Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Комплект рабочих программ дисциплин (модулей) по основной профессиональной образовательной программе высшего образования

Направление подготовки:
43.04.02 Туризм

Направленность (профиль):
Государственное регулирование сферы туризма

Форма обучения:
очная

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 02A7A1DF009BB38AAF4A2886FA3DCD085A
Владелец: НЕСТЕРОВ МАКСИМ СЕРГЕЕВИЧ
Действителен: с 20.11.2025 до 20.02.2027

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 15E5F2006BB416AB4E8C993599A2EAB4
Владелец: Васильев Артем Игоревич
Действителен: с 16.06.2026 до 16.06.2038

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Современные методы исследований»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Современные методы исследований» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цель изучения дисциплины – изучение данной дисциплины базируется на знании совокупности методов анализа и проведения исследований в экономической теории, социологии, менеджменте и маркетинге, полученных в рамках программы магистратуры.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	**УК-1**	УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.	Принципы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода.	Осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	Навыками анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработкой стратегии действий.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		УК-1.2 Обосновывает стратегию действий с учетом результатов научных исследований.	Методы научного анализа. Методы синтеза и обобщения результатов.	Использовать методы научного анализа, синтеза и обобщения результатов в процессе обоснования стратегии действий.	Навыками применения полученных знаний и умений в практической деятельности при обосновании стратегии действий.	
Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	**ОПК-6**	ОПК-6.1 Планирует научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности.	Принципы и методы планирования и организации научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности.	Планировать научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности.	Навыками планирования научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности.	
		ОПК-6.2 Применяет подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональн	Подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной	Применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессионал	Навыками применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в избранной сфере	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
		ой деятельности.	деятельности.	ьной деятельности.	профессиональной деятельности.	
		ОПК-6.3 Представляет результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях.	Результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде сообщений на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.	Представлять результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде сообщений на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.	Навыками представления результатов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде сообщений на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Наука как специфическая область человеческой деятельности	4			4						26	Ситуационный кейс /30
Раздел 2 Методы научных исследований	4			6						26	Ситуационный кейс /30
Раздел 3. Организация и проведение научного исследования	4			6						28	Ситуационный кейс /40
Всего:	**12**			**16**						**80**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Первый раздел **«Наука как специфическая область человеческой деятельности»** посвящен изучению видов исследований в различных науках, научного сопровождения туристской деятельности. Раздел направлен на развитие способностей студентов к абстрактному мышлению, анализу, синтезу, саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала. Отрабатываются навыки выявления и формулировки актуальных научных проблем.

Второй раздел **«Методы научных исследований»** охватывает вопросы разработки инструментария для применения методов исследований, современных технологий применения теоретических и эмпирических методов. В частности, для разработки моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов.

Третий раздел **«Организация и проведение научного исследования»** посвящен изучению планирования и программирования исследований, современных информационных технологий сбора, хранения, обработки и презентации получаемых результатов. Студенты развивают навыки подготовки обзоров, отчетов и научных публикаций, навыки организации проведения научных исследований, в т.ч. определения заданий для групп и отдельных исполнителей, выбора инструментария исследований, анализа их результатов, сбора, обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Филин, А. Д.* Методология научных исследований : учебник для вузов / А. Д. Филин, А. Р. Бестугин, Ю. Г. Шатраков ; под научной редакцией А. Д. Филина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20867-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Горелов, Н. А.* Методология научных исследований : учебник и практикум для вузов / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева, Д. В. Круглов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 390 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16519-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. *Мокий, М. С.* Методология научных исследований : учебник для вузов / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий ; под редакцией М. С. Мокия. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

18527-0. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

1. *Глазков, В. Н.* Методы научных исследований в сфере туризма и гостиничного дела : учебник для вузов / В. Н. Глазков. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13427-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Байбородова, Л. В.* Методология и методы научного исследования : учебник для вузов / Л. В. Байбородова, А. П. Чернявская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06257-1. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Ежедневная электронная газета Российского Союза Туриндустрии	http://ratanews.ru/
2	Научный журнал «Современные проблемы сервиса и туризма»	https://stcc.rgutspubl.org/index.php/1

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные

системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Ситуационный практикум	30/40-6 - Активное участие в процессе, выступление логично и аргументировано 5-1 - Участие в процессе в определенной роли, выступление в основном логично, недостаточная аргументация

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые ситуационные практикумы</u>

Проблемная ситуация № 1

Путешествовать более осмысленно и при этом приносить пользу или как минимум не вредить — таков главный принцип устойчивого туризма. Компании, которые разделяют принципы устойчивого туризма, отталкиваются при создании своих продуктов и сервисов от этого запроса туристов. Концепция, которая целенаправленно продвигается во всем мире уже полтора десятка лет, в России пока только начинает развиваться. Но участники рынка говорят, что у страны есть все шансы развивать новый тренд на устойчивый туризм.

Сегодня понятие устойчивости в туризме включает в себя несколько аспектов: снижение углеродного следа, уменьшение воздействия на местные экосистемы, увеличение экономической пользы для местных сообществ. Но стремление к достижению этих целей не означает, что теперь люди путешествуют ради того, чтобы сохранять природу и местные сообщества. «Устойчивый» турист не едет на Камчатку только для того, чтобы собрать разбросанный у сопки мусор. Он по-прежнему едет туда, чтобы насладиться видами и отдохнуть, покататься на серфе и поесть свежей рыбы. И при этом не навредить, а по возможности и принести пользу: у ответственного туризма не «все для блага туриста», а «благо для всех». Пользу получают и турист, и местные сообщества, и окружающая среда, и бизнес.

Устойчивый туризм, несмотря на относительно недавнюю историю термина, оброс множеством мифов. Есть два главных заблуждения, связанных с этим понятием. Первый миф гласит, что такой

вид туризма – только для экоактивистов и волонтеров. Второй утверждает, что устойчивый туризм – это не бизнес, а разновидность альтруизма, то есть он не должен приносить прибыли. Оба утверждения ошибочны.

Спрос на устойчивость в туристических услугах растет во всем мире и в России в том числе, говорят участники рынка. Рядовые горожане требуют от местных властей ставить во дворах контейнеры для раздельного мусора, автомобилисты всё чаще интересуются электрокарами, а туристы отказываются от путешествий самолетами и хотят, чтобы в отелях использовались возобновляемые источники энергии. И бизнес реагирует на эти изменения.

При реализации проектов, создании инфраструктуры, развитии территории необходимо сразу же учитывать цели устойчивого развития. Нельзя забывать о сохранении окружающей среды, культурного слоя, о социальных аспектах регионов.

Какие шаги необходимо предпринять для внедрения принципов устойчивости в сфере туризма в России?

Проблемная ситуация № 2

В послепандемийный период популярность внутреннего туризма выросла на 15-20%. В 2022 году этот показатель увеличился втрое: по данным Ozon Travel более 70% россиян этим летом путешествовали внутри России. Создание бизнеса в этой сфере по высоким стандартам напрямую зависит от большого числа факторов.

Последнее исследование ВЦИОМ подтверждает, что почти каждый второй за последние пять лет хотя бы раз проводил отпуск в других регионах России (48%), каждый третий совершал туристические поездки по стране неоднократно (33%), 15% — единожды.

Наибольший интерес к внутреннему туризму в этом году демонстрируют молодые люди 18–34 лет (60%) и жители обеих столиц (71%), а поездку в другой город или село намерены совершить 14% респондентов — максимальное значение с 2018 года.

Востребованность и доступность туризма внутри страны стабильно растет.

Определите ключевые направления работы для реализации успешного туристического бизнеса (бизнес-проектов) в регионах России?

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
Экзамен представляет	Выполнение обучающимся заданий оценивается по

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
собой выполнение обучающимся заданий билета	следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов -**90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. -**70 и более (хорошо) –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. -**50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. -**Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1: Установите соответствие определения и понятия «Задачи системного синтеза».

1) Выявление общих принципов построения систем на основе изучения образцов, созданных природой и человеком	а) организационно-исследовательский аспект.
2) Построение обобщенной модели новой системы на основе знаний целевых функций, уровня развития материальной базы (элементной базы, конструкционных материалов, информационных технологий, программных сред), технологий системного проектирования	б) эволюционный аспект
3) Разработка методик экспериментального исследования и имитационного моделирования систем, анализа и способов коррекции возможных погрешностей ее поведения –	в) организационно-морфологический аспект

2: Соответствие намеченных целей организации ее реальным возможностям анализируют с помощью:
а: SWOT-анализа
б: PEST-анализа

в: анализа разрывов
г: метода ESFAS

3: SWOT- анализ отличается от STEP-анализа тем, что:
а: SWOT-анализ позволяет синтезировать результаты как внешней, так и внутренней среды организации
б: предметом SWOT-анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STEP-анализа – только ее внешняя макросреда
в: SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а STEP-анализ – ее возможностей и внешних угроз
г: STEP-анализ – это разновидность качественного, а SWOT – количественного анализа

4: Для анализа внешней среды организации используют:
а: STEP – анализ
б: SWOT – анализ
в: управленческий анализ
г: EFAS – анализ

5: Для анализа внутренней и внешней среды организации используют:
а: STEP – анализ
б: SWOT – анализ
в: управленческий анализ
г: метод ESFAS

6: Главной целью стратегического анализа внешней среды организации является:
а: информация, которую надо учитывать при формулировании стратегических целей организации
б: информация об угрозах, которую надо учитывать при разработке конкретной стратегии организации
в: изучение специфики товара конкурента
г: информация, которую надо учитывать при формулировании миссии организации

7: SWOT-анализ включает:
а: анализ конкурентных преимуществ организации
б: анализ сильных и слабых сторон, а также возможностей организации и вероятных угроз
в: анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков
г: анализ ключевых факторов успеха организации

8: Наиболее популярный метод анализа отрасли:
а: метод EFAS

б: STEP анализ
в: стратегическое позиционирование Майкла Портера
г: портфельный анализ

9: В модель анализа конкуренции Портера не входят:
а: покупатели
б: поставщики
в: товары-субституты
г: товары-комплименты

10: PEST – анализ включает в себя:
а: политические факторы
б: экономические факторы
в: производственные факторы
г: финансовое состояние организации
д: технологические факторы
е: организационную культуру организации

11: К политико-правовым факторам STEP-анализа относят:
а: тенденции валового национального продукта
б: темпы инфляции или дефляции
в: законодательство в сфере деятельности организации
г: демографическую структуру населения
д: правительственную стабильность

12: К социокультурным факторам STEP-анализа относят:
а: затраты на научные исследования
б: обычаи и привычки населения
в: регулирование занятости населения
г: демографическую структуру населения
д: инвестиционную политику

13: Наличие продуктов-заменителей:
а: уменьшает ценовую власть покупателей
б: увеличивает ценовую власть покупателей
в: не влияет на ценовую власть покупателей
г: увеличивает экспортно-импортное сальдо

14: Для построения матрицы BCG используют две переменные:
а: относительная доля рынка
б: привлекательность отрасли
в: старый рынок
г: новый товар
д: темп роста рынка

15: Товар, имеющий низкую долю рынка и не имеющий возможностей роста, т.к. находится в непривлекательных отраслях:
а: товар «трудные дети»
б: товар «звезда»
в: товар «дойная корова»
г: товар «собака»

16: Согласно матрице BCG, низкие темпы роста спроса хозяйственной единицы и ее высокая
доля рынка соответствуют положению:
а: товар «трудные дети»
б: товар «звезда»
в: товар «дойная корова»
г: товар «собака»

17: Сколько сил конкуренции выделял М.Портер:
а: 5
б: 2
в:1
г: 3

18: Анализ потребителей НЕ включает:
а: мотивацию потребителей
б: сегментацию рынка
в: угрозу появления товаров-заменителей
г: выявление неудовлетворенных нужд у потребителей

19. Установите соответствие определения и понятия

1) комплексное исследование, с помощью которого можно рассмотреть и оценить степень влияния внешних факторов на бизнес.	а) EFAS-анализ
2) Применяется для обобщения результатов работы по анализу стратегических факторов внешней среды и оценки готовности компании к изменениям во внешней среде.	б) SNW-анализ
3) Комплекс маркетинговых и других исследований сильных и слабых сторон предприятия или конкретного объекта.	в) PEST-анализ
4) Анализ сильных, нейтральных и слабых сторон организации.	г) SWOT - анализ

20. Установите соответствие определения и понятия

1) определение привлекательности отрасли и отдельных товарных рынков внутри неё;	а) Анализ стратегических

определение динамики и структуры отрасли для разработки стратегии поведения фирмы.	групп конкурентов
2) это подраздел отраслевого анализа, который изучает различные группы конкурирующих фирм, объединенные на основании аналогичных конкурентных подходов и стратегических позиций.	б) Отраслевой анализ
3) это один из методов стратегического анализа организации, позволяющий контролировать и обеспечивать согласованность 5 внутренних элементов предприятия (видения и миссии, целей, стратегии, тактик) с целью достижения желаемого результата в процессе его деятельности.	в) GAP-анализ
4) это комплексное аналитическое исследование, изучающее несоответствия, разрывы между текущим состоянием компании и желаемым.	г) VMOST-анализ

21. Установите соответствие определения и понятия

1) Темп роста низкий, доля рынка низкая, продукт как правило низкого уровня рентабельности и требует большого внимания со стороны управляющего. От них нужно избавляться	а) «Звезды»
2) Высокая доля на рынке, но низкий темп роста объёма продаж. Их необходимо беречь и максимально контролировать. Их привлекательность объясняется тем, что они не требуют дополнительных инвестиций и сами при этом обеспечивают хороший денежный доход.	б) «Трудные дети» («Дикие кошки», «Темные лошадки», «Знаки вопроса»)
3) Высокий рост объёма продаж и высокая доля рынка. Долю рынка необходимо сохранять и увеличивать. Они приносят очень большой доход. Но, несмотря на привлекательность данного товара, его чистый денежный поток достаточно низок, так как требует существенных инвестиций для обеспечения высокого темпа роста	в) «Собаки» («Хромые утки», «Мертвый груз»)
4) Низкая доля рынка, но высокие темпы роста. Их необходимо изучать. В перспективе они могут стать как звездами, так и собаками. Если существует возможность перевода в звезды, то нужно инвестировать, иначе - избавляться.	г) «Дойные коровы» («Денежные мешки»)

22. Установите соответствие этапов и действий при анализе конкурентов по Портеру

1) Прогноз действий конкурента	а) первый этап
2) Что думает конкурент: предположения конкурента о своем положении на рынке и об отрасли в целом	б) второй этап
3) Оценка потенциальных возможностей: подробное изучение преимуществ и слабых сторон конкурентов.	в) третий этап
4) Определение будущих целей: Что движет конкурентом? Ключевая мотивация?	г) четвертый этап
5) Определение текущей стратегии: Что делает конкурент на рынке в настоящий момент и что он способен делать для увеличения прибыли?	д) пятый этап

183: Установите соответствие этапов проведения GAP-анализа

1) Выяснение реальных возможностей фирмы	а) первый этап
2) Определение конкретных показателей стратегического плана.	б) второй этап
3) Определение основного интереса фирмы	в) третий этап
4) Установление разницы между показателями стратегического плана и возможностями, диктуемыми реальным положением фирмы	г) пятый этап
5) Разработка специальных программ и способов действий, необходимых для заполнения разрыва	д) четвертый этап

23. Установите соответствие определения и понятия

1) Метод, позволяющий быстро провести анализ конкурентоспособности товара/компании в сравнении с ключевыми конкурентами	а) карта стратегических групп
2) Определение положения конкурентов на рынке осуществляется с помощью	б) Матрица БКГ
3) В его основу этого метода заложены две концепции: жизненный цикл товара и эффекта масштаба производства или кривой обучения	в) Многоугольник конкурентоспособности

24. Дополните фразу: «……..инструмент для стратегического анализа и планирования в маркетинге. Создана основателем Бостонской консалтинговой группы Брюсом Д. Хендерсеном для анализа актуальности продуктов компании, исходя из их положения на рынке относительно роста рынка данной продукции и занимаемой выбранной для анализа компанией доли на рынке»

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Современные подходы к организационно-управленческой деятельности»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Современные подходы к организационно-управленческой деятельности» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цели и задачи дисциплины- содержание дисциплины предполагает формирование и развитие у студентов навыков, связанных с развитием социального интеллекта, а также определения целей и задач организационно-управленческой деятельности, анализа, разработки и поиска решений, подготовки технико-экономического обоснования инновационных проектов и практики проведения исследований различного характера.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	**УК-3**	УК-3.1. Планирует командную работу и формулирует ее цели, задачи.	Принципы и методы целеполагания командной работы и постановки задач.	Планировать работу команды, формулировать цели и задачи работы команды.	Навыками планирования эффективной работы команды для достижения поставленных целей и решения задач.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		УК-3.2 Организует работу команды для достижения поставленной цели.	Технологии организации работы команды. Принципы, подходы и инструментарий разработки командной стратегии.	Использовать принципы, подходы и инструментарий разработки командной стратегии в процессе организации работы команды и достижения поставленной цели.	Навыками разработки командной стратегии и использования технологий организации работы команды для достижения поставленной цели.	
		УК-3.3 Контролирует выполнение членами команды поставленных задач, корректирует работу команды в соответствии с целью работы.	Методы и инструменты контроля выполнения членами команды поставленных задач.	Контролировать и корректировать работу команды в соответствии с поставленными целями.	Навыками контроля и корректировки работы команды в соответствии с поставленными целями.	
Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	**УК-6**	УК-6.1 Оценивает свои ресурсы и их пределы, оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания.	Методики оценки собственных ресурсов и определения потенциала, инструменты самоменеджмента	Применять методы оценки собственных ресурсов и потенциала, инструменты самоменеджмента для оптимального их	Навыками оценки собственных ресурсов, применения инструментов самоменеджмента.	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
			порученного задания.	использования.		
		УК-6.2 Определяет приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям.	Методы и способы самооценки собственной деятельности. Критерии самооценки.	Формировать критерии самооценки. Совершенствовать собственную деятельность на основе самооценки.	Навыками определения приоритетов профессионального развития и направлений совершенствования собственной деятельности на основе самооценки.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Современный уровень управленческих технологий	4	6								26	Доклад /30
Раздел 2 Специальные виды современного менеджмента	4	6								26	Доклад /30
Раздел 3. Отдельные методы организационно-управленческой деятельности	4	4								28	Доклад /40
Всего:	**12**	**16**								**80**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Первый модуль «Современный уровень управленческих технологий» предусматривает изучение управленческих средств и методов достижения поставленных целей современной организации, в т.ч. туристского профиля.

Второй модуль «Специальные виды современного менеджмента» направлен на ознакомление и изучение подходов в социальном менеджменте, time-менеджменте, гендерном, кросскультурном, экологическом видах менеджмента, менеджменте личностного и профессионального развития, сервисном менеджменте, а также современной концепции маркетинга и ее роли в менеджменте туристских организаций и органов управления туризмом.

Третий модуль «Отдельные методы организационно-управленческой деятельности» предусматривает ознакомление с основами программирования и проектирования как практическими принципами организационно-управленческой и проектно-конструкторской деятельности, а также закрепление навыков на основе сценариотехники и тренингов в современных организациях и органах управления.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Спивак, В. А.* Организационное поведение : учебник для вузов / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 207 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03535-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Организационная культура : учебник и практикум для вузов / под редакцией В. Г. Смирновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 306 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01440-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. *Грибов, В. Д.* Управленческая деятельность : учебник и практикум для вузов / В. Д. Грибов, Г. В. Кисляков. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16880-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

1. *Игнатьева, И. Ф.* Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18846-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Научный журнал «Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса»	https://vestnik.rgutspubl.org/index.php/1
2	Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»	https://национальныепроекты.рф/projects/turizm

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Доклад	30/40-8 – доклад производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом; автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался, автор отвечает на вопросы, показано владение специальным аппаратом, четкость выводов - полностью характеризуют работу 7-5 – доклад четко выстроен, демонстрационный материал использовался в докладе, доклад хорошо оформлен, но есть неточности, не может ответить на большинство вопросов, выводы нечетки 4-1 – доклад рассказывается, но не объясняется суть работы, представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно, не может четко ответить на вопросы

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Тематика докладов к диспуту</u>

По теме 1. Управленческие средства и методы достижения поставленных целей современной организации (на примере организаций туристской индустрии).
-взаимодействие управляющей и управляемой части организации
-теория выбора руководителей
-теория реализация целей
-теория потребностей
-теория справедливости
По теме 2. Управление по целям (на примере организаций туристской индустрии).
-«The Practice of Management» (П. Друкер)

-«Кайдзен» (непрерывное совершенствование) в бизнесе
По теме 3. Управление по результатам (на примере организаций туристской индустрии).
-концепция Т. Санталайнер
-концепция Э. Воутилайнен
-концепция П. Поренне
-концепция Й. Ниссинен
По теме 4. Управление на базе потребностей и интересов (на примере туристской гостиничной индустрии).
-построение системы межличностных отношений в организации
-технологии управленческого воздействия
По теме 5. Управление на базе активизации деятельности персонала (на примере организаций туристской индустрии).
-применение технологии «мобилизации» на современных отечественных и зарубежных предприятиях
-перспективность технологии «мобилизации» для предприятий туризма и сервиса
По теме 6. Управление в исключительных случаях (на примере организаций туристской индустрии).
-регламентация деятельности в государственных и муниципальных учреждениях, органах управления
По теме 7. Управление путем постоянных проверок и указаний (на примере организаций туристской индустрии).
-организационная и функциональная подготовка для реализации технологии «управление путем постоянных проверок и указаний»
По теме 8. Управление на базе современных технических средств (на примере организаций туристской индустрии).
-современные технические средства управления и их значение для туристской индустрии и смежных отраслей и сфер деятельности.

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
	интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо) –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. -**Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1	**Перечислите основные функции процесса управления:** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	планирование, организация персонала, регулирование производства;
2	целеобразование, планирование, реализация плана, контроль;
3	сбор информации, прогнозирование, целеобразование, планирование, реализация плана, контроль;
4	целеобразование, обмен информацией, реализация плана, согласование.
2	**Определите понятие «простейшие отношения управления»:** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	отношения управления связывают не менее трех человек, из которых один является управляющим, а другие управляемыми. Отношение управления включает в себя следующие составляющие: с одной стороны, отношения власти, носителем который выступает управляющий, а с другой — отношения подчинения, носителями которых выступают управляемые;
2	простейшие отношения управления связывают двух человек, из которых один является управляющим, а другой — управляемым. Отношения управления включают в себя два составляющих: с одной стороны, отношение власти, носителем которого выступает управляющий, а с другой — отношение подчинения, носителем которого выступает управляемый;
3	простейшие отношения управления связывают не менее двух человек, из которых один является управляющим, а другой управляемым. Отношения управления включают в себя два составляющих: с одной стороны, отношение собственности на средства производства, носителем которого выступает управляющий, а с другой — отношение присвоения, носителем которого выступает управляемый;
4	отношения управления связывают двух и более человек, из которых один является начальником, а другие — подчиненными. Отношения управления включают в себя следующие составляющие: с одной стороны, отношение власти, носителем которого выступает начальник, а с другой — отношения присвоения средств производства, носителями которых выступают подчиненные.
3	**Дайте определение организации:** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	социальная структура, в которой люди связаны системой отношений собственности;
2	социальная структура, в которой люди связаны системой отношений, главными среди которых выступают отношения управления;
3	социальная структура, в которой люди связаны отношениями сотрудничества;
4	социальная структура, осуществляющая процесс производства.
4	**Менеджмент представляет собой:** **Кол-во правильных ответов - 1**

1	управление технологическими процессами;
2	деятельность управленческого персонала;
3	процесс управления организациями;
4	вид деятельности персонала компании.
5	**Главным в стратегическом управлении является то, что оно:** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	ориентируется не на производство продукта, а на удовлетворение потребностей покупателей производимой продукции;
2	основано на долгосрочном планировании;
3	исходит из необходимости точно устанавливать цели деятельности компании;
4	основано на учете интересов работников компании.

1	**Для компаний, действующих в сфере гостеприимства, в большей степени свойственны:** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	органический тип организации;
2	механистический тип организации;
3	одномерные учения об управлении;
4	синтетические учения об управлении.
2	**Для компаний в сфере гостеприимства в большей степени характерны следующие подходы в построении систем управления:** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	ситуационный подход;
2	**системный подход;**
3	процессный подход;
4	индивидуальный подход;
3	**Специфика менеджмента в компаниях гостеприимства обусловлена:** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	уровнем подготовки персонала;
2	длительными сроками хранения продукта;
3	особенностями производимого продукта;
4	значительным объемом основных фондов компаний.
4	**Компании в сфере гостеприимства характеризуются:** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	относительно небольшими размерами;
2	высокой степенью автоматизации производственных процессов;
3	концентрацией производства на одной производственной площадке.
4	большими размерами организации и разными уровнями управления
5	**Наибольшие по количеству предприятий сети гостиниц, ресторанов формируются посредством форм объединений на основе:** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	обмена акциями;
2	привлечения инвестиций с помощью выпуска облигационных займов;
3	продажи акций с небольшими номиналами;
4	франчайзинга.

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Организация образовательной деятельности и методика преподавания дисциплин туристского и гостиничного профиля»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Организация образовательной деятельности и методика преподавания дисциплин туристского и гостиничного профиля» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цели и задачи дисциплины- содержание дисциплины охватывает два блока вопросов, связанных с теорией и практикой организации образовательной деятельности в высшем учебном заведении; технологиями реализации образовательной деятельности в высшем учебном заведении, в том числе ее документационным обеспечением, методами и методиками преподавания дисциплин туристского и гостиничного профиля и другими вопросами.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам	**ОПК-7**	ОПК-7.1. Осуществляет функции преподавателя по организации образовательной деятельности по основным образовательным программам бакалавриата и дополнительным профессиональным программам.	Принципы и методы организации и реализации образовательной деятельности, в том числе по программам высшего образования и дополнительного профессионального образования	Осуществлять организационную и методическую деятельность по основным образовательным программам бакалавриата и дополнительным профессиональным программам, в рамках компетенций преподавателя высшего учебного заведения.	Навыками организационной и методической деятельности по основным образовательным программам бакалавриата и дополнительным профессиональным программам, в рамках компетенций преподавателя высшего учебного заведения.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		ОПК-7.2 Выбирает и применяет технологии, формы и методы подготовки и проведения занятий по профильным основным профессиональным образовательным программам бакалавриата и дополнительным профессиональным программам, ориентированным на подготовку кадров для индустрии туризма.	Технологии, формы и методы подготовки к проведению и проведения занятий по основным профессиональным образовательным программам высшего образования и дополнительным профессиональным программам, результаты	Выбрать технологии, формы и методы подготовки к проведению и проведения занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации по профильным основным профессиональным образовательным программам бакалавриата и дополнительным	Навыками подготовки к проведению и проведения занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации по профильным основным профессиональным образовательным программам бакалавриата и дополнительным профессиональным программам.	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
			обучения, методы проведения текущего контроля знаний и промежуточной аттестации по дисциплинам.	профессиональным программам.		

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Организация образовательной деятельности в вузе	4	6								44	Доклад /50
Раздел 2 Технологии образовательной детельности	4	6								44	Доклад /50
Всего:	**8**	**12**								**88**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Первый модуль «Организация образовательной деятельности в вузе» предусматривает такие темы как:

- Организацию практик. Участие практических работников отраслей в учебном процессе;
- Организацию сетевого обучения;
- Базовые документы, регламентирующие организацию образовательной деятельности в вузе;
-Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования;
- Сетевое обучение – опыт российских вузов. Современные проблемы организации и регламентации сетевого обучения.

Второй модуль «Специальные виды современного менеджмента» направлен на такие темы как:

- Современные образовательные технологии в высшем образовании;
- Технология разработки компетентностно-ориентированного учебного плана;
- Современные образовательные технологии в высшем образовании;
- Технология разработки компетентностно-ориентированного учебного плана.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Игнатьева, И. Ф.* Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18846-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Рослякова, С. В.* Педагогика : учебник и практикум для вузов / С. В. Рослякова, Т. Г. Пташко, Н. А. Соколова ; под научной редакцией Р. С. Димухаметова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 207 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19095-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. *Коджаспирова, Г. М.* Педагогика : учебник для вузов / Г. М. Коджаспирова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 711 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14492-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

1. *Латышина, Д. И.* История педагогики и образования : учебник для вузов / Д. И. Латышина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09398-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Смирнов, С. Д.* Психология и педагогика в высшей школе : учебник для вузов / С. Д. Смирнов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 352 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08294-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Научный журнал «Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса»	https://vestnik.rgutspubl.org/index.php/1
2	Федеральный портал «Российское образование»	http://www.edu.ru

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и

промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Доклад	50-8 – доклад производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом; автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался, автор отвечает на вопросы, показано владение специальным аппаратом, четкость выводов - полностью характеризуют работу 7-5 – доклад четко выстроен, демонстрационный материал использовался в докладе, доклад хорошо оформлен, но есть неточности, не может ответить на большинство вопросов, выводы нечетки 4-1 – доклад рассказывается, но не объясняется суть работы, представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно, не может четко ответить на вопросы

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Тематика докладов</u>

1. Значение дополнительного профессионального образования в повышении качества кадровых ресурсов туристских/гостиничных предприятий
2. Информационные и он-лайн технологии – роль и место в системе подготовки профессиональных кадров для индустрии туризма и гостеприимства

3. Компетентностный подход к образовательной деятельности (высшее образование)
4. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» - кадровые приоритеты.
5. Организация практической подготовки студентов туристского вуза: цель, задачи, формы и методы реализации
6. Профессиональные стандарты в индустрии туризма и гостеприимства.
7. Современные информационные и образовательные интернет-ресурсы: виды и возможности применения в высшем образовании в области туризма и гостеприимства.
8. Современные проблемы организации и регламентации сетевого обучения.
9. Современные проблемы подготовки кадров с высшим образованием для индустрии туризма и гостеприимства.
10. Специфика инклюзивного обучения и организации обучения в вузе для лиц с ограниченными возможностями.
11. Стратегия развития туризма в РФ до 2035 года - кадровые приоритеты.
12. Традиционные и инновационные образовательные технологии в высшем образовании.
13. Уровни образования. Место высшего образования в системе профессионального образования в индустрии туризма и гостеприимства.
14. Формирование индивидуальной образовательной траектории студента в высшем учебном заведении.
15. Эволюция Федеральных государственных образовательных стандартов по Туризму (бакалавриат)
16. Эволюция Федеральных государственных образовательных стандартов по Туризму/Гостиничному делу (магистратура)

Выбор варианта

Первая цифра шифра	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**
Вторая цифра шифра										
1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	11	12	13	14	15	16	1	2	3	4
3	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
4	15	16	1	2	3	4	5	6	7	8
5	9	10	11	12	13	14	15	16	1	2
6	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
7	13	14	15	16	1	2	3	4	5	6
8	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16

9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	11	12	13	14	15	16	1	2	3	4

Вариант задания выбирается в соответствии с шифром студента. По горизонтали берется первая цифра шифра, по вертикали – вторая цифра шифра. На пересечении строки и столбца выбирается вариант.

Для однозначных номеров первая цифра шифра «0»! Например, 6 = 06, для трехзначных номеров первая цифра «1» отбрасывается! Например, 107 = 07

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Краткая характеристика оценочного средства	**Критерии оценки, балл**
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета.	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **«Зачтено»** – 90-100 – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. – 70 -89 – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. – 50 - 69 – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. **«Не зачтено»** – менее 50 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1	Завершенный цикл образования, характеризующийся определенной единой совокупностью требований – это: *Кол-во правильных ответов - 1*
1	квалификация
2	образовательный стандарт
3	уровень образования
4	образовательная программа
2	Комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий и в случаях, предусмотренных настоящим Федеральным законом, форм аттестации, который

	представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов, а также оценочных и методических материалов – это: *Кол-во правильных ответов - 1*
1	федеральный государственный образовательный стандарт
2	образовательная программа
3	образовательный стандарт
4	федеральные государственные требования
3	Обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся с учетом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей – это: *Кол-во правильных ответов - 1*
1	общее образование
2	профессиональное обучение
3	дополнительное образование
4	инклюзивное образование
4	Вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью – это: *Кол-во правильных ответов - 1*
1	обучение
2	профессиональное обучение
3	практика
4	практическое обучение
5	Образовательная деятельность – это: *Кол-во правильных ответов - 1*
1	целенаправленный процесс организации деятельности обучающихся по овладению знаниями, умениями, навыками и компетенцией, приобретению опыта деятельности, развитию способностей, приобретению опыта применения знаний в повседневной жизни и формированию у обучающихся мотивации получения образования в течение всей жизни
2	деятельность по реализации образовательных программ
3	деятельность, направленная на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающегося на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства
4	единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов
6	Федеральные государственные образовательные стандарты НЕ включают в себя требования к (отметьте лишний вариант): *Кол-во правильных ответов - 1*
1	структуре основных образовательных программ (в том числе соотношению обязательной части основной образовательной программы и части, формируемой участниками образовательных отношений) и их объему
2	условиям реализации основных образовательных программ, в том числе кадровым, финансовым, материально-техническим и иным условиям

3	к условиям прохождения обучающимися практик всех видов
4	результатам освоения основных образовательных программ
7	В договоре о сетевой форме реализации образовательных программ НЕ указываются: *Кол-во правильных ответов - 1*
1	вид, уровень и (или) направленность образовательной программы (часть образовательной программы определенных уровня, вида и направленности), реализуемой с использованием сетевой формы
2	условия и порядок осуществления образовательной деятельности по образовательной программе, реализуемой посредством сетевой формы
3	условия и порядок отчисления и восстановления обучающихся по образовательной программе, реализуемой с использованием сетевой формы
4	выдаваемые документ или документы об образовании и (или) о квалификации, документ или документы об обучении, а также организации, осуществляющие образовательную деятельность, которыми выдаются указанные документы
8	Совокупность обязательных требований к образованию определенного уровня и (или) к профессии, специальности и направлению подготовки, утвержденных в зависимости от уровня образования федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере общего образования, или федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере высшего образования – это: *Кол-во правильных ответов - 1*
1	федеральный государственный образовательный стандарт
2	образовательный стандарт
3	образовательная программа
4	федеральные государственные требования
9	Комплексная характеристика образовательной деятельности и подготовки обучающегося, выражающая степень их соответствия федеральным государственным образовательным стандартам, образовательным стандартам, федеральным государственным требованиям и (или) потребностям физического или юридического лица, в интересах которого осуществляется образовательная деятельность, в том числе степень достижения планируемых результатов образовательной программы – это: *Кол-во правильных ответов - 1*
1	примерная основная образовательная программа
2	квалификация
3	качество образования
4	учебный план

10. Программы подготовки квалифицированных рабочих и программы подготовки специалистов среднего звена – это

_____

11. Программы бакалавриата и программы подготовки специалиста, программы магистратуры – это

_____

12. Дополнительные общеразвивающие программы и дополнительные предпрофессиональные программы – это

_____

13. Программы повышения квалификации и программы профессиональной переподготовки – это

_____

14. Формы получения образования и формы обучения по основным образовательным программам по каждому уровню образования, профессии, специальности и направлению подготовки устанавливаются

_____

15. Формы получения образования и формы обучения по дополнительным образовательным программам и основным программам профессионального обучения определяются _____

16. Сопоставьте виды документов об образовании и (или) квалификации с их категориями:

Виды документов об образовании и (или) квалификации

а) Диплом специалиста
б) Аттестат о среднем общем образовании
в) Удостоверение о повышении квалификации
г) Диплом бакалавра
д) Диплом об окончании аспирантуры, ординатуры или ассистентуры-стажировки
е) Аттестат об основном общем образовании
ж) Диплом магистра
з) Диплом о профессиональной переподготовке
и) Диплом о среднем профессиональном образовании
к) Свидетельство профессии рабочего, должности служащего

Категории документов об образовании и (или) квалификации

1. Документы об образовании
2. Документы об образовании и квалификации
3. Документы о квалификации

а	б	в	г	д	е	ж	з	и	к

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Управление качеством туристских услуг и обслуживания»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Управление качеством туристских услуг и обслуживания» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цели и задачи дисциплины- содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением необходимых стандартов и правил сертификации туристских услуг, нормативно-правовых документов, а также подходов и критериев оценки эффективности предоставляемых услуг, ознакомлением с основными достижениями теории и практики менеджмента качества, приобретением практических навыков использования этих достижений во всех сферах деятельности туристско-экскурсионного предприятия. Основная задача дисциплины – обеспечение обучающихся теоретическими основами и формирование практических навыков по разработке, организации и внедрению системы качества во всех сферах деятельности предприятий индустрии туризма.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	**ОПК-3**	ОПК-3.1 Разрабатывает и внедряет системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества.	Понятие модели и стандарта качества в туризме, менеджмента качества, национальные и международные стандарты качества, применяемые в туристской сфере.	Разрабатывать способы внедрения систем менеджмента качества в деятельность туристско-экскурсионного предприятия.	Навыками разработки и внедрения системы менеджмента качества в деятельность туристско-экскурсионного предприятия в соответствии с национальными и международными стандартами качества.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		ОПК-3.2 Оценивает качество оказания услуг в сфере туризма в соответствии со стандартами деятельности туристских предприятий и объектов с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.	Понятие, сущность и содержание процедуры оценки качества оказания услуг в сфере туризма, методы и способы выявления мнения потребителей туристских услуг об их качестве.	Определять и обосновывать процедуры оценки качества оказания услуг в сфере туризма, использовать на практике методы и способы выявления мнения потребителей туристских услуг об их качестве.	Навыками оценки качества оказания услуг в сфере туризма на основе применения стандартов деятельности туристских предприятий, способами выявления мнения потребителей туристских услуг об их качестве.	
		ОПК-3.3 Внедряет системы управления качеством на предприятиях сферы туризма.	Понятие системы управления качеством туруслуг, методологию внедрения систем управления качеством в деятельность предприятия.	Правильно использовать системы управления качеством на предприятиях сферы туризма, технологии их внедрения.	Навыками внедрения системы управления качеством на предприятиях сферы туризма.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Понятие, методология и инструментарий качества в сфере туристской деятельности	3		4							30	Контрольная работа /30
Раздел 2 Модели и стандарты управления качеством в туристской сфере	3		4							29	Контрольная работа /30
Раздел 3. Сертификация систем менеджмента качества в туризме и инновационные подходы к формированию качества туруслуг	2		4							29	Контрольная работа /40
Всего:	**8**		**12**							**88**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Первый раздел **«Понятие, методология и инструментарий качества в сфере туристской деятельности»** посвящен данным темам:

- Качество услуг и качество обслуживания в туризме как объекты управления;
- Модель восприятия потребителем качества услуги;
- Методологические основы управления качеством в сфере туризма;
- Развертывание функций качества (QFD, РФК) и концепция «дома качества»;
- Методы оценки удовлетворенности потребителей качеством туристских услуг и качеством обслуживания.

Второй раздел **«Модели и стандарты управления качеством в туристской сфере»** охватывает темы как:

- Система международных стандартов на системы менеджмента;
- Исследование удовлетворенности потребителя туристской услуги;
- Разработка, внедрение и обе-печение функционирования системы менеджмента качества на основе стандартов ИСО 9000 в туристских организациях;
- Интегрированные системы менеджмента качества и составляющие их системы.

Третий раздел **«Организация и проведение научного исследования»** посвящен изучению таких тем как:

- Сертификация в области туризма;
- Инновационные технологии формирования качества туристской услуги в соответствии с потребительскими ожиданиями.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Ефремова, М. В. Управление качеством гостиничных услуг : учебник и практикум для вузов / М. В. Ефремова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 399 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18219-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Курочкина, А. Ю.* Управление качеством услуг : учебник и практикум для вузов / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 172 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07316-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. *Кобяк, М. В.* Управление качеством гостиничного предприятия : учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин ; под

редакцией С. С. Скобкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15142-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

1. *Восколович, Н. А.* Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15684-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Информационный портал социально-гуманитарных дисциплин Российского Государственного аграрного университета — МСХА имени К.А. Тимирязева	http://www.philosoph.me
2	Министерство экономического развития Российской Федерации	https://www.economy.gov.ru/

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при

осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ

АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Контрольная работа	30/40-8 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 7-5 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 4-0 – менее 50% правильных ответов.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Задания открытого типа

1. Проанализируйте определения понятия «качество», заполнив таблицу.

№ п/п	Автор	Определение
1	Платон	
2	Аристотель	
3	Локк	
4	Гегель	
5	Китайская версия	
6	Шухарт	
7	Исикава К	
8	Джуран Дж.М	

2. Кто из философов установил, что «качество объекта обнаруживается в совокупности его свойств»?

Ответ: Энгельс.

3. Что понимается под «петлей качества»?

4. Используя ГОСТ Р ИСО 9000-2001 Системы менеджмента качества, заполните таблицу

№ п/п	Термин	Определение
1	Качество	
2	Требование	
3	Удовлетворенность	

	потребителей	
4	Управление качеством	
5	Обеспечение качества	
6	Улучшение качества	

5. Какие международные стандарты направлены на создание системы менеджмента качества?

6. Соотнесите международные и национальные стандарты:

1. ISO 9000:2015 «Системы менеджмента качества. Основные положения словарь»	1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015
2. ISO 9001:2015 «Системы менеджмента качества. Требования»	2. ГОСТ Р ИСО 19011-2021
3. ISO 9004:2018 «Менеджмент качества. Качество организации. Руководство по достижению устойчивого успеха организации»	3. ГОСТ Р ИСО 9000-2015
4. ISO 19011:2018 «Руководящие указания по аудиту систем менеджмента»	4. ГОСТ Р ИСО 10001-2009
5. ISO 10001:2018 «Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Рекомендации по правилам поведения для организации»	5. ГОСТ Р ИСО 9004-2019

7. Закончите предложение: «Золотая эра развития науки о качестве началась в_____».

8. Закончите предложение: «Золотая эра развития науки о качестве связана с именами таких ученых как _____».

9. Объясните аббревиатуру TQM (Total quality management).

10. На каком принципе базируется основная философия TQM?

11. Какие проблемы могут возникнуть в результате внедрения TQM?

12. Перечислите функции контроля за качеством (оперативное управление качеством) в масштабе предприятия.

13. Перечислите функции управления качеством (общее руководство качеством) в масштабе предприятия.

14. Когда и где появились кружки качества?

15. Расскажите о премиях за качество, инициируемых на государственном уровне.

16. Где вручают Премию Российской Федерации в области качества?

17. Для чего создается система менеджмента качества?

18. Что включает в себя механизм управления качеством?

19. Кем формируется политика предприятия в области качества?

20. Кем может быть произведена самооценка системы менеджмента качества организации?

21. Что такое ИСО?

22. Сколько групп показателей качества продукции предусматривают Международные стандарты ИСО?

23. Сколько ключевых принципов всеобщего управления качеством (TQM) устанавливают Международные стандарты качества ИСО 9000?

24. Закончите фразу: «Международные стандарты являются……».

25. Назовите основные направления стандартов ИСО 9000?

26. Какие этапы включает цикл Шухарта-Деминга?

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета.	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **«Зачтено»** – 90-100 – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. – 70 -89 – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. – 50 - 69 – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. **«Не зачтено»** – менее 50 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.

<u>Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся</u>

1. Основные понятия в области качества услуг.
2. Основные положения закона «О техническом регулировании».
3. Система документации в индустрии туризма.
4. Основные виды стандартов в сфере обслуживания.
5. Основные принципы Концепции Всеобщего менеджмента качества.
6. Что такое цикл Деминга?
7. Какова структура документации системы менеджмента качества?
8. Организационные принципы самооценки
9. Особенности самооценки организации.
10. Виды аудита качества.
11. Система управления качеством «Six sigma»
12. Какие существуют инструменты управления качеством услуг?
13. Модель европейской премии по качеству.
14. Российская премия по качеству.

15. Определение, сущность и показатели уровня качества услуг.
16. Общая характеристика системы управления качеством на основе стандартов ISO серии 14000.
17. Основные технико-экономические показатели улучшения качества услуг.
18. Прогнозирование спроса на услуги туризма.
19. Опыт управления качеством в России.
20. Опыт управления качеством за рубежом.
21. Общая характеристика системы управления качеством TQM.
22. Общая характеристика системы управления качеством на основе стандартов серии ISO 9000.
23. Основные этапы развития систем качества. Звезда качества.
24. Опыт управления качеством в Японии.
25. Европейский опыт управления качеством в туризме.
26. Объекты и факторы управления качеством услуг туризма.
27. Общая характеристика системы управления качеством Тейлора. Система Тейлора как основа менеджмента качества.
28. Цели и критерии управления качеством услуг туризма.
29. Роль качества в современном социуме. Понятие качества услуг.
30. Понятие качества услуг. Факторы, определяющие воспринимаемое потребителем качество услуг. Субъективность восприятия потребителем качества услуг.
31. Особенности восприятия качества услуг туризма. Продукция как составная часть услуги туризма.
32. Классификация характеристик и показателей качества услуг туризма. Градация качества.
33. Этапы развития менеджмента качества услуг в туризме.
34. Концепция всеобщего управления качеством.
35. Роль государства в обеспечении качества услуг туризма и защита прав потребителей.
36. Методы определения показателей качества.
37. Измерение удовлетворенности потребителей качеством услуг.
38. Классификация показателей качества и методы их определения.
39. Принципы менеджмента качества.
40. Функции и методы менеджмента качества услуг.
41. Инструменты качества.
42. Концепция домика качества.
43. Модели системы менеджмента качества.
44. Роль внутреннего аудита в управлении качеством услуг туризма.
45. Роль измерений удовлетворенности потребителей качеством услуг туризма.

46. Информационные технологии в управлении качеством.

47. Взаимосвязь систем менеджмента качества с системой управления окружающей среды.

48. Особенности системы менеджмента качества операторских и агентских услуг.

49. Особенности системы менеджмента качества услуг гостиниц.

50. Особенности системы менеджмента качества услуг предприятий питания.

51. Особенности системы менеджмента качества экскурсионных услуг.

52. Структура затрат и управление затратами на качество услуг туризма.

53. Сертификация систем менеджмента качества. Цели, порядок проведения, схемы сертификации, органы по сертификации.

54. Модели сертификации.

55. Этапы сертификации систем качества, продукции и услуг.

56. Критерии моделей делового совершенства: международные, европейская и российская премии и конкурсы в области качества.

57. Опыт участия российских и зарубежных организаций туризма в конкурсах в области качества.

58. Требования, предъявляемые к качеству продукции и услуг на международном уровне, определяемые стандартами ISO серии 9000.

59. Требования, предъявляемые к качеству продукции и услуг на международном уровне, определяемые стандартами ISO серии 14000.

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Технологии проектирования и управление проектами в туризме и гостеприимстве»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Технологии проектирования и управление проектами в туризме и гостеприимстве» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – заключается в выработке эффективных способов инвестирования, инструментариев управления проектами на основе методов и моделей инвестиционного анализа и прогнозирования в туризме. Используемые модели призваны обеспечить оптимизацию решений в стратегическом аспекте управления инвестициями и связанными с ними рисками.

Задачи изучения дисциплины- ознакомление обучающихся с основными понятиями и категориями, применяемыми в управлении проектами; анализ основных классификаций, целей, стратегий, параметров проектов и их окружения, методов управления проектами; изучение целей, фаз и структуры проектов; планирование потребности в использовании ресурсов; проведение проектного анализа, экспертизы проектов; исследование методов и приёмов управления проектами в туризме; изучение организационных форм управления проектами; организация системы многопроектного управления; оценка эффективности и обеспечение прибыльности проекта через определённый период; поиск способов, средств и резервов максимального повышения эффективности инвестиционных проектов.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	**УК-2**	УК-2.1. Разрабатывает концепцию проекта, определяет его цели и задачи	Современные тенденции в развитии организационных структур управления проектами.	Находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею.	Навыком разработки концепции проекта, определения его целей и задач.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		УК-2.2 Разрабатывает и реализует проект в соответствии со своей ролью	Методологию разработки и реализации отраслевого проекта.	Разрабатывать и реализовывать отраслевой проект в соответствии со своей ролью.	Навыками разработки и реализации отраслевого проекта.	
		УК-2.3 Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта	Современные методы управления отраслевыми проектами.	Определять стадии жизненного цикла отраслевых проектов.	Методами управления отраслевыми проектами и навыками управления их жизненным циклом.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Концептуальные и методологические основы технологического проектирования и управления проектами	4			6						44	Кейс /50
Раздел 2 Системный подход к управлению проектами в сфере туризма	4			6						44	Кейс /50
Всего:	**8**			**12**						**88**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Первый модуль «Концептуальные и методологические основы технологического проектирования и управления проектами» посвящён изучению современных подходов к управлению проектами, методов и технологий проектной деятельности, включая предприятия и организации индустрии туризма и гостеприимства. Обучающиеся развивают способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в туристско-экскурсионной сфере, а также принимать организационно-управленческие и проектные решения, оценивать их результаты.

Второй модуль «Системный подход к управлению проектами в сфере туризма» охватывает вопросы разработки инструментария методов управления проектами, построения проектно-ориентированного бизнеса. При изучении этого раздела обучающиеся отрабатывают навыки использования современных методов проектного управления для решения стратегических задач.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13120-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для вузов / Л. Г. Березовая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17458-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской индустрии : учебник для вузов / Г. М. Дехтярь. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17047-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

4. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

1. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 165 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Научный журнал «Современные проблемы сервиса и туризма»	https://stcc.rgutspubl.org/index.php/1
2	Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»	https://национальныепроекты.рф/projects/turizm

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Ситуационный практикум	50-6 - Активное участие в процессе, выступление логично и аргументировано 5-1 - Участие в процессе в определенной роли, выступление в основном логично, недостаточная аргументация

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Учебный кейс

«Создание и развитие стартап-центров как механизма для развития малого и среднего бизнеса в Крыму или по выбору студента».

1. Проанализируйте актуальность создания и использования стартап-центров в Крыму. К каким положительным экономическим результатам приведет создание системы стартап-центров (приведите минимум 5 примеров) в этом регионе? Заполните таблицу 1.

Таблица 1.

Результат создания системы стартап-центров	Как это поможет малому и среднему бизнесу?
1.	

2. Как Вы считаете, что должны делать органы власти различных уровней для развития системы стартап-центров в РК? Заполните таблицу 2.

Таблица 2.

№ п/п	Уровень власти	Действия (не менее трех для каждого органа власти)
1.		
2.		
3.		

3. Предложите 5 форм участия малого и среднего бизнеса в развитии стартап-центров в РК и укажите положительные результаты этого участия. Заполните таблицу 3.

Таблица 3.

№ п/п	Формы участия малого и среднего бизнеса в развитии стартап-центров	Как это повлияет на развитие стартап-центров?
1		
2		
3		
4		
5		

4. Определите, какие выгоды получат предприниматели, финансируя создание стартап-центров в Крыму. Приведите минимум 4 фактора, доказывающих инвестиционную привлекательность проекта создания стартап-центров в РК для предпринимателей (частных инвесторов). Заполните таблицу 4.

Таблица 4.

№ п/п	Факторы инвестиционной привлекательности стартап-центров для частных инвесторов	Доказательства (цифры) привлекательности данного фактора
1		
2		
3		
4		
5		

5. Определите, какие выгоды получат государственные инвесторы, финансируя создание стартап-центров в Крыму. Приведите минимум 4 фактора, доказывающих инвестиционную привлекательность проекта создания стартап-центров в РК, для государственных инвесторов. Заполните таблицу 5.

Таблица 5.

№ п/п	Факторы инвестиционной привлекательности стартап-центров для государственных инвесторов	Доказательства (цифры) привлекательности данного фактора
1		
2		
3		1.
4		

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
	-90 и более (отлично) – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо) –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1.Понятия проекта, сущность процесса управления проектами, история науки.
2.Классификации проектов по сферам деятельности, масштабу, длительности, степени новизны, частоте реализации.
3.Понятие жизненного цикла проекта, его фазы.
4.Участники проекта, их функции и полномочия.
5.Разработка правил проекта. Целеполагание. Формулировка целей и задач. Устав проекта.
6.Содержание проекта (SOW). Структура, правила оформления.
7.Организация управления проектами. Формирование команды для работы над проектом. Понятие команды проекта.
8.Понятие «проектного риска», идентификация рисков, сущность риск-менеджмента. Классификационные признаки рисков: технические, организационные, управленческие, внешние.
9.Методы качественной и количественной оценки рисков. Способы предотвращения и пути минимизации наиболее часто встречающихся рисков в проектной деятельности предприятия.
10.Декомпозиция как первый этап планирования – понятие, суть, этапы.
11.Критерии оценки эффективности WBS.
12.Расписание исполнения проекта. Задачи start-to-start, finish-to-finish, критический путь, Диаграмма Ганта.
13.Понятия ES, EF, LS, LF. Масштабированные сетевые диаграммы.
14.Правила формирования пакета работ.
15.Критерии завершения выполнения проекта.
16.Виды и роль контрольных событий в расписании исполнения проекта

17.Оценка пакетов работы – третий этап планирования.
18.Этап распределения ресурсов. Бюджет проекта.
19.Основные правила оценки проектов. Методы получения оценок
20.Обеспечение баланса проекта.
21.Модель высокоэффективной проектной команды. Особенности.
22.Управление конфликтами в ходе управления проектами.
23.Основные методы управления коммуникациями в проектной команде.
24.Основные принципы построения эффективной системы контроля, отслеживание фактического выполнения работ. Метод 50/50. Метод по вехам.
25.Завершение проекта. Важность грамотного завершения проекта. Функция руководителя проекта на завершающем этапе. Роспуск команды, работавшей над проектом.
25.Основные показатели эффективности проекта. Факторы, влияющие на успех и неудачи проекта. Примеры успешных и неудачных проектов.

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Стратегическое и программно-целевое управление туризмом»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Стратегическое и программно-целевое управление туризмом» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре.

Цели и задачи дисциплины- изучается следующий круг вопросов: организационные и нормотворческие основы стратегического и программно-целевого управления туризмом, бенчмаркетинговый анализ зарубежной и отечественной практики стратегического и программно-целевого управления туризмом, методическая база определения приоритетов развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях управления, уровне предприятия, проблемы и перспективы внедрения механизмов государственно-частного и муниципально-частного партнерства в сфере туризма, кооперационное взаимодействие и кластерные инициативы как формы стратегического и программно-целевого управления туризмом, стимулирование предпринимательства и меры поддержки микро-, семейного, малого и среднего бизнеса в сфере туризма, основы маркетингового управления в сфере туризма, определение возможных рисков стратегического и программ-но-целевого управления туризмом, методики управления рисками и минимизация потерь, мониторинг и оценка эффективности методов и инструментов стратегического и программ-но-целевого управления туризмом.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления в части	**ОПК-2**	ОПК-2.1. Применяет основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления.	Основные методы и приемы стратегического анализа, моделирования и стратегического планирования туристско-экскурсионной деятельности на различных уровнях управления.	Применять методы и приемы стратегического анализа, моделирования и стратегического планирования туристско-экскурсионной деятельности.	Методами и приемами стратегического анализа, моделирования и стратегического планирования туристско-экскурсионной деятельности.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		ОПК-2.2 Выявляет факторы успеха, обосновывает стратегии развития сферы туризма на различных уровнях управления.	Методы сбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для проведения мониторинга, прогнозирования и обоснования стратегий развития туристско-экскурсионной сферы на различных уровнях управления.	Собирать, анализировать и интерпретировать соответствующие данные, необходимые для проведения мониторинга, прогнозирования и обоснования стратегий развития туристско-экскурсионной сферы на различных уровнях управления.	Навыками мониторинга текущего состояния, прогнозирования и оценки эффективности развития туристско-экскурсионной сферы на различных уровнях управления.	
		ОПК-2.3 Формирует концепции и разрабатывает стратегии развития сферы туризма на различных уровнях управления.	Принципы и методологию формирования концепций и разработки стратегий развития туристско-экскурсионной сферы на	Разрабатывать концепции, стратегии и программные мероприятия по развитию туристско-экскурсионной сферы на различных	Навыками программирования и стратегического проектирования развития туристско-экскурсионной сферы на	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
			различных уровнях управления.	уровнях управления.	различных уровнях управления.	
Готов организовать и реализовывать процесс регулирования и управления сферой туризма на различных уровнях в части	**ПК-1**	ПК-1.2 Демонстрирует готовность к применению инструментария регулирования и управления сферой туризма на различных уровнях.	Функции и сферы ответственности органов управления туризмом на государственном и муниципальном уровнях в области стратегического и программно-целевого управления туризмом.	Делегировать полномочия, ставить аналитические и управленческие задачи стратегического и программно-целевого управления туризмом на государственном и муниципальном уровнях перед исполнителями, контролировать их исполнение	Навыками постановки и решения задач стратегического и программно-целевого управления туризмом на государственном и муниципальном уровнях	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Стратегическое управление и конкурентные стратегии туристского предприятия	3	4								30	Реферат/40
Раздел 2 Теоретико-методологические основы стратегического и программно-целевого управления туризмом на государственном и муниципальном уровнях	3	4								29	Реферат /40
Раздел 3. Технологии мониторинга и оценки эффективности развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях	2	4								29	Реферат/30
Всего:	**8**	**12**								**88**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Первый модуль «Стратегическое управление и конкурентные стратегии туристского предприятия» посвящён темам:

- Характеристика конкурентных стратегий туристского предприятия. Стратегический анализ и оценка конкурентных преимуществ и потенциала предприятий туриндустрии. Стратегический анализ внешней среды;
- Стратегические проблемы развития туристского предприятия и характеристика системы стратегического управления;
- Стратегическое и тактическое планирование на туристском предприятии и принятие управленческих решений.

Второй модуль «Теоретико-методологические основы стратегического и программно-целевого управления туризмом на государственном и муниципальном уровнях» охватывает такие темы как:

- Методология управления сферой туризма на федеральном уровне. Стратегия развития туризма в Российской Федерации. Приоритеты государственной политики в сфере внутреннего и въездного туризма. Технологические подходы к координации туристской деятельности на региональном уровне. Роль государственных структур в обеспечении устойчивого развития туризма. Опыт Северной Европы;
- Совершенствование системы управления и статистического учета в сфере туризма на региональном уровне. Система организации туризма на муниципальном уровне;

Третий модуль «Технологии мониторинга и оценки эффективности развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях» представляет данные темы:

- Анализ потенциала и возможностей развития регионального туристско-рекреационного комплекса;
- Мониторинг как инструмент оценки эффективности развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.
- Комплексное исследование потребителей туристских услуг. Разработка «Карты гостя».

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Горбашко, Е. А. Управление проектами : учебник для вузов / Е. А. Горбашко ; под редакцией Е. А. Горбашко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19021-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17500-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

1. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма : учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17765-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Портал про гостиничный бизнес (ProHotel)	http://prohotel.ru/
2	Официальный сайт Российского Союза Туриндустрии. Законодательство. Все важные международные и российские документы. Новости. Статистика.	http://www.rostourunion.ru/

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие

материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Реферат	30/40-8 – работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема реферата, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению; 7-5– основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы; 4-3 – основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем реферата выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении. 2 - тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, допущены грубейшие ошибки в оформление работы.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Темы реферата</u>

1. Методология управления сферой туризма на федеральном уровне.
2. Основное содержание «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».
3. Приоритеты государственной политики в сфере внутреннего и въездного туризма.
4. Координация развития сферы туризма на муниципальном уровне.
5. Стратегическое планирование развития туризма на региональном уровне в Российской Федерации.
6. Формирование системы обеспечения устойчивого развития туризма в РФ.
7. Содержание парадигм координации сферы туризма в регионе.
8. Опыт реализации региональных программ.
9. Опыт стран Северной Европы по реализации региональных программ развития туризма.
10. Формирование ключевых показателей статистического учета в сфере туризма на региональном уровне.
11. Содержание статистического учета в сфере туризма на региональном уровне.
12. Система организации туризма на муниципальном уровне.
13. Формирование основных положений программы развития туризма в муниципальном образовании.
14. Характеристика процесса создания муниципальной программы развития туризма.
15. Сущность программно-целевого метода развития туризма на муниципальном уровне
16. Потенциал и возможности для развития регионального туристско-рекреационного комплекса
17. Характеристика регионального туристско-рекреационного комплекса.
18. Формирование ключевых показателей мониторинга оценки эффективности развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях
19. Содержание мониторинга оценки эффективности развития туризма на федеральном уровне.
20. Содержание мониторинга оценки эффективности развития туризма на региональном уровне.
21. Содержание мониторинга оценки эффективности развития туризма на муниципальном уровне.
22. Технологическое и теоретическое обеспечение комплексного исследования потребителей туристских услуг.
23. «Карта гостя».
24. Опыт реализации проекта «Карта гостя» в регионах РФ.
25. Ключевые показатели комплексного исследования производителей туристских услуг.

26. Содержание туристского паспорта региона (муниципального образования).
27. Использование туристского паспорта региона (муниципального образования) в целях развития дестинации.

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо) –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1. Сопоставьте группы предприятий туристского бизнеса по характеру удовлетворения туристских потребностей, принятых в международной практике, с соответствующими видами предприятий:

Группы предприятий:
1) предприятия посредничества и организации туризма;
2) транспортные предприятия;
3) предприятия, обеспечивающие жизнедеятельность туристов вовремя путешествия;
4) предприятия зрелищных услуг.

Виды предприятий:
а) авиакомпания, железнодорожная компания и т.п.;

б) предприятия, проводящие досугово-развлекательные мероприятия;
в) туроператоры и турагенты;
г) предприятия размещения и общественного питания.

2. Какие слова и словосочетания пропущены в определении понятия «стратегическое управление»?
Стратегическое управление – это непрерывный процесс реализации управленческих решений и ____1____, ориентирующий производственную деятельность на _____2_____, гибко реагирующий на изменения в организации, позволяющие добиваться _____3_____.
1) _____;
2) _____;
3) _____.

3. Из каких ключевых элементов состоит система стратегического управления организацией?

4. Что является результатом стратегического управления?

5. Приведите не менее трех примеров стратегических проблем, с которыми сталкиваются организации, с учетом специфики туристской деятельности.

6. Согласно Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, выделение приоритетных видов туризма для туристских территорий Российской Федерации должно осуществляться индивидуально с учетом _____?

7. В каком нормативном правовом документе, помимо Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, в 2019 году впервые было введено понятие «приоритетная туристская территория?

8. Согласно Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, мастер-план развития туристской территории представляет собой _____
____

9. Какие слова и словосочетания пропущены в определении понятия «региональный туристский мультипликатор»?
Региональный туристский мультипликатор – коэффициент, характеризующий величину _____1_____ на региональную экономику, рассчитанный с учетом _____2_____.
1) _____;
2) _____.

10. Согласно Федеральному закону от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации, создание условий для развития туризма является правом органов местного самоуправления муниципальных образований на решение вопросов_____

11. Для оценки потенциала и возможностей развития регионального туристско-рекреационного комплекса укрупненно проводится анализ его _____.

12. Соотнесите аналитические группы и объекты анализа потенциала туристско-рекреационного комплекса региона

Аналитические группы
1. Группа наличия
2. Группа состояния
3. Группа функционирования

Объекты анализа
а) форма предоставления услуг, реализационная ориентация, характер деятельности, функциональный профиль, предлагаемый уровень цен;
б) рекреационные, экскурсионные и др. объекты;
в) политическая стабильность в регионе, криминальная обстановка и способность органов власти ее контролировать, оперативная транспортная доступность и связь, состояние функциональной инфраструктуры и средств размещения, состояние социальной инфраструктуры, познавательная атмосфера, экология территории с точки зрения эффективной рекреации, качественный уровень питания и другого обслуживания.

13. В рамках SWOT-анализа регионального туристско-рекреационного комплекса анализируются _____

14. В рамках PEST-анализа регионального туристско-рекреационного комплекса анализируются _____ группы факторов.

15. Обобщенные показатели, построенные на статистических данных, которые разрабатываются для оценки процессов, уровней развития территории_____

16. Социальные медиа или соцмедиа - это_____

17. Эффект, который создается в персональных лентах новостей и рекомендаций каждого пользователя соцсетей или онлайн-сервисов из-за специальных алгоритмов, - это _____

18. Социально-географическая местность (регион, область, город, деревня, парк аттракционов, др.), которую конкретный турист или целый сегмент туристского спроса выбрал в качестве цели поездки, и которая располагает всеми необходимыми учреждениями, организациями, средствами размещения, обслуживания и инфраструктурой развлечений, - это _____

19. Определенная географическая территория, располагающая набором привлекательных для туристов ресурсов и предлагающая определенный перечень

услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туристов – это _____

20. Стратегия, направленная на достижение преимуществ территории за счет повышения известности гуманизирующих культурных ценностей, событий – это _____

21. Совокупность туристских ресурсов и развитая туристская инфраструктура, определяющие привлекательность данной местности для туристов и рекреантов –это _____

22. Совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, готовых для создания туристского продукта – это _____

23. В прогнозировании развития туризма территории применяется _____ _____

24. Одной из задач Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года является создание _____ туристского продукта Российской Федерации.

25. Прогнозирование и моделирование в сфере туризма является одной из функций _____?

26. Показатель "Количество туристов, перевезенных транспортными средствами, принадлежащими транспортным организациям региона" используется для анализа _____

27. Показатель «Доля средств размещения эконом класса в общем количестве коллективных средств размещения» характеризует _____ _____

28. Установление причинно-следственных связей в системе управляемого объекта – это _____?

29. Исследование целевой аудитории, социального портрета туриста является _____ категорией анализа.

30. Для инвесторов статистическая информация в туризме важна с точки зрения оценки_____?

31. По какой форме федерального статистического наблюдения отчитываются юридические лица, предоставляющие услуги гостиниц и аналогичных им коллективных средств размещения, а также специализированных коллективных средств размещения?

32. Результатом стратегического управления являются _____?

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Территориальный маркетинг в туризме»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Территориальный маркетинг в туризме» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре и на 2 курсе в 3 семестре.

Цели и задачи дисциплины- содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с необходимостью формирования у обучающихся теоретических и практических знаний в области туристского маркетинга территорий, рассмотрении роли территориального маркетинга в сфере государственного и муниципального управления и применение маркетинга территорий на практике с целью повышения их туристской привлекательности, а также формирование у студентов знания об основных понятиях в области концепции маркетинга и брендинга туристской дестинации, об основных видах и типах туристских брендов, содержания и особенностях их формирования, сущности и их специфики.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма в части	**ОПК-4**	ОПК-4.1. Применяет технологии маркетинговых исследований в профессиональной деятельности.	Понятие территориального маркетинга в туризме, его концепции и возможности для туристского развития территорий.	Оценивать возможности для развития туризма в регионах на основе принципов туристского территориального маркетинга, формировать технологическую концепцию туристского развития региона.	Навыками формирования технологической концепции туристского развития региона, инструментами для развития туризма в дестинации.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		ОПК-4.2 Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма.	Понятие и составляющие бренда и имиджа туристской территории, процесса управления территориальным туристским брендингом, их роль и значимость для региональных маркетинговых стратегий и программ в сфере туризма.	Определять и обосновывать возможности для развития и расширения бренда и имиджа туристской территории, обосновывать их роль в структуре регионального туристского продукта.	Навыками разработки территориальных маркетинговых стратегий и программ в сфере туризма.	
		ОПК-4.3 Внедряет маркетинговые стратегии и программы различного	Виды и особенности маркетинговых инструментов продвижения	Правильно использовать маркетинговые стратегии и программы для продвижения	Навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельности	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
		уровня в сфере туризма.	и стратегии туристской территории.	туристских территорий.	организаций, учреждений и предприятий, ответственных за туристское продвижение территорий, в том числе с использованием сети Интернет.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
2 семестр											
Раздел 1. Территориальный маркетинг: концепции, возможности и инструменты для развития туризма	4		4							46	Тестовые задания /50
Раздел 2. Брендинг и имидж туристских дестинаций, их роль в позиционировании территории х	4		4							46	Тестовые задания /50
Всего:	**8**		**8**							**92**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										
3 семестр											
Раздел 3. Позиционирование и маркетинговые коммуникации как инструменты продвижения бренда	4			4						33	Кейс /50
Раздел 4. Маркетинговые инструменты продвижения и стратегии туристских территорий	4			4						32	Кейс /50
Всего:/сем.	**8**			**8**						**65**	**100**
Контроль, час/сем.	**27**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)/сем.	**108**										

Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.	**3**										
Всего:	**16**		**8**	**8**						**157**	**100*2**
Контроль, час	**27**										**Зачет + Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**216**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**6**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Первый модуль «Территориальный маркетинг: концепции, возможности и инструменты для развития туризма» посвящён темам:

- Понятие территории как продукта. Факторы и целевые группы территориального туристского маркетинга. Явление туристской конкурентоспособности территории;
- Применение концепции территориального туристского маркетинга в программно-целевом управлении территорией;
- Мотивация туристов и ее влияние на маркетинговую стратегию дестинации. Сегментация туристов, их информированность и восприятие туристской дестинации;
- Оценка конкурентоспособности российских регионов с точки зрения развития туризма.

Второй модуль «Брендинг и имидж туристских дестинаций, их роль в позиционировании территории» охватывает такие темы как:

- Брендинг туристских дестинаций: структура, индивидуальность, имя, визуализация;
- Брендинг и идентичность российских регионов: практики успешные и не очень;
- Имидж туристской территории: виды имиджа, факторы формирования, модели.

Третий модуль «Позиционирование и маркетинговые коммуникации как инструменты продвижения бренда» представляет данные темы:

- Позиционирование туристских дестинаций: концепции, детерминанты, процесс;
- Интегрированные маркетинговые коммуникации в туризме: реклама, туристские карты и путеводители, промо-фильмы, интернет-маркетинг территории;
- «Великий Устюг – родина Деда Мороза»: причины успеха и факторы «затухания» бренда.

Четвертый модуль «Маркетинговые инструменты продвижения и стратегии туристских территорий» посвящён темам:

- Маркетинговая стратегия туристской дестинации: маркетинговый план дестинации, маркетинговый аудит и стратегический анализ;
- Опыт продвижения туристских дестинаций;
- Сложности и проблемы маркетингового территориального планирования в туризме.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Логунцова, И. В.* Маркетинг территорий : учебник для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 160 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18653-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Джанджугазова, Е. А.* Маркетинг туристских территорий : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21280-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. *Рассохина, Т. В.* Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 217 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16585-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

1. *Королева, О. В.* Брендинг туристских территорий : учебник для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Научный журнал «Современные проблемы сервиса и туризма»	https://stcc.rgutspubl.org/index.php/1
2	Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»	https://национальныепроекты.рф/projects/turizm

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор

демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Тестовые задания	50-9 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 8-5 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 4-0 – менее 50% правильных ответов
2.	Ситуационный практикум	50-6 - Активное участие в процессе, выступление логично и аргументировано 5-1 - Участие в процессе в определенной роли, выступление в основном логично, недостаточная аргументация

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Практическое занятие в форме разбора кейс-практик с обсуждением.

Тема «Презентация маркетинговых стратегий туристских дестинаций».

Задание: рассмотреть на выбор государственную или муниципальную программу развития туризма на территории, определить сильные и слабые стороны развития территории с точки зрения туризма, возможности и угрозы для развития, дать характеристику целевой группы, описание туристского продукта территории, применяемые инструменты маркетинга; характеристику программы продвижения, описать маркетинговую стратегию развития территории, дать оценку эффективности маркетинговой деятельности по развитию туризма на территории, сформулировать предложения по

совершенствованию маркетинговой деятельности по развитию туризма на территории.

Результаты оформить в виде презентации.

Тестовые задания

1. **Территориальный маркетинг как фактор регионального управления способствует (выбрать два верных ответа):**
а) усилению конкуренции в регионе;
б) успешному социально-экономическому развитию территории;
в) выравниванию бюджетной обеспеченности территорий;
г) привлечению инвестиций.
2. **Территориальный маркетинг — это (выбрать один верный ответ):**
а) публичная управленческая деятельность, направленная на выявление и продвижение интересов населения территории для решения конкретных задач развития;
б) деятельность по сбору и обработке статистической информации;
в) деятельность, направленная на усиление конкурентной борьбы между территориями;
г) деятельность по борьбе с коррупцией в органах власти.
3. **Три задачи территориального маркетинга в туризме:**
а) привлечение бюджетных и внебюджетных инвестиций;
б) формирование положительного имиджа и брендирование территории;
в) строительство обеспечивающей инфраструктуры (дорог, объектов общественного питания, объектов размещения и пр.);
г) продвижение территории внутри нее и за ее пределами.
4. **Комплекс территориального маркетинга в туризме включает (выбрать один верный ответ):**
а) рынок товаров и услуг;
б) территорию как туристический продукт; стоимость посещения туристской территории; территорию как географическое пространство; качество; сервисную среду; материальную среду; людей; продвижение; процесс.
в) маркетинговые исследования территории;
г) региональную и/или муниципальную программу развития туризма.
5. Туристская дестинация как продукт – это (выбрать один верный ответ):
а) административно-территориальное образование;
б) муниципальный район, город, село;
в) социально-географическое пространство, характеризуемое наличием объектов и ресурсов, пользующихся туристическим спросом и инфраструктуры, способной удовлетворить данный спрос;
г) особая природная экологическая зона.
6. К целевым группам территориального маркетинга в туризме относят: (выбрать три ответа):
а) туристов, экскурсантов;
б) жителей;
в) органы власти, реализующие программу продвижения туристской дестинации
г) СМИ.
7. Какие структуры и/или органы, субъекты рынка относят к акторам территориального маркетинга в туризме (выбрать четыре правильных ответа):
а) некоммерческие общественные организации;
б) туроператорские и турагентские компании;
в) законодательные и исполнительные органы государственной власти;

д) инвесторы;
е) СМИ;
г) органы местного самоуправления.

8. Чаще всего авторами создания программ продвижения территорий являются (выбрать один ответ):

а) инвесторы;
б) федеральные органы власти;
в) органы местного самоуправления, региональные органы исполнительной власти;
г) инициативные группы.

9. Отдельная территориальная единица, основанная на общности природных, культурных и историко-архитектурных ресурсов, объединенная общей туристской инфраструктурой и воспринимаемая в качестве целостного объекта (выбрать один ответ):

а) дестинация;
б) туристский кластер;
в) курортная местность;
г) туристско-рекреационная зона.

10. Конкурентоспособность туристской дестинации определяется (выбрать три ответа):

а) демографической ситуацией;
б) качеством и доступностью транспортной и обеспечивающей инфраструктуры, состоянием и стоимостью использования туристской инфраструктуры;
в) наличием статистической информации о развитии региона;
г) качеством обслуживания;
д) наличием социально-экономического прогноза развития территории;
е) узнаваемостью и привлекательностью бренда территории.

11. Какие мероприятия НЕ относятся к стимулированию спроса на туристический продукт (выбрать два ответа):

а) туристический кэшбек;
б) субсидирование организации специальных туров для отдельных категорий граждан;
в) повышение цен в низкий туристический сезон;
г) субсидирование организации чартерных перевозок;
д) привлечение инвестиций в туристскую инфраструктуру.

12. Конкурентоспособность – это (выбрать один ответ):

а) способность туристской дестинации сохранять свои позиции на рынке;
б) процесс управления территорией;
в) деятельность по формированию программы доходов территорий от туризма;
г) деятельность, направленная на согласованное взаимодействие субъектов экономической деятельности.

13. Мотив – это (выбрать один ответ):

а) поведение человека для удовлетворения потребности;
б) побудительная причина для начала деятельности с целью удовлетворения какой-либо потребности;
в) результат осознанных целенаправленных действий;
г) реакция от посещения территории.

14. Сегментация туристского рынка – это (выбрать один вариант):

а) процесс создания туристского продукта;
б) процесс выбора форм и методов продвижения туристской дестинации;
в) процесс разделения потенциальных туристов на однородные группы в соответствии с общими особенностями их спроса;
г) деятельность по оценке эффективности маркетинговой программы.

15. Оплаченная неличная презентация продукта, идеи, цель которой воздействовать на принятие решение о покупке туристского продукта, формирование благоприятного имиджа – это (выбрать один вариант):

а) связи с общественностью;
б) реклама;
в) выставочное мероприятие;
г) стимулирование сбыта.

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета и экзамена.

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо) –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **«Зачтено»** **– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
	интерпретирует полученный результат. **– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1. Территориальный маркетинг — это
_____

2. Туристская дестинация как продукт – это
_____

3. Совокупность закреплённых в сознании потребителей позитивных образных представлений об определенной территории, которые выполняют функции его идентификации и дифференциации – это
_____

4. Эмблема государства, города, изображаемая на флагах, монетах, печатях, государственных и других официальных документах – это
_____

5. Сформировавшийся в психике людей образ объекта, к которому у них возникает оценочное отношение, проявляемое в форме мнения – это
_____

6. Пресс-тур организуется для
_____

7. Инфо-тур организуется для
_____

8. Конкурентоспособность туристской дестинации – это
_____

9. **Комплекс территориального маркетинга в туризме включает**:
_____

10. Процесс принятия решения о покупке туристского продукта (выстроить последовательность):

№ п/п	Этап
	Поиск информации
	Реакция от посещения территории
	Оценка вариантов
	Осознание потребности
	Решение о посещении

11. Сегментация – это _____

12. Соотнести характеристики со способами сегментации:

Способ сегментации	Характеристики

1. По географическому признаку	1. Пол, возраст, доход, уровень образования
2. По социально-демографическим характеристикам	2. По странам, по регионам внутри страны, по городам, районам внутри одного региона
3. По поведению	3. Стиль жизни, ценности, потребности
4. По психографическим характеристикам	4. Причины путешествия, масштаб путешествия (включая продолжительность), виды активности; лояльность

Способ сегментации	1	2	3	4
Характеристики				

13. Согласно концепции Г. Дэна, распределите «толкающие» и «притягивающие» мотивационные факторы при выборе дестинации: исторические достопримечательности, финансовая доступность, побег от окружающей обыденной действительности, культурный опыт, дикая природа, релаксация, культурные события, престиж, укрепление отношений, здоровье, красота ландшафтов.

«Толкающие» мотивационные факторы	«Притягивающие» мотивационные факторы

14. Составляющие бренда _____.

15. Позиционирование – это _____.

16. Продвижение территориального туристского продукта – это _____.

17. Соотнести вид маркетинговых коммуникаций с инструментами маркетинга:

Вид маркетинговых коммуникаций	Инструменты
1. Рекламные материалы	1. Веб-сайты, оптимизация в поисковых системах, интернет-реклама
2. Реклама в СМИ	2. Тур. офисы, представительства дестинации за ее пределами, ТИЦ
3. Product placement	3. Редакционные материалы в СМИ, спец. мероприятия, спонсорство
4. Связи с общественностью	4. Художественные фильмы, программы о путешествиях
5. Личные продажи	5. ТВ-ролики, реклама в газетах и журналах, наружная

	реклама, реклама на радио
6. Интернет - продвижение	6. Путеводители, туристические карты, буклеты

Вид маркетинговых коммуникаций	1	2	3	4	5	6
Инструменты						

18. Реклама территории как туристского продукта – это _____.

19. Туристский кластер – это _____.

20. Последовательность этапов разработки стратегического маркетингового плана территории:

№ п/п	Этап
	Постановка целей и задач
	Оценка внешней и внутренней среды территории
	Формирование продукта
	Оценка эффективности
	Выбор целевого (ых) сегмента (ов)
	Позиционирование
	Разработка плана мероприятий
	Разработка бюджета

21. Нацеливание маркетинговой кампании территории сразу на несколько сегментов целевой аудитории с разработкой отдельного предложения для каждого из них – то стратегия _____

22. Стратегия дифференцированного маркетинга туристской территории – предполагает _____.

23. Нацеливание маркетинговой кампании туристской дестинации на весь рынок сразу с одним и тем же предложением – это стратегия _____.

24. Стратегия недифференцированного маркетинга – предполагает _____.

25. По способу реализации стратегия, направленная на развитие сильных сторон дестинации – это стратегия _____.

26. Стратегия стимулирования точек роста – это _____.

27. Стратегия стимулирования инвестиций в туризм, притока туристов и пр. – называется _____.

28. Стратегия привлечения – это _____.

29. Стратегия перестройки всех сфер функционирования территории с целью развития туризма – это стратегия _____.

30. Стратегия комплексного подхода к развитию туристской дестинации предполагает _____.

31. Основными объектами маркетинговой стратегии является отдельные туристские достопримечательности - это стратегия _____.

32. Стратегия объектного подхода предполагает _____.

33. Стратегия, направленная на формирование положительного образа туристской территории – это стратегия _____.

34. Целевые группы маркетинга туристской территории: _____.

35. Акторы территориального маркетинга _____.
36. Какие методы маркетинговых исследований применяются для изучения потребностей и мотивации потребителей туристских услуг? _____
37. Факторы конкурентоспособности туристского продукта в соответствии со Стратегией развития туризма в РФ на период до 2035 года: _____

38. Товарный знак – это _____.

39. Знак обслуживания – это _____ .

40. Виды товарных знаков: _____ .

41. Приведите примеры зарегистрированных знаков обслуживания, которые выступают средствами индивидуализации туристской дестинации (региона, города), зарегистрированных в установленном порядке в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания РФ: _____.
42. Какой орган исполнительной власти осуществляет регистрацию товарного знака (знака обслуживания): _____
43. При каких условиях наступает уголовная ответственность при незаконном использовании чужого товарного знака или сходных с ним обозначений для однородных товаров_____.
44. Приведите примеры, когда жители могут выступать в качестве акторов маркетинга туристской территории.
45. Соотнесите характеристики, связанные с формированием:
а) репутации;
б) имиджа:

Характеристика	а) репутация	б) имидж
Комплекс образных, эмоциональных представлений о природно-климатических, исторических, этнографических, и др. особенностей территории		
Объективные ценностные убеждения на основе полученной информации о регионе, личного опыта взаимодействия		
Совокупность качественных и количественных характеристик		
Представления основаны на практическом взаимодействии с практикой		
Субъективность восприятия территории		
Представления о территории надуманные и не соответствуют действительности		
Формируется сравнительно быстро, в тоже время утрачивается очень быстро		

Представления не всегда подтверждаются практикой взаимодействия с территорией		
Представления о территории соответствуют действительности, формируется на основе преобразования территории		
Формируется продолжительное время, утрачивается не сразу – аспектно, только в той части, которая подверглась негативной оценке		
Исследования представлений о территории носят качественный характер		
Объективность восприятия территории		
Поверхностное эмоционально-чувственное восприятие может формироваться на какой-то одной характеристике		
Исследование представлений о территории носят количественный характер (рейтинги, оценка потенциала и т.д.)		

46. Соотнесите характеристики, связанные с формированием:

а) бренда;

б) имиджа:

Характеристика	а) бренд	б) имидж
Комплекс образных, эмоциональных представлений		
Не возможно оценить стоимость в количественном выражении		
Образ территории всегда создается с помощью инструментов продвижения		
Имеет материальное воплощение: связан с логотипом, слоганом и пр		
Количественная оценка стоимости		
Не связан с атрибутами		
Представление о территории может возникнуть спонтанно		
Закреплённые в сознании позитивные образные представления		

47. Соотнести описание с типом имиджа:

Характеристика имиджа	Тип имиджа
1. Территория однозначно ассоциируется в сознании потребителей преимущественно благодаря своим достоинствам (культурно-историческим, высоким благосостоянием населения, экологичностью и пр.)	**1. Излишне традиционный имидж**
2. Территория неизвестна целевым группам потребителей	**2. Противоречивый имидж**
3. Имидж, основанный на исторических ассоциациях, не позволяет представить регион динамичным, современным	**3. Положительный имидж**
4. Территория имеет очевидные преимущества, но одновременно ассоциируются с плохой экологией, автомобильными пробками, криминалом и агрессией	**4. Слабовыраженный имидж**
5. Территория однозначно ассоциируется в сознании потребителей преимущественно только со своими недостатками и отрицательными факторами: бедностью, преступностью, наркоманией, военными конфликтами и пр.	**5. Чрезмерно привлекательный имидж**
6. Территория вызывает исключительно положительные эмоции, но не в состоянии справиться с потоками посетителей и сталкивается с проблемой отсутствия сбалансированного подхода к продвижению территории	**6. Негативный имидж**

Характеристика имиджа	1	2	3	4	5	6
Тип имиджа						

48. Соотнесите примеры восприятия территории по компонентам имиджа:

а) когнитивное восприятие;

б) поведенческий аспект;

в) эмоциональное восприятие.

Пример восприятия территории	Компонент имиджа
Город красивый, чистый, гостеприимный, высоким качеством обслуживания	
В городе развита туристская инфраструктура, много прекрасных отелей с высоким качеством обслуживания, хорошая экология	
Территория вызывает дискомфорт, здесь многолюдно и шумно	
Здесь сохранилось много культурных и исторических объектов, которые прекрасно отреставрированы	
Нахожусь в восхищении от посещения этого региона, мечтаю еще раз поехать туда	
Территория «будоражит» и «заряжает энергией»	
Этот город - индустрия развлечений, доступный уровень цен в магазинах, хорош для шопинга.	
Здесь тоскливо, грустно, «серо», тривиально	
Я не советую Вам брать путевку в этот регион, говорят, что там небезопасно	

49. Определите группу ассоциативной связи с территорией:

Примеры	Группа ассоциаций
1. Для дайвинга хороши бухта Аю и губа Фролиха на Байкале, Геленджик, Анапа на Черном море	
2. Сахалин – остров (948 км в длину), напоминающий рыбу; Уральские горы – граница Европы и Азии, Байкал – огромный лунный серп	
3. Лотосы можно увидеть на Каспийском взморье – в Калмыкии (Лаганский район) и в Астрахани	
4. Казань, Республика Татарстан: ровные погодные условия, без жары и морозов	
5. Нижний Новгород – сердце русского ополчения 1612 года	
6. Русская живопись: иконопись Андрея Рублева, Казимир Малевич – основоположник супрематизма. Русский театр, русский балет	
7. Калмыки – народ, который ведет закрытый образ жизни, не стремясь хвалить себя и не выставляет на показ свои заслуги.	
8. Псковская, Курганская области – депрессивные регионы	

50. Последовательность позиционирования туристской территории:

Определение мотиваций, лежащих в основе поездок людей, уже посетивших дестинацию	
Определение вариантов возможного позиционирования	
Определение восприятия сильных и слабых сторон каждого из конкурентных преимуществ дестинации	
Выбор и реализация концепции позиционирования	
Определение конкурентных преимуществ дестинации на целевом рынке	
Проведение мониторинга реализации и эффективности позиционирования	
Определение целевого рынка и контекста путешествия	

50. Последовательность позиционирования туристской территории:

Определение мотиваций, лежащих в основе поездок людей, уже посетивших дестинацию	
Определение вариантов возможного позиционирования	
Определение восприятия сильных и слабых сторон каждого из конкурентных преимуществ дестинации	
Выбор и реализация концепции позиционирования	
Определение конкурентных преимуществ дестинации на целевом рынке	
Проведение мониторинга реализации и эффективности позиционирования	
Определение целевого рынка и контекста путешествия	

51. Составьте матрицу SWOT-анализа туристского потенциала города Нижнего Новгорода, распределив факторы по группам (сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы) (в таблицу вписать цифры):

1. Богатое историко-культурное наследие города и уникальность основных объектов показа.
2. Включение в федеральные и региональные программы.
3. Выгодное географическое положение и уникальный ландшафт.
4. Высокие цены на услуги питания.
5. Конкуренция на рынке туристских услуг со стороны городов ПФО (Казань, Самара и др.), Центрального региона (Владимир, Кострома, Ярославль).
6. Недостаточно развитая инфраструктура приема гостей на территории города.
7. Недостаточное количество парковок и автобусных стоянок для туристского транспорта и туристских автобусов.
8. Большое количество музеев и развитая система культурного досуга.
9. Неразвитая система велодорожек/велопарковок.
10. Отсутствие средств на софинансирование проектов в рамках участия в областных и федеральных целевых программах.
11. Повышение стоимости туристских услуг ввиду повышения цен на энергоресурсы и теплоресуры, продукты питания и пр.
12. Развитая сеть пунктов общественного питания.
13. Развитие инфраструктуры к 800-летию города.
14. Развитие системы городского велопроката.
15. Снижение привлекательности города в связи с недостаточным продвижением на международном и внутреннем рынках туристских услуг.
16. Увеличение туристского потока в рамках ежегодных событийных мероприятий.
17. Удовлетворительное состояние объектов показа.
18. Создание современных гостиничных комплексов.
19. Формирование положительного имиджа города и увеличение въездного туристского потока, включение города в международные туристские маршруты

Сильные стороны	Слабые стороны
Возможности	Угрозы

52. Опишите маркетинговую стратегию развития туризма в Нижнем Новгороде, определенную в муниципальной программе «Развитие туризма на территории города Нижнего Новгорода» на 2019 - 2024 годы» и ее недостатки.

Исходные данные:

Туристский продукт города Нижнего Новгорода представлен программами пребывания от 2-часовых обзорных экскурсий для пассажиров транзитных круизных судов и автобусных туров до 3-, 4-дневных программ пребывания (с культурно-познавательными и деловыми целями), с учетом посещения туристских центров области - 7-дневных программ пребывания. В сегменте культурно-познавательного туризма преобладают программы 1-3-дневного пребывания, что является недостаточным для раскрытия туристского потенциала города.

Туроператоры Нижнего Новгорода предлагают около 80 туристско-экскурсионных маршрутов.

Туристский поток в Нижний Новгород представлен в трех сегментах:

I сегмент – взрослые российские и иностранные туристы, которые посещают город с деловыми целями и с целью знакомства с историко-культурным наследием Нижнего Новгорода;

II сегмент – школьные группы, которые посещают город с целью знакомства с историко-культурным наследием Нижнего Новгорода;

III сегмент – экскурсанты, которые посещают город с целью знакомства с историко-культурным наследием Нижнего Новгорода.

Наибольшей популярностью у туристов пользуется обзорная экскурсия по Нижнему Новгороду, включая музеи, а также поездки в один из городов Нижегородской области (Городец, Семенов и др.).

Основная цель муниципальной программы «Развитие туризма на территории города Нижнего Новгорода» на 2019 - 2024 годы» – это повышение туристской привлекательности города Нижнего Новгорода.

Приоритетные виды туризма: культурно-познавательный, деловой, научно-образовательный, промышленный, корпоративный, религиозный, приключенческий, спортивный, событийный, круизный, этнографический, гастрономический.

Ежегодно на территории города проводится более 50 мероприятий, приуроченных к празднованию значимых для города Нижнего Новгорода событий.

В целях развития событийного туризма и продвижения Нижнего Новгорода как столицы народных художественных промыслов с 2012 года проводится фестиваль народных художественных промыслов «Секреты мастеров».

На территории города находятся три древнейших монастыря – Благовещенский, Печерский, Крестовоздвиженский, а также подворье Дивеевского монастыря, более 40 храмов и церквей, в церкви Преображения Господня в Старых Печерах находятся мощи местночтимого святого Иосифа Печерского. При приходе церкви святых Жен-Мироносиц родились чудотворцы Ефимий Суздальский и Макарий Желтоводский, частица мощей которого находится в храме.

В Нижнем Новгороде есть современный цирк, один из лучших в России планетарий, уникальная канатная дорога через реку Волгу, суда на воздушной подушке, на которых можно совершать короткие прогулки и продолжительные экскурсии; кафе-трамвай с экскурсионным обслуживанием; прогулки и экскурсии на велосипедах и сигвеях; для любителей экстремального туризма предоставляется возможность полетов на истребителях МиГ.

Значительный промышленный потенциал (на территории города расположено более 130 крупных и средних промышленных предприятий), широкие возможности для организации конгрессных мероприятий (всего более 70 конференц-залов).

Одним из крупнейших мероприятий делового туризма является Международный бизнес-саммит, который проводится с 2012 года в Нижнем Новгороде.

В пределах пригородной зоны города расположена курортная территория – бальнеоклиматическая курортная местность «Зеленый город», где действует более 20 объектов рекреационной сферы, в т.ч. знаменитые санатории «им. ВЦСПС», «Зеленый город», «Стрелка», пансионаты и базы отдыха.

На территории Нижнего Новгорода находятся 14 объектов природного наследия (парки, сады, лесопарки) и ботанический сад.

53. Приведите пример города/дестинации, где были применены стратегии противодействующего маркетинга для борьбы с овертуризмом, изложите суть стратегии:

54. На основе матрицы SWOT-анализа туристского потенциала города Нижнего Новгорода предложите решения по:

- использованию открывающихся возможностей для корректировки и невелирования слабых сторон;
- использованию возможностей для реализации сильных сторон;

- использованию сильных сторондля защиты от угроз;
- защиты слабых сторон от дальнейшего ослабления в условиях изменяющейся внешней среды.

Решение представьте в таблице:

	Возможности:	**Угрозы**
	Включение в федеральные и региональные программы. Развитие инфраструктуры к 800-летию города. Развитие системы городского велопроката. Увеличение туристского потока в рамках ежегодных событийных мероприятий. Создание современных гостиничных комплексов. Формирование положительного имиджа города, и увеличение въездного туристского потока, включение города в международные туристские маршруты	Конкуренция на рынке туристских услуг со стороны городов ПФО (Казань, Самара и др.), Центрального региона (Владимир, Кострома, Ярославль). Отсутствие средств на софинансирование проектов в рамках участия в областных и федеральных целевых программах Повышение стоимости туристских услуг ввиду повышения цен на энергоресурсы и теплоресуры, продукты питания и пр. Снижение привлекательности города в связи с недостаточным продвижением на международном и внутреннем рынках туристских услуг
Сильные стороны Богатое историко-культурное наследие города и уникальность основных объектов показа. Выгодное географическое положение и уникальный ландшафт. Большое количество музеев и развитая система культурного досуга. Развитая сеть пунктов общественного питания.		
Слабые стороны Высокие цены на услуги питания. Недостаточно развитая инфраструктура приема гостей на территории города. Недостаточное количество парковок и автобусных стоянок для туристского транспорта и туристских автобусов. Неразвитая система велодорожек/велопарковок. Удовлетворительное состояние объектов показа.		

55. Какие особенности туристкой дестинации как продукта необходимо учитывать при его формировании?

_____

56. На основе данных глубинного интервью определите: потребности и мотивы туриста при выборе дестинации, что является притягивающими, а что толкающими факторами при выборе дестинации, степень лояльности туриста к дестинации (ответ сопровождайте аргументами и примерами из текста):

Самостоятельное, одиночное путешествие

— Почему вам нравится сноубординг?
— Мне сноубординг нравится тем, что он очень прочищает голову. На горе мыслей про работу не возникает. Там очень четко все — чуть-чуть забоялся, потерял баланс — слетаешь с трассы. Для меня сноубординг — это про то, чтобы побыть с самим собой. Есть я, гора и эта концентрация, напряжение, от которого кайфуешь. Каждый раз это некое преодоление. Если выдержал давление и страх, то получается очень круто какой-нибудь вираж пройти, подпрыгнуть прикольно. Но нужно бороться с собой каждый раз. Это нравится. Хочется, чтобы это вообще не кончалось, катился бы, катился бы, и катился.

— Как выбирали горнолыжный курорт?
— Друзья отца рассказали, что гоняют в Японию кататься, в Нагано. И когда не получилось поехать на горнолыжный курорт Шерегеш под Новосибирск, я решил поехать в Нагано. Перелет от Хабаровска выходил даже дешевле.

— Как планируете поездку?
— Мое планирование очень смешное: я планирую путь от аэропорта до отеля. Моя задача — добраться до вай-фая в отеле. Дальше я разберусь на ходу. Нет смысла о чем-то еще думать. Я гик, доверяю технологиям и поэтому качаю карты. Их часто выгружаю в офлайн, такой есть режим в Google Maps. Бывает, даже распечатываю кусочек карты, вот эту «последнюю милю» от автобусной остановки, где выйду, до отеля. Потому что я знаю, что буду 10 часов в дороге к тому времени, может сесть телефон. Я всегда букинг делаю на двух языках. Если мы летим в Японию, я печатаю букинг на английском и на японском, чтобы показать японцу и спросить: «Где это?» .

— Что понравилось на горнолыжном курорте в Нагано?
— В отличие от наших горнолыжных баз понравилось, что в Нагано можно ехать без экипировки. Там можно арендовать куртку, шлем, перчатки, что угодно. Это круто! Снаряжение там трех классов. Детский класс, Middle-class, есть High performance Class для профи. Это раз. Второе горы там тоже разной степени сложности. Для новичков и выше-выше-выше. Есть трассы для фрирайда и могула — просто для сумасшедших людей. Третье — это климат. Я в первый раз катался в +15 °С. У нас в России катаешься в -28 °С, а там сидишь, пьешь кофе на улице — непередаваемое ощущение. Четвертое — очень много снега, метра три, наверное, он мягкий. У нас последние несколько лет с этим проблемы — снег жесткий, его мало. Очень больно падать, легко испортить доску камнями. И еще там очень красиво. Виды очень крутые, когда поднимаешься на вершину. Объем такой! Думаешь: «Кто-то же это придумал!!!» Это очень красиво, и прям вдохновляет масштаб, объем. Не привык мозг к этому. Очень круто.

Самостоятельный путешественник

Мужчина, 27 лет. Живет на Дальнем Востоке России. Путешествует самостоятельно. Активно занимается спортом. Предпочитает горнолыжные курорты. В 2017 году посетил горнолыжный курорт Нагано (Япония).

57. На основе данных глубинного интервью определите: потребности и мотивы семейной пары при выборе дестинации, что является притягивающими, а что толкающими факторами при выборе дестинации (ответ сопровождайте аргументами и примерами из текста):

Самостоятельное путешествие вдвоем

— Как предпочитаете путешествовать по туристическому пакету или самостоятельно?
(Муж) — Мы любим путешествовать сами. Билеты берем прямо на сайте авиакомпании, бронируем через booking.com или airbnb.ru. Если надо арендуем машину.
(Жена) — Путешествовать самим интереснее. Запланировать себе тур в страну, в которой еще не был, это же реальное творчество. Я сама выбираю авиакомпанию, сама выбираю отель, сама решаю, какие города хочу осмотреть. Это надо посидеть на форумах, надо все продумать. Это хороший тренажер для мозга, я проверяю границы своих возможностей, своей собственной смелости. Это страшнее, чем ехать пакетным туром, но это интереснее. Я сама создаю наше путешествие. Тур становится продуктом моего творчества, моим детищем, моим созданием, и я им горжусь.

— Почему не любите организованные туры?
(Муж) — Мне нравится, когда мы ездим сами, потому что мы ни от кого не зависим, двигаемся в своем темпе. Из-за этого не люблю экскурсии. Хочется что-то внимательно рассмотреть, а все уже убежали дальше. Или приходится кого-то ждать, чьи-то дети кричат. Когда сам, то организуешь себе и темп, и пространство. Встали утром, решили куда-то спонтанно поехать, сели в арендованную машину и поехали. Очень удобно.
(Жена) — А мне организованные туры не нравятся еще потому, что я понимаю, о чем все вокруг говорят. Я же уезжаю из своей страны и хочу погрузиться в другую культуру. А наличие туристов, которые разговаривают на моем родном языке, возвращает меня обратно домой, это раздражает. В путешествиях мне нравится общаться с местными, узнавать об их быте, культуре, о том, как они живут, что думают. О других людях у меня остается больше впечатлений, чем о местах.

— Что еще нравится в самостоятельном отдыхе?
(Муж) — Я очень люблю пробовать местную кухню. Мы специально выбирали аутентичные места. В Японии, например, пробовали бизнесланчи в заведениях, где нет английского меню. То есть помимо достопримечательностей интересен чужой быт, интересно, как живут люди.
(Жена) — И еще такой момент. Про пляжный, пакетный отдых нечего рассказывать. А про самостоятельное путешествие хоть каждый день в соцсети пиши: куда переезжали, что увидели, с кем пообщались. Я весь фейсбук во время путешествия завалила фотками.

Самостоятельные путешественники

Супружеская пара. Мужу 35 лет. Жене 32 года. Живут в Центральной России. Путешествует самостоятельно. Предпочитают познавательный туризм. В 2017 году посетили Японию. В 2018 — Грузию.

58. На основе данных глубинного интервью определите: потребности и мотивы супружеской пары при выборе дестинации, что является притягивающими, а что толкающими факторами при выборе дестинации, степень лояльности туристов к Тайланду (ответ сопровождайте аргументами и примерами из текста):

Организованный тур, путешествуют вдвоем

— Как предпочитаете путешествовать по туристическому пакету или самостоятельно?
(Муж) — У нас есть проверенное турагентство, через которое путешествуем. Мы знаем, что вовремя улетим, знаем, что прилетим назад.
(Жена) — С турагентством чувствуешь себя уверенней, особенно, когда летишь за границу в первый раз. Муж переживал — книжку про Таиланд купил, прочитал про достопримечательности, про то, как там принято себя вести, чтобы градус неизвестности снизить.

— Как предпочитаете отдыхать?
(Муж) — Мне нравится осматривать достопримечательности, ходить по магазинам за подарками, в спортзал ходить. Плавать я не люблю, на пляже долго сидеть — скучно. Кухня местная нравится, я по ней в России начинаю скучать.
(Жена) — В Таиланде нам нравятся люди, их доброжелательность и отзывчивость. Нравится погода, солнце и море. Нравится еда, фрукты, напитки. Мы там расслабляемся и душевно успокаиваемся. Я люблю пляж, люблю релакс, массаж.

— Что важно для хорошего отдыха?
(Жена) — Чтобы отдых удался, мне важен комфорт в номере. Для меня комфорт — это вид из окна на море, большая мягкая кровать, хороший душ, из которого вода льется под нормальным напором, фен. Еще важно, чтобы в отеле не жили китайцы. Они очень шумные, от них много грязи. И чтобы буйных русских не было. Я люблю, когда тихо, когда никто никому не мешает, когда все вежливы и уважают чужой сон и отдых.
Если мы едем через турагентство, и нас заселяют в номер, который по каким-то причинам нам не нравится, нам его всегда меняют. Муж всегда говорит: «Посмотри номер, тебя всё устраивает?» Если нет, например, вид на китайскую кафешку, муж идет на ресепшн и просит заменить номер. Тайцы отзывчивые — ни разу нам не отказали.

Организованные путешественники

Супружеская пара. Мужу 40 лет. Жене 37 года. Живут на Дальнем Востоке. Путешествуют через туристическое агентство. Предпочитают пляжный отдых. В 2018 году посетили Таиланд.

59. Представьте платформу бренда Terra Bashkiria в форме пирамиды бренда:

КОНЦЕПЦИЯ

Башкирия — древняя заповедная земля, хранящая первобытные тайны среди первозданной природы.

Поскольку основным выводом аналитического блока стало понимание того, что Башкирия малоизвестна за пределами своей территории, это повлияло на формирование вербального сообщения. Так появился нейминг — Terra Bashkiria, который резонирует с такими понятиями как Terra Incognita, Terra Nova, которые тоже вошли в составляющую бренда.

Также, после исследований стало понятно, что для людям проще и понятнее произносить «Башкирия», нежели «Башкортостан». Этот вариант названия звучит мягче и поэтичнее. Легче произносится и является уникальным. «Башкортостан» сливается с названиями других территорий, имеющих окончание «стан». Причем многие из них имеют негативную окраску. Также «Башкирия» очень красиво рифмуется со словом «Терра», формируя уникальную словесную и ментальную конструкцию.
Немаловажно и то, что «Башкирия» — одно из исторических названий региона, существующее, по разным источникам, с 14-16 века.

СЛОГАН

Душа Урала. Сердце Евразии.

Урал очень большой и разный. Есть Урал деловой — Екатеринбург, промышленный — Челябинск или Магнитогорск. Не вступая в смысловую конкуренцию с другими регионами, расположенными на Урале, было найдено уникальное позиционирование, основанное на том, что башкирский этнос — единственный, который издревле локально проживает на территории Южного Урала. Подтверждением тому — топонимы и культура, неразрывно связанные с этой землей. Таким образом, Башкирия является душой Южного Урала, её изюминкой. Таинственной территорией, расположенной в самом сердце Евразии.

АЙДЕНТИКА

Платформой для айдентики стало переосмысление национальной орнаментики и колористики.
Максимально абстрактный знак позволил соединить четыре разных направления туризма.
А стилеобразующим элементом стиля являются декоративные полосы, которые также являются переосмыслением декора тканых изделий. Каждый пользователь айдентики волен сам «ткать» свой узор, выбирая собственный колорит и композицию, используя шесть фирменных цветов бренда, становясь соавтором айдентики.

Культурно-познавательный туризм



Пещеры, горы

Экотуристы
Иностранцы
Учёные
Семьи с детьми



Национальная культура

Иностранцы
Белые воротнички
Интеллигенция



Культура Уфы

Белые воротнички
Интеллигенция



Деловые поездки

Командировочные
Большой
и средний бизнес

Активный туризм



Сплавы

Активная молодёжь
Иностранцы
Белые воротнички
Корпоративы, бизнес
Управленцы,
владельцы бизнеса



Горнолыжка

Активная молодёжь
Семьи с детьми
Корпоративы, бизнес
Управленцы,
владельцы бизнеса

Экотуризм



Заповедники

Экотуристы
Семьи с детьми



Дикий туризм

Экотуристы
Активная молодёжь



Озёра, водохранилища

Семьи с детьми
Экотуристы
Активная молодёжь

Оздоровительный туризм



Санатории

Чиновники, бюджетники
Обеспеченные пенсионеры
Больные
Владельцы бизнеса

Целевые группы и ЦА

Любители активного отдыха
Познаватели мира

Активная молодёжь
Белые воротнички
Семьи с детьми
Экотуристы
Иностранцы

Убеждения ЦА без опыта использования продукта

— Я не слышал толком ничего про Башкирию. Мало про неё знаю. Что там особенного, того, чего я не смогу получить в любой другой стране или части России?

— Слышал про Башкирию, а там разве есть ещё что-то кроме мёда?

Барьер выгоды

Для активного отдыха можно слетать по-быстрому в Сочи, для культурного — можно в Европу. Зачем мне ехать в Башкирию, про которую я ничего не знаю?

Обещание бренда

Любителям познавать мир и открывать для себя новое Башкирия даёт возможность открыть первозданный Урал, увидеть нетронутую природу, познакомиться с древнейшей культурой

Инсайт

Башкирия объединяет в себе гораздо больше мест, чем более известные курорты. Получается, что за одну поездку я смогу открыть для себя больше мест, получить больше впечатлений.

Функциональные выгоды

Отдохнуть и провести время с пользой для здоровья
Увидеть новые места
Подходит для активного отдыха с детьми

Эмоциональные выгоды

Зарядиться эмоциями
Получить новые впечатления



Башкирия — лидер по количеству природных парков на Урале



50 источников минеральных вод



Уникальные пещеры



Сплавы



Крупнейшие озёра Урала



Место, где проходит граница Европы и Азии



18 горнолыжных баз



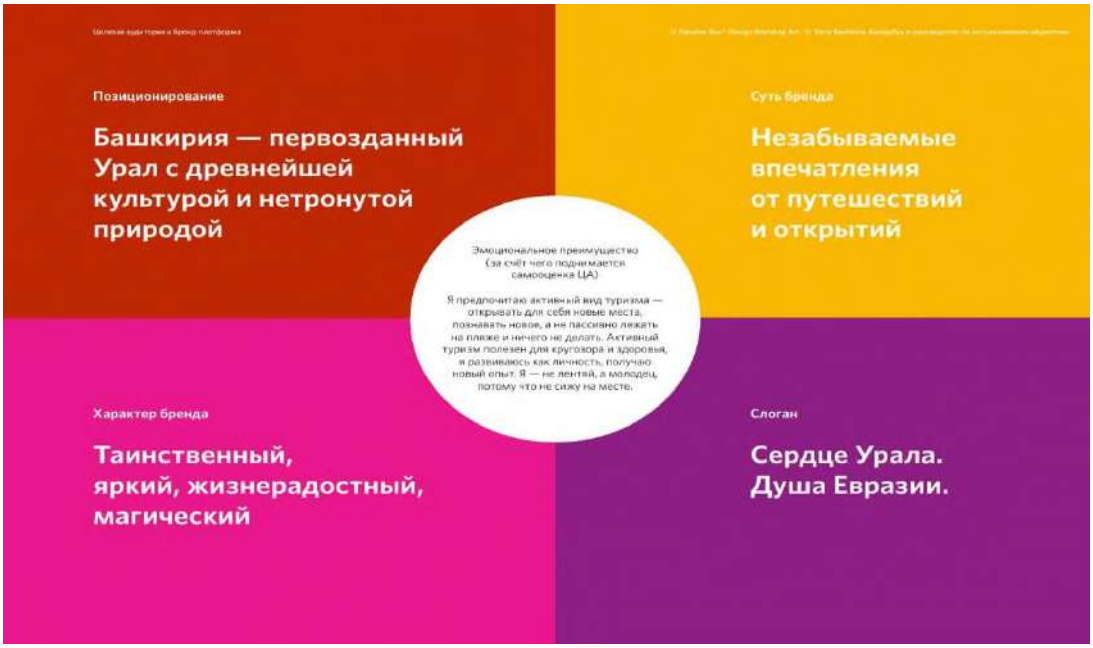
40% площади Башкирии покрыто лесами



Древнейший этнос и культурное наследие



Санаторная база (70 санаториев)



60. На информационном портале Слетать.ру представлен турпродукт «Москва Космическая» в рамках научно-популярного туризма. На Ваш взгляд, к какому типу бренд-стратегии можно отнести данный туристский продукт?

61. На Ваш взгляд, к какому типу бренд-стратегии можно отнести архитектуру бренда города Шанхай (Шанхай – грандиозный энциклопедический музей).

Шанхайский музей городского планирования



Шанхайский музей



Шанхайский музей науки и техники



Шанхайский музей естественной истории



Шанхайский военно-морской музей



Шанхайский музей



Шанхайский музей кино



Шанхайский детский музей



Шанхайский музей текстиля



Шанхайский музей искусств и ремесел



Музей иллюзий в Шанхае



Шанхайский музей металлических игрушек



Шанхайский музей насекомых



Шанхайский автомобильный музей



Шанхайский банковский музей



Шанхайский астрономический музей



Шанхайский музей водных ворот династии Юань



Шанхайский музей традиционной китайской медицины



Шанхайский почтовый музей



Шанхайский железнодорожный музей



Шанхайский музей стекла



Шанхайский музей Люли



Шанхайский музей очков



Шанхайский музей общественной безопасности



Китайский морской музей



Китайский молочный музей



Китайский музей культуры 3-D печати



Китайский музей ценных бумаг



Китайский музей табака



Музей кораблестроения Цзяннань



62. Изобразите воронку продаж, характерную для туристской дестинации.

63. По каким признакам проведена сегментация?

АКТИВНАЯ МОЛОДЁЖЬ

Возраст: *22–33 лет.*

Драйверы: *хорошо и весело провести время.*

Точки контакта: *интернет, соцсети.*

Работают в компаниях, занимают менеджерские позиции или руководители среднего звена.

Основной мотив — весело и с пользой провести выходные с друзьями.

Представляет собой большой сегмент платежеспособной аудитории, очень социальны, любят путешествовать, часто отдают предпочтение активным видам отдыха. В большинстве своём относятся к группе «новаторы» — потребители, готовые пробовать что-то новое, без боязни. Чаще всего на отдых выбираются большой компанией, снимают домики на турбазах и останавливаются на 2–3 дня.

Зимний вид отдыха — горнолыжные трассы, летний — сплавы на реках, активный отдых в горах. Следуют тренду здорового образа жизни, поэтому считают, что лучший отдых — это времяпрепровождение с пользой для здоровья.

Активно пользуются соцсетями и делятся фотографиями с мест отдыха.

Для недолгих туристических поездок, как правило, выбирают направления, до которых можно добраться на машине в районе 3–5 часов или быстрее, реже выбирают перелёты, либо ж/д сообщение.



64. По каким признакам проведена сегментация?

СЕМЬИ С ДЕТЬМИ

Возраст: *30–40 лет.*

Драйверы: *совместное времяпрепровождение с семьей и саморазвитие, отдохнуть от города, здоровье детей.*

Точки контакта: *знакомые, лидеры мнений, интернет, соцсети.*

Семьи с детьми. Детям в среднем от 3 до 10 лет. Живут и работают в больших городах. Очень сильно распространено мнение, что в городе плохая экология, поэтому стараются выбираться с семьёй за город как можно чаще.

Данная группа отдаёт предпочтение активному виду отдыха, совмещая тем самым здоровое и полезное времяпрепровождение. Любят именно с детьми выбираться на природу: летом на озёра, реки, зимой на горнолыжку.

В их случае комфорт имеет значение. Потому что путешествуя с детьми, не хотят сталкиваться с бытовыми трудностями и готовы за это переплачивать. Поэтому для привлечения и увеличения данной категории туристов, в первую очередь необходимо показывать и создавать инфраструктуру.

Выбирая место для отдыха, ориентируются на рекомендации друзей, знакомых, изучают отзывы, ищут информацию.



65. По каким признакам проведена сегментация?

ЭКОТУРИСТЫ

Возраст: *35–45 лет.*

Драйверы: *саморазвитие, отдых от городской суеты, новые впечатления.*

Точки контакта: *интернