Параметры работы.
 - 2.4. Восприятие содержания работы.
 - 2.5. Технология и проектирование работы.
2. Модели проектирования работы.
 - 3.1. Построение работы.
 - 3.2. Расширение масштаба работы.
 - 3.3. Ротация работы.
 - 3.4. Обогащение работы.
 - 3.5. Модель социотехнической системы.
 - 3.6. Выбор модели проектирования работы.

Самостоятельная работа № 3. Тема «Организационная структура предприятия туристской индустрии»

Цель работы: анализ литературы.

Задание и методика выполнения: составление конспекта по плану:

Процессы проектирования организации:

1. Разделение труда и специализация.
2. Департаментализация и кооперация.
3. Связи в организации и координация.
4. Масштаб управляемости и контроля.
5. Иерархия в организации.
6. Распределение прав и ответственности. Делегирование полномочий.
7. Централизация и децентрализация.
8. Дифференциация и интеграция.

Самостоятельная работа № 4. Тема «Рынок как объект маркетинговой деятельности»

Цель работы: анализ литературы и интернет-источников.

Задание и методика выполнения:

Подготовка к семинарскому занятию, используя основную и дополнительную литературу к дисциплине. Составление конспекта ответа по каждому вопросу плана семинарского занятия. План семинара № 4.

Самостоятельная работа № 5. Тема «Маркетинговые исследования туристского рынка»

Цель работы: анализ литературы и интернет-источников.

Задание и методика выполнения:

Подготовка к семинарскому занятию, используя основную и дополнительную литературу к дисциплине. Составление конспекта ответа по каждому вопросу плана семинарского занятия. План семинара № 5.

Самостоятельная работа № 6. Тема «Понятие товара и услуги в туристской индустрии»

Цель работы: анализ литературы и интернет-источников.

Задание и методика выполнения:

Подготовка к семинарскому занятию, используя основную и дополнительную литературу к дисциплине. Составление конспекта ответа по каждому вопросу плана семинарского занятия. План семинара № 6.

5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы

См. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

<http://fgosvo.ru/> – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

<http://gramota.ru/> – Справочно-информационный портал **Грамота.ру** – русский язык для всех.

<https://grants.culture.ru/> – Культура. Гранты России. Общероссийская база конкурсов и грантов в области культуры и искусства.

<https://openedu.ru> – Открытое образование.

<https://президентскиегранты.рф> – Фонд президентских грантов.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 6

Паспорт фонда оценочных средств для текущей формы контроля

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1. Теоретические основы менеджмента			
Тема 1. Эволюция концепций менеджмента	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1.	– Семинар № 1. Тема «Эволюция концепций менеджмента» - Практическая работа № 1 «Диагностика внешней и внутренней среды деятельности предприятия» – Самостоятельная работа № 1. Тема «Эволюция концепций менеджмента».
		ПК-1.2.	
		ПК-1.3.	
		ПК-1.4.	
		ПК-1.5.	
		ПК-1.6.	
		ПК-1.7.	
		ПК-1.8.	
		ПК-1.9.	
		ПК-1.10.	
		ПК-1.11.	
		ПК-1.12.	
		ПК-1.13.	
		ПК-1.14.	
ПК-1.15.			
ПК-1.16.			
Тема 2. Основные функции и методы управления	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1.	– Семинар № 2. Тема «Основные функции и методы управления» - Практическая работа № 2 «Установление миссии и целей предприятия» – Самостоятельная работа № 2. Тема «Основные функции и методы управления».
		ПК-1.2.	
		ПК-1.3.	
		ПК-1.4.	
		ПК-1.5.	
		ПК-1.6.	
		ПК-1.7.	
		ПК-1.8.	
		ПК-1.9.	
		ПК-1.10.	
		ПК-1.11.	
		ПК-1.12.	
		ПК-1.13.	
		ПК-1.14.	
ПК-1.15.			

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
		ПК-1.16.	
Тема 3. Организационная структура предприятия туристской индустрии	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1.	– Семинар № 3. Тема «Организационная структура предприятия туристской индустрии» - Практическая работа № 3 «Выбор и определение стратегии предприятия» – Самостоятельная работа № 3. Тема «Организационная структура предприятия туристской индустрии».
		ПК-1.2.	
		ПК-1.3.	
		ПК-1.4.	
		ПК-1.5.	
		ПК-1.6.	
		ПК-1.7.	
		ПК-1.8.	
		ПК-1.9.	
		ПК-1.10.	
		ПК-1.11.	
		ПК-1.12.	
		ПК-1.13.	
		ПК-1.14.	
ПК-1.15.			
ПК-1.16.			
Раздел 2. Маркетинговая деятельность в индустрии туризма			ПК-1.16.
Тема 4. Рынок как объект маркетинговой деятельности	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1.	– Семинар № 4. Тема «Рынок как объект маркетинговой деятельности» – Практическая работа № 4 «Характеристика маркетинговой деятельности туристического предприятия» – Самостоятельная работа № 4. Тема «Рынок как объект маркетинговой деятельности».
		ПК-9.2.	
		ПК-9.3.	
		ПК-9.4.	
		ПК-9.5.	
		ПК-9.6.	
Тема 5. Маркетинговые исследования туристского рынка	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов	ПК-9.1.	– Семинар № 5. Тема «Маркетинговые исследования туристского рынка» - Практическая работа
		ПК-9.2.	
		ПК-9.3.	
		ПК-9.4.	
		ПК-9.5.	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов овладения компетенций	Наименование оценочного средства
	проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и	ПК-9.6.	№ 5 «Продукт в туристском бизнесе» – Самостоятельная работа № 5. Тема «Маркетинговые исследования»
Тема 6. Понятие товара и услуги в туристской индустрии	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1.	– Семинар № 6. Тема «Понятие товара и услуги в туристской индустрии» - Практическая работа № 6 «Выбор и определение стратегии предприятия туристической индустрии» – Самостоятельная работа № 6. Тема «Понятие товара и услуги в туристской индустрии».
		ПК-9.2.	
		ПК-9.3.	
		ПК-9.4.	
		ПК-9.5.	
		ПК-9.6.	

Таблица 7

Паспорт фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1. Теоретические основы менеджмента			
Тема 1. Эволюция концепций менеджмента	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1.	– Вопросы к зачету (4 семестр): № теоретических вопросов: 1,2,3,4,5 № практико-ориентированных заданий: 1,4
		ПК-1.2.	
		ПК-1.3.	
		ПК-1.4.	
		ПК-1.5.	
		ПК-1.6.	
		ПК-1.7.	

		ПК-1.8.	
		ПК-1.9.	
		ПК-1.10.	
		ПК-1.11.	
		ПК-1.12.	
		ПК-1.13.	
		ПК-1.14.	
		ПК-1.15.	
		ПК-1.16.	
Тема 2. Основные функции и методы управления	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1. ПК-1.2. ПК-1.3. ПК-1.4. ПК-1.5. ПК-1.6. ПК-1.7. ПК-1.8. ПК-1.9. ПК-1.10. ПК-1.11. ПК-1.12. ПК-1.13. ПК-1.14. ПК-1.15. ПК-1.16.	– Вопросы к зачету (4 семестр): № теоретических вопросов:8,9.10-12 № практико-ориентированных заданий:2
Тема 3. Организационная структура предприятия туристской индустрии	ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПК-1.1. ПК-1.2. ПК-1.3. ПК-1.4. ПК-1.5. ПК-1.6. ПК-1.7. ПК-1.8. ПК-1.9. ПК-1.10. ПК-1.11. ПК-1.12. ПК-1.13. ПК-1.14. ПК-1.15. ПК-1.16.	– Вопросы к зачету (4 семестр): № теоретических вопросов:6,7 № практико-ориентированных заданий:3,6,7
Раздел 2. Маркетинговая деятельность в индустрии туризма			
Тема 4. Рынок как объект маркетинговой деятельности	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и	ПК-9.1. ПК-9.2. ПК-9.3. ПК-9.4. ПК-9.5.	– Вопросы к зачету (4 семестр): № теоретических вопросов:13-19 № практико-ориентированных заданий:8,9

	освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.6.	
Тема 5. Маркетинговые исследования туристского рынка	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1. ПК-9.2. ПК-9.3. ПК-9.4. ПК-9.5. ПК-9.6.	– Вопросы к зачету (4 семестр): № теоретических вопросов:20,21,22 № практико-ориентированных заданий:10
Тема 6. Понятие товара и услуги в туристской индустрии	ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	ПК-9.1. ПК-9.2. ПК-9.3. ПК-9.4. ПК-9.5. ПК-9.6.	– Вопросы к зачету (4 семестр): № теоретических вопросов:9,10,11,12 № практико-ориентированных заданий:11, 12

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Таблица 8

Показатели и критерии оценивания компетенций

Планируемые результаты освоения ОПОП	Показатели сформированности компетенций	Критерии оценивания
1	2	3
ПК-1 Владением основами менеджмента в музейной деятельности	– понимает основы менеджмента в музейной деятельности; – применяет основы менеджмента в музейной деятельности;	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить

	– способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности.	сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
ПК-9 Способен к участию в разработке отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере	– понимает разработку отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере; – применяет разработку отдельных разделов проектов региональных программ сохранения и освоения культурного и природного наследия, в том числе в туристической сфере; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности.	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.

Таблица 9

Этапы формирования компетенций

Наименование этапа	Характеристика этапа	Формы контроля
1	2	3
Начальный (входной) этап формирования компетенций	Диагностика входных знаний в рамках компетенций.	Самоанализ, устный опрос и др.
Текущий этап формирования компетенций	Выполнение обучающимися заданий, направленных на формирование компетенций Осуществление выявления причин препятствующих эффективному освоению компетенций.	Активная учебная лекция; семинары; практические; самостоятельная работа: устный опрос по диагностическим вопросам.
Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций	Оценивание сформированности компетенций по отдельной части дисциплины или дисциплины в целом.	Зачет: – ответы на теоретические вопросы; – выполнение практико-ориентированных заданий.

6.2.2. Описание шкал оценивания

Таблица 10

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
Зачтено	<p>Обучающийся показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и владения, определенные программой.</p> <p>Грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу.</p> <p>Обучающийся способен действовать в нестандартных практико-ориентированных ситуациях. Отвечает на все дополнительные вопросы.</p> <p>Результат обучения показывает, что достигнутый уровень оценки результатов обучения по дисциплине является основой для формирования соответствующих компетенций.</p>
Зачтено	<p>Результат обучения показывает, что обучающийся продемонстрировал результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, владениями по дисциплине.</p> <p>Допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов.</p> <p>Обучающийся способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.</p>
Зачтено	<p>Результат обучения показывает, что обучающийся обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине.</p> <p>Ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов.</p> <p>Обучающийся способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и владений для решения практико-ориентированных задач.</p>
Не зачтено	<p>Результат обучения обучающегося свидетельствует об усвоении им только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине.</p> <p>Допущенные ошибки и неточности в ходе промежуточного контроля показывают, что обучающийся не овладел необходимой системой знаний и умений по дисциплине.</p> <p>Обучающийся допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.</p>

Описание шкалы оценивания при тестировании на базе тестовых материалов института

Оценка по номинальной шкале	% правильных ответов, полученных на тестировании
Зачтено	от 90 до 100
Зачтено	от 75 до 89,99
Зачтено	от 60 до 74,99
Не зачтено	менее 60

Таблица 11

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания

Устное выступление (семинар, доклад)

Дескрипторы	Образцовый, примерный;	Законченный, полный ответ	Изложенный, раскрытый	Минимальный ответ	Оценка
-------------	------------------------	---------------------------	-----------------------	-------------------	--------

	достойный подражания ответ (отлично)	(хорошо)	ответ (удовлетворительно)	(неудовлетворительно)	
Раскрытие проблемы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или не обоснованы.	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	
Представление	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Используются все необходимые профессиональные термины.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано большинство необходимых профессиональных терминов.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Профессиональная терминология использована мало.	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	
Оформление	Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3–4 ошибки в представляемой информации.	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации.	
Ответы на вопросы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров.	Ответы на вопросы полные и/или частично полные.	Только ответы на элементарные вопросы.	Нет ответов на вопросы.	
Умение держаться на аудитории, коммуникативные навыки	Свободно держится на аудитории, способен к импровизации, учитывает обратную связь с аудиторией.	Свободно держится на аудитории, поддерживает обратную связь с аудиторией.	Скован, обратная связь с аудиторией затруднена.	Скован, обратная связь с аудиторией отсутствует, не соблюдает нормы речи в простом высказывании.	
Итог					

Письменная работа (реферат и т. д.)

Критерии оценки	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Обоснование актуальности темы				
Качество оценки степени разработанности темы в специальной литературе				
Степень реализации поставленной цели и задач				
Объем и глубина раскрытия темы				
Наличие материала, ориентированного на практическое использование				
Достоверность и обоснованность полученных результатов и выводов				
Степень оригинальности текста				
Эрудиция, использование междисциплинарных связей				
Соблюдение требований к структуре работы				
Качество оформления работы с учетом требований				
Информационная культура (цитирование, оформление списка использованной литературы)				
Общая оценка				

Практическое (практико-ориентированное) задание

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Хорошо	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Удовлетворительно	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, путаясь в профессиональных понятиях.
Неудовлетворительно	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

Деловые игры / тренинги

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	Даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены практические задачи; при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Хорошо	Даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно

	увязывались с требованиями руководящих документов, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов; ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.
Удовлетворительно	Даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач обучающийся использовал прежний опыт и не применял новые методики выполнения расчетов и экспресс-оценки показателей эффективности управления организацией, однако на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.
Неудовлетворительно	Не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым «удовлетворительно».

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Материалы для подготовки к зачету

Таблица 12

Материалы, необходимые для оценки знаний (примерные теоретические вопросы) к зачету

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1.	Основные понятия теории и практики менеджмента	ПК-1
2.	«Доиндустриальные» концепции менеджмента	ПК-1
3.	Школа научного менеджмента (Ф. Тейлор, Г. Эмерсон, Г. Форд)	ПК-1
4	Административная (классическая) школа менеджмента (А. Файоль)	ПК-1
5	Концепция человеческих отношений, поведенческая (ресурсная) концепция (Э. Мейо, М. П. Фоллетт).	ПК-1
6	Уровни управления организацией туристской индустрии.	ПК-1
7	Основные факторы внешней и внутренней среды организации туристской индустрии	ПК-1
8	Характеристика функций управления	ПК-1
9	Понятие товара и услуги в маркетинге туристской индустрии.	ПК-9
10	Основные классификации товаров и услуг.	ПК-9
11	Концепция жизненного цикла товаров.	ПК-9
12	Разработка и содержание товарной политики предприятия	ПК-9

	индустрии туризма.	
13	Процесс ценообразования в: сущность и этапы.	ПК-9
14	Внешние факторы ценообразования.	ПК-9
15	Разработка ценовой стратегии предприятия.	ПК-9
16	Разработка стратегии охвата рынка.	ПК-9
17	Каналы сбыта и обоснование их выбора.	ПК-9
18	Сбытовые издержки предприятия индустрии туризма.	ПК-9
19	Торговые партнеры предприятия индустрии туризма.	ПК-9
20	Технология и организация маркетинговых исследований рынка.	ПК-9
21	Технология социально-культурной сегментации (по стилю жизни) рынка.	ПК-9
22	Система маркетинговых исследований.	ПК-9

Таблица 13

**Материалы, необходимые для оценки умений и владений
(примерные практико-ориентированные задания)**

№ п/п	Темы примерных практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1.	Терминология менеджмента	ПК-1
2.	Схематическое изображение функций менеджмента	ПК-1
3.	Графическое изображение взаимосвязанности внутренних переменных организации (системная модель).	ПК-1
4.	Характеристика пирамиды потребностей А. Маслоу	ПК-1
5.	Графическое изображение SWOT-анализа предприятия.	ПК-1
6.	Графическое изображение факторов внешней среды организации организации.	ПК-1
7.	Пирамида уровней управления.	ПК-1
8.	Терминология маркетинга (рынок; товар; услуга; маркетинг; демаркетинг, ремаркетинг и т.д.)	ПК-9
9.	Назовите основные функции маркетинга	ПК-9
10.	Назовите основные объекты и содержание маркетинговых исследований.	ПК-9
11.	Графическое изображение процесса ценообразования	ПК-9
12.	Основные составляющие коммуникационной политики предприятия туриндустрии	ПК-9

**6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов,
эссе и творческих заданий по дисциплине**

Написание рефератов (эссе, творческих заданий) не предусмотрено.

6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена.

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций

6.3.4.1. Планы семинарских занятий

Семинар № 1. Тема «Эволюция концепций менеджмента» (проходит в форме дискуссии).

Вопросы для обсуждения:

1. Генезис менеджмента.
 - 1.1. «Доиндустриальные» концепции менеджмента.
 - 1.2. Школа научного менеджмента (Ф. Тейлор, Г. Эмерсон, Г. Форд).
 - 1.3. Административная (классическая) школа менеджмента (А. Файоль).
 - 1.4. Концепция человеческих отношений, поведенческая (ресурсная) концепция (Э. Мейо, М. П. Фоллетт).
 - 1.5. Современные концепции менеджмента.
2. Эволюция теории и практики управления в России.
 - 2.1. Развитие управления до 1917 г.
 - 2.2. Советский период развития теории и практики управления.
 - 2.3. Современный этап развития управления в России.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Дункан, Дж. У. Основопологающие идеи в менеджменте : уроки основоположников менеджмента и управленческой практики / Дж. Дункан. – М. : Дело, 1996. – 271 с.
2. История менеджмента : учеб. пособие / под ред. Д. В. Валового. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 256 с.
3. Кравченко, А. И. История менеджмента : учеб. пособие для студ. вузов / А. И. Кравченко ; Мос. гос. ун-т культуры. – М. : Альма-Матер ; Академический Проект, 2008. – 560 с. – (Учебное пособие для вузов).
4. Лукашевич, В. В. Генезис социально-экономических концепций менеджмента / В. В. Лукашевич ; МГУП. – М., 2003. – 153 с.
5. Менеджмент и рынок : Германская модель : учеб. пособие. – М. : Изд-во «БЕК», 1995. – 480 с.
6. Мескон, М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1994. – 702 с.
7. Уткин, Э. А. История менеджмента / Э. А. Уткин. – М. : ААИ «Тандем»; Изд-во «ЭКСМО», 1997. – 224 с.

Семинар № 2. Тема «Основные функции и методы управления» (проходит в форме дискуссии).

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и виды функций управления.

- 1.1. Общие функции предприятия.
- 1.2. Функция администрирования.
- 1.3. Анализ функций управления.
2. Функции управления: организация и технологии реализации.
 - 2.1. Планирование.
 - 2.2. Организация.
 - 2.3. Регулирование.
 - 2.4. Контроль.
 - 2.5. Мотивация.
 - 2.6. Коммуникация.
 - 2.7. Лидерство.
3. Методы управления: сущность, технологии управленческого воздействия.
 - 3.1. Организационно-административные методы управления.
 - 3.2. Экономические методы управления.
 - 3.3. Правовые методы управления.
 - 3.4. Социально-психологические методы управления.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

Аристов, О. В. Управление качеством : учеб. для студ. вузов / О. В. Аристов. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 240 с. : ил. – (Высш. образование).

Бухалков, М. И. Планирование на предприятии : учеб. для студ. вузов, обучающ. по экон. спец. / М. И. Бухалков. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 416 с. : ил. – (Высшее образование).

Веснин, В. Р. Менеджмент : учеб. / В. Р. Веснин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Проспект, 2005. – 504 с.

Виханский, О. С. Менеджмент : учеб. / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Экономика, 2005. – 288 с.

Герчикова, И. Н. Менеджмент : практикум : учеб. пособие / И. Н. Герчикова. – 2-е изд. перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 799 с. – (Золотой фонд рос. учебников).

Горемыкин, В. А. Планирование на предприятии : учеб. для студ. вузов / В. А. Горемыкин. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Высшее образование, 2007. – 609 с. – (Основы наук).

Дафт, Р. Л. Менеджмент / Ричард Л. Дафт. – Изд. 2-е. – СПб. : Питер, 2002. – 832 с. – (Сер. «Теория и практика менеджмента»).

Комаров, Е. И. Эффективное издательство. Менеджмент и маркетинг в издательской деятельности : учеб.-метод. пособие / Е. И. Комаров, Н. П. Маковеев. – М. : Логос, 2000. – 239 с.

Мазур, И. И. Управление качеством : учеб. пособие / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро. – 2-е изд. – М. : Омега-Л, 2005. – 400 с. – (Успешный менеджмент).

Степанова, Г. Н. Стратегический менеджмент. Планирование на предприятии : учеб. пособие / Г. Н. Степанова; Моск. гос. ун-т печати. – М. : Изд-во МГУП, 2001. – 136 с.

Семинар № 3. Тема «Организационная структура предприятия туристской индустрии»
(проходит в форме дискуссии).

Вопросы для обсуждения:

1. Иерархия в организации и ее звенность.
2. Распределение прав и ответственности. Делегирование полномочий.
3. Централизация и децентрализация.
4. Дифференциация и интеграция.
5. Типология организационных структур.
 - a. Типы организаций по взаимодействию с внешней средой.
 - b. Типы организаций по взаимодействию подразделений.
 - c. Типы организаций по взаимодействию с человеком.
 - d. Новые подходы к построению организационных структур.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

Веснин, В. Р. Менеджмент : учеб. / В. Р. Веснин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Проспект, 2005. – 504 с.

Виханский, О. С. Менеджмент : учеб. / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Экономистъ, 2005. – 288 с.

Герчикова, И. Н. Менеджмент : практикум : учеб. пособие / И. Н. Герчикова. – 2-е изд. перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 799 с. – (Золотой фонд рос. учебников).

Дафт, Р. Л. Менеджмент / Ричард Л. Дафт. – Изд. 2-е. – СПб. : Питер, 2002. – 832 с. – (Сер. «Теория и практика менеджмента»).

Красовский, Ю. Д. Организационное поведение : учеб. пособие / Ю. Д. Красовский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 511 с.

Кузнецов, Б. А. Экономика и организация издательской деятельности : учеб. для вузов / Б. А. Кузнецов. – М. : АСТ; Астрель, 2006. – 320 с. – (Высш. шк.).

Сергеев, А. М. Организационное поведение: тем, кто избрал профессию менеджера : учеб. пособие / А. М. Сергеев. – 2-е изд. стереотип. -М. : Академия, 2006. – 288 с. – (Высш. профессиональное образование).

Соломанидина, Т. О. Организационная культура компании : учеб. пособие / Т. О. Соломанидина. – М. : Журнал «Управление персоналом», 2003. – 456 с. – (Б-ка журн. «Управление персоналом»).

Семинар № 4. Тема «Рынок как объект маркетинговой деятельности» (проходит в форме дискуссии).

Вопросы для обсуждения:

1. Туристский рынок России: структура, субъекты, современное состояние, тенденции развития.
2. Проблемы и перспективы развития туристского рынка.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

Дополнительные материалы к семинару:

1. Белова, В.П. Маркетинг туризма / В.П. Белова .— М. : ГАОУ ВПО МГИИТ имени Ю.А. Сенкевича, 2012.- <http://rucont.ru/efd/189672?cldren=0>
2. Восколович, Н.А. Маркетинг туристских услуг : учебник / Н.А. Восколович .— 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 .— <http://rucont.ru/efd/189672?cldren=0>

3. Дашкова, Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе / Т.Л. Дашкова .— учеб. пособие .— М. : ИТК "Дашков и К", 2010 .— Библиогр. - с. 70-71 .— <http://rucont.ru/efd/189672?cldren=0>

**Семинар № 5. Тема «Маркетинговые исследования туристского рынка»
(проходит в форме дискуссии).**

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы проведения маркетинговых исследований.
2. Основные направления комплексного исследования маркетинга гостиниц и предприятий питания.
3. Основные типы ситуаций в зависимости от характера факторов внешней среды.
4. Перечень факторов STEP-анализа для предприятий индустрии гостеприимства.
5. Метод SWOT-анализа.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

**Семинар № 6. Тема «Понятие товара и услуги в туристской индустрии»
(проходит в форме дискуссии).**

Вопросы для обсуждения:

1. Разработка товарного ассортимента.
2. Процесс разработки нового товара (услуги).
3. Организация сервисного обслуживания.

Материалы для подготовки семинару см. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

6.3.4.2. Задания для практических занятий

**Практическая работа № 1. Тема «Диагностика внешней и внутренней среды деятельности предприятия»
(творческое задание).**

Цель работы – освоение методики стратегического планирования.

Задание и методика выполнения:

Диагностика внешней и внутренней среды деятельности предприятия осуществляется в два этапа.

Этап 1. Анализ внешней среды.

Цель – выявление объективных угроз и возможностей для организации.

Фактически речь идет об анализе тех факторов, на которые повлиять нельзя, но необходимо учитывать и использовать с целью обеспечения наибольшего / наименьшего

эффекта для будущего организации. Главное правило: необходимо выявлять негативные тенденции / благоприятные возможности опережающе, т.е. до того, как они осуществились.

Во внешней среде выделяется две группы факторов, требующих анализа:

- факторы макроокружения;
- факторы непосредственного делового окружения.

Выявляются и анализируются следующие факторы макроокружения:

Факторы	Параметры проявления
1. Экономические	темпы инфляции, рост цен, уровень занятости, налоговые ставки, ставки кредитов, курс \$, объем общего платежеспособного спроса
2. Политические	<p>нормативная база деятельности предприятий: федеральные и региональные законы;</p> <p>нормативно-технические документы (технические регламенты, стандарты);</p> <p>общая политика государственной власти применительно к данной сфере производства / потребления: проблемы государственной поддержки, прямого и косвенного кредитования, дотирования, возможности использования «административного ресурса» и пр.;</p> <p>деятельность «групп влияния» (политических, общественных, религиозных и т.д.)</p>
3. Социально-демографические, культурные	численность, половозрастная структура населения, уровень образования, доходов и пр.; изменение культурных стереотипов, ценностей — отношение к себе, окружающим, обществу, социальным институтам, государству, мирозданию; структура свободного времени, формы досуга и т.д.
4. Технологические	технологические инновации, их влияние на спрос, скорость

Факторы непосредственного делового окружения, подлежащие выявлению и анализу

Факторы	Параметры проявления
Покупатели	<ul style="list-style-type: none"> ▪ географическое месторасположение покупателя; ▪ демографические характеристики покупателя, такие, как возраст, образование, сфера деятельности и т.п.; ▪ социально-психологические характеристики покупателя, отражающие его положение в обществе, стиль поведения, вкусы, привычки и т.п.; ▪ отношение покупателя к продукту, отражающее, почему он покупает данный продукт, является ли он сам пользователем продукта, как оценивает продукт и т.п.; ▪ «рыночная сила» покупателя
Поставщики	<ul style="list-style-type: none"> ▪ стоимость поставляемого товара; ▪ гарантия качества поставляемого товара; ▪ временной график поставки товаров; ▪ пунктуальность и обязательность выполнения условий поставки товара; ▪ «рыночная сила» поставщика
Конкуренты	сильные и слабые стороны, доли рынка, стратегии, источники и типы конкурентных преимуществ
Рынок рабочей силы	<ul style="list-style-type: none"> ▪ наличие на нем кадров необходимой специальности и квалификации, необходимого уровня образования, необходимого возраста, пола и т.п.; ▪ стоимость рабочей силы; ▪ анализ политики профсоюзов, имеющих влияние на этом рынке, так как в ряде случаев они могут сильно ограничивать доступ к необходимой для организации рабочей силе

Результаты анализа внешней среды оформляются в виде матриц возможностей / угроз.

Матрица возможностей Влияние возможностей на организацию

	Сильное влияние	Умеренное влияние	Малое влияние
Вероятность использования возможностей	Высокая вероятность Поле «ВС»	Поле «ВУ»	Поле «ВМ»
	Средняя вероятность Поле «СС»	Поле «СУ»	Поле «СМ»
	Низкая вероятность Поле «НС»	Поле «НУ»	Поле «НМ»

Матрица угроз

Влияние угроз на организацию

	Разрушение	Кризис	Тяжелое состояние	«Легкие ушибы»
Вероятность реализации угроз	Высокая вероятность Поле «ВР»	Поле «ВК»	Поле «ВТ»	Поле «ВЛ»
	Средняя вероятность Поле «СР»	Поле «СК»	Поле «СТ»	Поле «СЛ»
	Низкая вероятность Поле «НР»	Поле «НК»	Поле «НТ»	Поле «НЛ»

Этап 2. Анализ внутренней среды.

Цель – выявление сильных и слабых сторон в деятельности самой организации.

По сути, это управленческий анализ (диагностика) 5 основных функциональных зон любой организации.

Функциональные зоны	Параметры анализа
1. Маркетинг	ограниченный / расширенный ассортимент, его ширина/глубина, отличительные характеристики товара, его имидж, жизненный цикл товара, объем сбыта (физическое / денежное выражение), распределение по каналам сбыта, динамика роста продаж, чувствительность покупателей к ценам / сбыту / коммуникации
2. Финансы	показатели прибыльности, рентабельности (производственных фондов, инноваций), формирование и распределение прибыли, ликвидность предприятия (размер его капитализации)
3. Производство	уровень издержек, себестоимость продукции, эффективность управления производством, выбор поставщиков, новых материалов, качество продукции
4. Персонал	стержневые квалификации (ключевые компетенции) персонала, требования к сотрудникам в данной сфере, уровень квалификации и компетентности руководства и специалистов, система стимулирования, подготовка и повышение квалификации, текучесть кадров
5. Культура и образ организации	доминирующие типы поведения, социально-психологический климат / конфликты, обычаи и традиции коллектива, восприятие организации со стороны поставщиков, конкурентов, потребителей, общества, желательный образ, репутация фирмы
6. Система управления	коммуникационные процессы; организационные структуры; нормы, правила, процедуры; распределение прав и ответственности; иерархия подчинения.

Результаты анализа внутренней среды оформляются в виде перечня сильных сторон / слабых сторон

Функциональные зоны	Сильные стороны	Слабые стороны
Маркетинг		
Производство		
Финансы		
Персонал		
Культура и образ		

Итог работы представляется в виде перечня позиций (возможностей / угрозы + сильные / слабые стороны), которые следует распределить по степени их важности. При этом каждая из позиций должна быть качественно и количественно выражена, сопровождается выводом ее влияния на будущее организации или, при необходимости, об изменении деятельности. *Факторы внутренней среды (достоинства / недостатки самой*

организации) необходимо привести в соответствие с внешними силами (возможностями / угрозами).

Оформляется работа в виде матрицы «Возможности / Угрозы – Сильные стороны / Слабые стороны»

	Возможности	Угрозы
	1. 2. 3.	1. 2. 3.
Сильные стороны	ПОЛЕ «СИБ»	ПОЛЕ «СИУ»
Слабые стороны	ПОЛЕ «СЛВ»	ПОЛЕ «СЛУ»

Практическая работа № 2. Тема «Установление миссии и целей предприятия» (творческое задание).

Цель работы – освоение методики стратегического планирования

Задание и методика выполнения:

Формулировка миссии и целей выбранного предприятия осуществляется в два этапа.

І этап - формулировка *миссии организации*.

Миссия – общая цель организации, которая выражает причину ее существования.
Значение миссии:

- внутри фирмы: выработка персоналом единой позиции, укрепляющей организационную культуру + ориентир и основа для определения целей организации и выбора ее стратегии;
- вне фирмы: формирование цельного образа (имиджа) организации = какую экономическую, социальную, культурную роль она играет + какого восприятия со стороны потребителей, контрагентов, общества она добивается.

Определение миссии включает:

1. Описание области деятельности — ответ на вопрос: «Какой предпринимательской деятельностью мы занимаемся?»

В данном случае определять свой бизнес необходимо не в терминах конкретной технологии, товара, а через основную функцию / потребность, которые удовлетворяет этот товар. Основные принципы:

- * Для покупателя товар — это польза, которую он приносит.
- * Товар покупается не сам по себе, а как решение определенной проблемы, удовлетворение определенной потребности.
- * Различные технологии могут дать нужное решение.
- * Базовые потребности остаются неизменными, в то время как технологии меняются.
Особое внимание: крайне важно формулировать миссию в терминах базовой (родовой) потребности, а не в терминах товара.

2. Описание истории фирмы — краткая информация о возникновении и развитии фирмы.

Важно для понимания ее нынешнего положения (статуса) и значения отдельных внеэкономических целей. Качественное своеобразие и прошлые достижения – один из факторов, влияющих на выбор новых направлений деятельности, выпуска новых товаров.

3. Указание на приоритетные цели и ограничения.

Приоритетные (главные) цели могут быть как экономическими (увеличение доли рынка, снижение издержек производства, повышение прибыли), так и внеэкономическими (доверие, уважение и репутация для клиентов, работников, общества и т.д.). Приоритетные цели являются и ограничениями (отказ от некоторых видов деятельности, выпуска отдельных товаров и пр.).

4. Указание на основные стратегические притязания.

Характеристика общей политики фирмы на базовом рынке и тех позиций, к которым она стремится. Это касается выбора конкурентной стратегии (см. этап 4) и определения собственных конкурентных преимуществ.

Для формулировки миссии необходимо оценить все факторы, перечисленные ниже, и ответить на следующие вопросы.

факторы	вопросы	ответы
Товары / Услуги	Какие базовые потребности удовлетворяют наши товары / услуги?	
Рынок / Потребители	Кто покупает нашу продукцию?	
Проблема выживания	Какую экономическую цель мы преследуем?	
Философия	Каковы наши убеждения, ценности, приоритетные устремления?	
Представление о себе	Каковы наши заявляемые качества и конкурентные преимущества?	
Желательный имидж	К какому образу мы стремимся? Какую ответственность несем перед обществом?	
Размещение	Где мы ведем конкурентную борьбу?	
Технология	Какова наша базовая технология?	
Социальная ответственность	Каковы наши позиции по отношению к персоналу?	

Критерии оценки результатов этапа формулировки миссии

1. Значимость для организации.
2. Выполнимость в будущем.
3. Выполнимость в настоящем.

II этап - формулировка и установка *общефирменных целей*.

Цели различаются по содержанию и по показателям.

Функциональные зоны	Параметры анализа
1. Маркетинг	ограниченный / расширенный ассортимент, его ширина/глубина, отличительные характеристики товара, его имидж, жизненный цикл товара, объем сбыта (физическое / денежное выражение), распределение по каналам сбыта, динамика роста продаж, чувствительность покупателей к ценам / сбыту / коммуникации
2. Финансы	показатели прибыльности, рентабельности (производственных фондов, инноваций), формирование и распределение прибыли, ликвидность предприятия (размер его капитализации)
3. Производство	уровень издержек, себестоимость продукции, эффективность управления производством, выбор поставщиков, новых материалов, качество продукции
4. Персонал	стержневые квалификации (ключевые компетенции) персонала, требования к сотрудникам в данной сфере, уровень квалификации и компетентности руководства и специалистов, система стимулирования, подготовка и повышение квалификации, текучесть кадров
5. Культура и образ	доминирующие типы поведения, социально-психологический климат /

организации	конфликты, обычаи и традиции коллектива, восприятие организации со стороны поставщиков, конкурентов, потребителей, общества, желательный образ, репутация фирмы
6. Система управления	коммуникационные процессы; организационные структуры; нормы, правила, процедуры; распределение прав и ответственности; иерархия подчинения.

Данный перечень целей может быть продолжен. Задача проектировщика – выявив узловые проблемы, обозначить пути их решения в виде системы целей.

Итог работы – заполненная таблица «Матрица разработки и формулировки целей»

содержание целей	временной диапазон		
	краткосрочные (...)	среднесрочные (...)	долгосрочные (...)
Прибыль	Сократить издержки производства	Увеличить товарооборот на ... %	Добиться объема продаж ... млн. руб.
Потребители	Удерживать постоянных клиентов	Расширить число постоянных клиентов	Увеличить долю рынка на ... %
Продукция	Повысить конкурентоспособность	Расширить ассортимент	Найти новую рыночную нишу
Персонал	Переподготовка сотрудников	Пригласить новых специалистов	Подготовить высококвалифицированных специалистов
Управление	Выявить основные проблемы	Организация коммуникации между подразделениями	Сформировать управленческую команду
Социальная ответственность	Организовать систему инновационных предложений	Разработать новую систему стимулирования	Перейти на участие персонала в прибылях (до 10 %)
Поставщики	Поиск новых поставщиков ресурсов	Переход на отечественное сырьё / услуги	Новая система поставок
Сбыт	Торговые посредники	Реорганизация структуры сбыта	Система торгового маркетинга

При сохранении общей структуры матрицы необходимо:

- определить временной диапазон планирования;
- сформулировать конкретные цели;
- осуществить их взаимосвязь.

Критерии оценки результатов работы формулировки и установки общефирменных целей:

1. Конкретность / Измеримость.

Конкретная измеримая цель — основа для принятия решения и оценки результатов работы.

2. Ориентация во времени.

Цели делятся на долгосрочные — до 5 лет, среднесрочные — 1-5 лет, краткосрочные — до 1 года. Сначала устанавливаются долгосрочные цели, имеющие свободные границы. Затем среднесрочные и, наконец, краткосрочные, которые всегда конкретны и могут охватывать сразу несколько аспектов деятельности организации. Правило: краткосрочные цели всегда должны обеспечивать достижение долгосрочных.

3. Достижимость.

Цели должны быть реальными (с учетом доступности необходимых ресурсов, технологий, квалификаций), но не легкими, чтобы создать мотивацию.

4. Совместимость.

Установленные цели должны взаимно поддерживать друг друга, т.е. достижение одной цели не должно препятствовать достижению другой.

Практическая работа № 3. Тема «Выбор и определение стратегии предприятия»
(творческое задание).

Цель работы – освоение методики стратегического управления.

Задание и методика выполнения:

Фактически выбор той или иной стратегии — это ответ на вопрос: «Каким путем мы пойдем к намеченной цели?»

Выбор стратегии основывается на анализе позиционирования каждой ассортиментной группы / товара с точки зрения привлекательности рынков товара и конкурентного преимущества, которыми обладает фирма на каждом из этих рынков. Анализ **портфеля рынков товара** (набора товаров, предназначенных для различных рынков) может быть осуществлен на основе метода Бостонской консалтинговой группы – «матрица рост-доля рынка». Этот метод позволяет сравнивать долю рынка фирмы (ее продукции) с темпами роста этого рынка.

Темп роста рынка	Высокий	Звезда	Знак вопроса
	Низкий	Дойная корова	Собака
		Высокая	Низкая
		Относительная доля рынка	

Матрица «рост – доля рынка» (метод БКГ)

Результат использования матрицы — 4 группы рынков товара / 4 группы приоритетных стратегических целей

- **«Дойные коровы»** («медленный рост / высокая доля») — товары, приносящие основную прибыль, минимум финансовых потребностей для поддержания их доли рынка. Приоритетная стратегическая цель — «сбор урожая» (получение максимальной прибыли). Выбор стратегии — умеренный рост.
- **«Собаки»** («медленный рост / малая доля») — товары, занимающие самую невыгодную позицию на рынке. Рынок не развивается (спрос стабилен или уменьшается), товар не обладает особым конкурентным преимуществом. Сохранение данной группы товаров требует значительных финансовых ресурсов при невысоких шансах на улучшение. Приоритетная стратегическая цель — уход с рынка (деинвестирование) или низкая активность. Выбор стратегии — сокращение (отсечение лишнего).
- **«Знак вопроса»** («высокий рост / малая доля») — товары, имеющие шанс на успех (т.к. рынок расширяется), но требующие значительных средств на увеличение доли рынка. При отсутствии инвестирования — перспектива движения в группу «собак». Приоритетная стратегическая цель — инвестирование / увеличение доли рынка или деинвестирование / селективное развитие. Выбор стратегии — умеренный рост / сокращение.
- **«Звезды»** («высокий рост / высокая доля») — товары-лидеры на быстро растущем рынке, но требующие значительных инвестиций для поддержания роста. Благодаря своей конкурентоспособности дают значительные прибыли, по мере созревания рынка — движение в группу «дойных коров». Приоритетная стратегическая цель — сохранение лидерства. Выбор стратегии — рост.

Существуют 4 основные (общие) стратегии

Характеристик и	Стратегии			
	Ограниченный рост	Рост	Сокращение	Сочетание
Сущность	Цели устанавливаются от достигнутого (с учетом инфляции)	Значительное повышение уровня целей по сравнению с предыдущим	Цели на год - ниже достигнутого в прошлом	Сочетание нескольких предыдущих стратегий по группам товаров
Область реализации	Стабильные рынки, отрасли, технологии	Динамично развивающиеся отрасли (рынки) с быстро меняющейся технологией	Стагнирующие рынки, застой в отрасли, экономический спад	Крупные фирмы, работающие на разных рынках, производящие разные товары
Причина выбора	Удовлетворенность своим положением, наименее рискованный способ действий	Стремление к диверсификации, краткосрочному росту, увеличению доли рынка	Ухудшение показателей деятельности, отсечение убыточного производства, спасение организации	Масштаб организации

Перечисленные стратегии (умеренного роста, роста, сокращения, сочетания) являются обцими. В рамках каждой из них возможен дальнейший выбор конкретных стратегических альтернатив.

Выделяют две группы стратегий:

1. Стратегии функционирования — в рамках общего стратегического выбора — «умеренный рост».

Данные стратегии основаны на анализе причин конкурентного преимущества товаров фирмы. Конкурентное преимущество — характеристики, свойства товара, создающие для фирмы превосходства над прямыми конкурентами.

Два вида конкурентного преимущества:

- **Внешнее** — отличительные свойства товара, создающие особую ценность для покупателя. Внешнее конкурентное преимущество увеличивает **«рыночную силу»** фирмы (можно продавать свой товар по более высокой рыночной цене, чем приоритетный конкурент).
- **Внутреннее** — отличительные свойства товара, создающие «ценность для производителя». Внутреннее конкурентное преимущество увеличивает **«производительность»** фирмы в отношении издержек производства, управления фирмой или товаром (можно добиться себестоимости товара ниже, чем у конкурентов).

Исходя из двух факторов: тип конкурентного преимущества («производительность» / «рыночная сила») и целевого рынка (рынок в целом / его сегмент), выделяют три базовые стратегии функционирования.

1.1. СТРАТЕГИЯ ЛИДЕРСТВА ЗА СЧЕТ ЭКОНОМИИ НА ИЗДЕРЖКАХ опирается на «производительность».

Реализация: контроль за постоянными расходами, значительные инвестиции в производство, тщательная разработка новых товаров, выпуск простых в изготовлении, стандартизированных товаров, снижение издержек на сбыт и рекламу. Доминирует производство. Цель – максимально снизить издержки (себестоимость) по сравнению с конкурентами.

1.2. СТРАТЕГИЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ опирается на «рыночную силу».

Реализация: дифференциация товаров возможна с помощью формирования определенного имиджа марки, обозначения / признания технологического совершенства товара, внимания к его внешнему виду, послепродажному сервису. Это требует значительных инвестиций в операционный маркетинг (главным образом, в рекламу), организации системы слежения за эволюцией рынка, координации разработки новых

товаров (НИОКР), производства и маркетинга. Цель – придать товару такие отличительные свойства, которые были бы важны для покупателя и выделяли бы его среди предложений конкурентов.

1.3. **СТРАТЕГИЯ КОНЦЕНТРАЦИИ (СПЕЦИАЛИЗАЦИИ)** — концентрация на удовлетворении потребностей одного сегмента без стремления охватить весь рынок.

Реализация: может опираться как на «рыночную силу» (дифференциацию), так и на «производительность» (лидерство по издержкам), но лишь в рамках целевого сегмента рынка. Цель – удовлетворять потребности выбранного целевого сегмента лучше, чем конкуренты.

2. **Стратегии роста** — в рамках общего стратегического выбора — «рост».

2.1. **ИНТЕНСИВНЫЙ РОСТ** — стратегии роста на базовом рынке.

2.1.1. **Стратегия проникновения на рынок** — увеличить объем продаж имеющихся товаров на существующих рынках

Способ	Цель	Решения
Развитие первичного спроса	увеличить размер рынка	<ul style="list-style-type: none"> • привлечение новых пользователей товара; • побуждение к более частому употреблению товара; • побуждение к большему разовому потреблению; • поиск новых возможностей использования товаров.
Увеличение доли рынка	привлечь клиентов фирм-конкурентов	<ul style="list-style-type: none"> • активизация продвижения товара; • улучшение свойств, изменение позиционирования товара; • значительное снижение цены; • укрепление / изменение сбытовой сети ; • проведение мероприятий по стимулированию сбыта.
Приобретение рынков	увеличение доли рынка немаркетинговым и средствами	<ul style="list-style-type: none"> • покупка фирмы-конкурента; • создание совместного предприятия.
Защита своих позиций	поддержание уровня проникновения на рынок	<ul style="list-style-type: none"> • активизация операционного маркетинга; • небольшие улучшения товара и его позиционирование; • защитная стратегия ценообразования; • укрепление сбытовой сети; • усиление / переориентация средств по стимулированию сбыта.
Рационализация рынка	снижение издержек / повышение эффективности операционного маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> • сфокусироваться на самых рентабельных сегментах; • обратиться к самым эффективным дистрибьюторам; • уйти из некоторых сегментов.
Организация рынка	влияние на уровень экономической эффективности рынка	<ul style="list-style-type: none"> • при поддержке государственных органов установить правила конкурентной борьбы в отрасли; • создать профессиональное объединение (в т.ч. для сбора информации); • заключить соглашение о стабилизации / сокращении производства, цен.

Практическая работа № 4. Тема «Характеристика маркетинговой деятельности туристического предприятия» (творческое задание).

Цель работы – формирование навыков осмысления маркетинговой деятельности предприятия.

Задание и методика выполнения:

Описание маркетинговой деятельности предприятия должно строиться по следующей схеме.

1. Характеристика рынка / отрасли предприятия. Основные параметры:

- рост / стагнация / спад рынка;

- емкость (физическое / денежное выражение);
- среднее потребление товара на душу населения;
- сложность проникновения на рынок;
- тенденции изменения цен;
- коммуникационные каналы (реклама).

2. Описание структуры и интенсивности конкуренции. Основные параметры:

- наличие / отсутствие замещающих товаров, потенциальных конкурентов;
- наличие барьеров входа/выхода с рынка;
- уровень концентрации (консолидации) рынка;
- сильные и слабые стороны прямых конкурентов, их доли рынка, стратегии, источники и типы конкурентных преимуществ;
- концентрация поставщиков, посредников, покупателей.

3. Рыночные позиции предприятия. Основные параметры:

- доля рынка в % от общей ёмкости;
- тенденции продаж по товарам, группам потребителей, каналам сбыта;
- темпы роста продаж / доли рынка в сравнении со среднерыночными;
- соотношение уровня цен предприятия со среднерыночным;
- социально-демографический профиль в соответствующем сегменте рынка, ожидания и потребности покупателей, чувствительность к факторам маркетинга – цене, рекламе, стимулированию, имиджу.

4. Товарная политика предприятия. Основные параметры:

- ограниченный / расширенный ассортимент;
- ширина/глубина ассортимента;
- обновляемость ассортимента;
- отличительные характеристики товара;
- жизненный цикл товара;
- наличие системы управления ассортиментом;
- качество товаров/услуг предприятия (число рекламаций, претензий со стороны покупателей);
- наличие в ассортименте известных брендов.

5. Ценовая политика предприятия. Основные параметры:

- структура себестоимости продукции;
- соотношение себестоимости предприятия со среднеотраслевой;
- уровень цен на продукцию предприятия;
- отражение в цене уровня качества товара;
- наличие продуманной системы адаптации цен: торговые наценки / скидки;
- чувствительность спроса по цене;
- динамика цен на продукцию предприятия в сравнении со среднерыночными ценами, темпами инфляции.

6. Сбытовая политика предприятия. Основные параметры:

- объем сбыта (физическое / денежное выражение);
- уровень дистрибуции продукции предприятия;
- распределение продаж по каналам сбыта;
- уровень концентрации сбыта;
- используемые стратегии охвата рынка;
- степень соответствия товара, возможностей предприятия построенной системе сбыта.

7. Коммуникационная политика предприятия. Основные параметры:

- используемые коммуникационные каналы и средства продвижения;
- эффективность коммуникации с потребителями (уровень спонтанной и остаточной известности);
- интенсивность коммуникационных мероприятий;
- темы, творческий уровень рекламы;

- соответствие ожиданиям целевой аудитории.

Описание маркетинговой деятельности предприятия по указанным направлениям и параметрам должно позволить сделать выводы о сильных и слабых сторонах маркетинга на предприятии и направлениях его совершенствования.

Практическая работа № 5. Тема «Продукт в туристском бизнесе» (творческое задание).

Цель работы – формирование навыков анализа маркетинговой деятельности организации.

Задание и методика выполнения:

1 этап:

1. Выявить по материалам профессиональной периодической печати десять информационных материалов с товарным предложением различных туристических организаций.

2. Выписать товарные характеристики, определяемые туристическими агентствами как конкурентные преимущества. Сравнить предлагаемые товарные качества, выявить часто повторяемые и специфические. При аналитическом изучении материала заполнить таблицу 1.

Таблица 1

№№	Туристическая организация	Название продукта (услуги)	Характеристики

3. Сделать вывод о специфичности или общности предлагаемых конкурентных преимуществ. Обозначить наиболее привлекательное, на ваш взгляд, товарное предложение.

Практическая работа № 6. Тема «Выбор и определение стратегии предприятия туристической индустрии» (творческое задание).

Цель работы – формирование навыков анализа маркетинговой деятельности предприятия.

Задание и методика выполнения:

1. Выбрать для изучения одну из составляющих макросреды маркетинга (демографическая, экономическая, природная, технологическая, политико-законодательная, социокультурная среда).

2. Охарактеризовать источники по степени и качеству информации об исследуемом факторе внешней среды.

3. Законспектировать основные количественные и качественные показатели, значимые для исследуемого сектора книгоиздания.

4. Описать состояние исследуемого объекта и показать воздействие факторов макросреды на его функционирование.

5. Определить влияние выявленных показателей на дальнейшее развитие исследуемого сектора в течение 3 – 5 лет (заполнить таблицу).

Блок результатов

Факторы внешней среды	Основные тенденции
Политические:	
Экономические:	
Демографические:	
Социокультурные:	
Технологические:	
Природные:	

6. Оценить влияние факторов внешней среды на исследуемый сектор туристического рынка (положительное или отрицательное), сравнить тенденции изучаемого сегмента рынка с общими тенденциями туристического рынка.

Рекомендуемая литература

Статьи из периодической печати (журналы «Гостиница и ресторан: бизнес и управление», «Гостиничное дело», «Региональный туризм: проекты, инвестиции, тенденции», «Современные проблемы сервиса и туризма», «Туризм: право и экономика», «Турист»).

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий

Мелкогрупповые/индивидуальные занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока)

Контрольная работа в учебном процессе не используется.

6.3.4.5. Тестовые задания

Тестовые задания включены в фонд оценочных средств. Используются тестовые задания в форме выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных, установление соответствия (последовательности), кейс-задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с локальными актами вуза.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине отражены в 4 разделе «Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий».

Анализ и мониторинг промежуточной аттестации отражен в сборнике статистических материалов: «Итоги зимней (летней) зачетно-экзаменационной сессии».

2. Для подготовки к промежуточной аттестации рекомендуется пользоваться фондом оценочных средств:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.1);
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. п. 6.2);
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.3).

3. Требования к прохождению промежуточной аттестации (зачет). Обучающийся должен:

- принимать участие в семинарских занятиях;
- своевременно и качественно выполнять практические работы;
- своевременно выполнять самостоятельные задания;
- пройти промежуточное тестирование.

4. Во время промежуточной аттестации используются:

- бланки билетов (установленного образца);
- список теоретических вопросов и база практических заданий, выносимых на зачет;
- описание шкал оценивания;
- справочные, методические и иные материалы.

1. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья фонды оценочных средств адаптированы за счет использования специализированного оборудования для инклюзивного обучения. Форма проведения текущей и итоговой аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т. п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы¹

1. Жукова, М. А. Менеджмент в туристском бизнесе: учеб. пособие / М. А. Жукова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: КноРус, 2013. – 2013. – 193 с.- Текст: непосредственный.
2. Зайцева, Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме :учеб. пособие для студ. вузов / Н. А. Зайцева. – М.: Академия, 2007. – 240 с.– Текст: непосредственный.
3. Менеджмент туризма: учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е. А. Гаврилова [и др.]. — Москва: Финансовый университет, 2014. — 576 с. — ISBN 978-5-4365-0133-8. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152024> (дата обращения: 15.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Шадрина, Л. Ю. Инновационный менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Электронное учебное пособие : учебное пособие / Л. Ю. Шадрина. — Санкт-Петербург: ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 171 с. — ISBN 978-5-94047-645-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/63812> (дата обращения: 15.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Ангелина, И. А. Маркетинг в туризме : учебное пособие / И. А. Ангелина. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. — 203 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/167636> (дата обращения: 15.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

¹ Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья печатными и электронными образовательными ресурсами осуществляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

6. Маркетинг туризма : учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — Москва : Финансовый университет, 2014. — 224 с. — ISBN 978-5-4365-0132-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152023> (дата обращения: 15.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
7. Лесников, А. М. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Электронное учебное пособие : учебное пособие / А. М. Лесников. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. — 191 с. — ISBN 978-5-94047-576-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/63769> (дата обращения: 15.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Информационные ресурсы

Базы данных:

Библиотека диссертаций и рефератов России. — Режим доступа: <http://www.dslib.net>
 Единое окно доступа к информационным ресурсам. — Режим доступа: <http://window.edu.ru>

Единый портал интернет-тестирования в сфере образования. — Режим доступа: www.i-exam.ru

«Киберленинка» Научная электронная библиотека. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>

Научная электронная библиотека E-library. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

Национальная электронная библиотека — Режим доступа: <http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>

Национальный открытый университет. — Режим доступа : <http://www.intuit.ru/>
 Образовательный ресурс по Adobe Photoshop. — Режим доступа: <http://photoshoplessons.ru/>

Росинформкультура: рос.система науч.-информ. Обеспечения культур. Деятельности: офиц. сайт. — Режим доступа: <http://infoculture.rsl.ru/RSKD/main.htm>

Российская книжная палата. — Режим доступа: <http://www.bookchamber.ru/>
 ФГУП НТЦ «Информрегистр». — Режим доступа:

<http://infoereg.ru/about/itemlist/category/49-obshhie-svedeniya>

ЭБС «Лань» — Режим доступа: <http://e.lanbook.com>

ЭБС «Рукопт» — Режим доступа: <http://rucont.ru>

Электронная библиотека диссертаций РГБ — Режим доступа: <http://www.dslib.net;>
 Polpred.com. Обзор СМИ. Россия и зарубежье — Режим доступа:

<http://polpred.com/news>

Web of Science — Режим доступа: <https://webofscience.com>.

Информационные справочные системы:

Гарант,

Консультант+

Использование информационных систем по дисциплине не предусмотрено

7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

<http://www.russiatourism.ru> — сайт Федерального агентства по туризму РФ

www.i-exam.ru — Единый портал интернет-тестирования в сфере образования.

<http://www.tourdom.ru> — журнал «Туризм»

<http://www.tourbus.ru/>- журнал «Туристический бизнес»
<http://www.tpnews.ru/>- журнал «туризм: практика, проблемы, перспективы»
<http://www.tourinfo.ru/> - журнал «Турифо»
<http://www.rtg.ru/> - «Российская туристская газета»
<http://www.voyagemagazine.ru> – журнал «Вояж»
<http://www.d-mir.ru/>- «Туризм и отдых»
<http://www.geo-on-line.newmail.ru/>- журнал «GEO»
<http://www.oip.ru/>- журнал «Отдых и путешествия»
<http://www.rustur.ru> – журнал «Отдых в России»
<http://www.lumarx.com/Aboutrjet.htm> - российский журнал «Экотуризм»
<http://www.kommersant.ru> - газета «Коммерсант-Туризм»
http://www.kfrmat.ru/tostudents/library/periodic_review/- обзор статей из журналов «Туризм: практика, проблемы, перспективы», «Турбизнес» на сайте Российской международной академии туризма
<http://ucpr.arbicon.ru/vnac00.htm> - «Вестник Национальной академии туризма»
http://www.pressa.ru/Docsfile/list/id_pub/50229- журнал «Путешествие по России»
<http://www.pressa.ru/Themecontent/show/pade/2/tema/Sport-Puteshestviya/sort/pop/> - электронные версии печатных изданий по вопросам туризма
http://www.mgus.ru/science-journal/present_problem_of_service_and_tourism/- журнал «Современные проблемы сервиса и туризма»
<http://www.ttg-russia.ru/>- Туристская деловая газета

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Комплексное изучение обучающимися дисциплины предполагает: овладение материалами лекций, учебной и дополнительной литературой, указанной в рабочей программе дисциплины; творческую работу обучающихся в ходе проведения семинарских (практических, индивидуальных) занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Основой для подготовки обучающегося к семинарским занятиям являются лекции и издания, рекомендуемые преподавателем (см. п. 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы).

Основной целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала и ходом выполнения обучающимися самостоятельной работы, обсуждение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы семинарского занятия. При обсуждении на семинарах сложных и дискуссионных вопросов и проблем используются методики интерактивных форм обучения (*круглый стол, дискуссия, проект, ситуационные и творческие задания*), что позволяет погружать обучающихся в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки умений и владений.

Для успешной подготовки к семинарским занятиям обучающиеся в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Туризм», «Современные проблемы сервиса и туризма», «Гостиничное дело».

Основной целью практических занятий является отработка профессиональных

умений и владений навыками. В зависимости от содержания практического занятия могут быть использованы методики интерактивных форм обучения. Основное отличие активных и интерактивных упражнений и заданий в том, что они направлены не только и не столько на закрепление уже изученного материала, сколько на изучение нового.

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Туризм», «Современные проблемы сервиса и туризма», «Гостиничное дело» (задания для самостоятельной работы см. в Разделе 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине).

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с обучающимися в ходе изучения материала данной дисциплины.

Выбор методов обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется с учетом особенностей восприятия ими учебной информации, содержания обучения, методического и материально-технического обеспечения. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

Таблица 14

Оценочные средства по дисциплине с учетом вида контроля

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
Аттестация в рамках текущего контроля	Средство обеспечения обратной связи в учебном процессе, форма оценки качества освоения образовательных программ, выполнения учебного плана и графика учебного процесса в период обучения студентов.	Текущий (аттестация)
Зачет	Формы отчетности обучающегося, определяемые учебным планом. Зачеты служат формой проверки качества выполнения обучающимися учебных работ, усвоения учебного материала практических и семинарских занятий. Экзамен служит для оценки работы обучающегося в течение срока обучения по дисциплине (модулю) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения владения навыками самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.	Промежуточный
Конспекты	Вид письменной работы для закрепления и проверки знаний, основанный на умении «свертывать информацию», выделять главное.	Текущий (в рамках лекционных занятия или сам. работы)
Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Текущий (в рамках семинара)
Практическая работа	Оценочное средство для закрепления теоретических знаний и отработки владения	Текущий (в рамках практического занятия,

	навыками и умений, способности применять знания при решении конкретных задач.	сам. работы)
Проект	Комплекс учебных и исследовательских заданий, позволяющих оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, владения навыками практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Текущий (в рамках семинара, практического занятия или сам. работы), промежуточный (часть аттестации)
Рабочая тетрадь (в рамках практического занятия или сам. работы)	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Текущий (в рамках сам. работы)
Семинар	Один из основных методов обсуждения учебного материала и инструмент оценки степени его усвоения. Семинары проводятся по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) учебной программы с целью углубленного изучения дисциплины, привития обучающимся владения навыками самостоятельного поиска и анализа информации, формирования и развития научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать и отстаивать свое мнение.	Текущий
Ситуационные задания	Задания, выполняемые обучающимися по результатам пройденной теории, включающие в себя не вопрос – ответ, а описание осмысленного отношения к полученной теории, т. е. рефлексия, либо применение данных теоретических знаний на практике.	Текущий (в рамках практического занятия, семинара или сам. работы)
Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т. п.	Текущий (в рамках лекции, аттестации), промежуточный (часть аттестации)
Социальное проектирование	Совокупность таких приемов и способов обучения, при которых обучающиеся с помощью коллективной или индивидуальной деятельности по отбору, распределению и систематизации материала по определенной теме составляют проект (программа, сценарий, радиопередача, комплект технической документации, брошюра, альбом, и т. д.).	Текущий (в рамках практического занятия, семинара или сам. работы), промежуточный (часть аттестации)
Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Текущий (в рамках входной диагностики, контроля по любому из видов занятий), промежуточный

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения учебных занятий по дисциплине оснащены оборудованием (учебная мебель) и техническими средствами обучения (компьютерная техника, мультимедийное оборудование, проводной интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

– лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение: Microsoft Windows, Microsoft Office 2007, Google Chrome, Internet Explorer

Лист изменений в рабочую программу дисциплины

В рабочую программу дисциплины внесены следующие изменения и дополнения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2024/25	Протокол №11 от 27.05.2024 г.		
2025/26	Протокол № ДД.ММ.ГГГГ		
2026/27	Протокол № ДД.ММ.ГГГГ		
	Протокол № ДД.ММ.ГГГГ		

Учебное издание

Автор-составитель
Руслан Фаритович **Курмакаев**

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

Рабочая программа дисциплины

**программа бакалавриата
«Историко-культурный туризм»
по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и
природного наследия
квалификация: бакалавр**

Печатается в авторской редакции

*Подписано к печати
Формат 60x84/16
Заказ*

*Объем 2.9 п. л.
Тираж 100 экз.*

Челябинский государственный институт культуры
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а
Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф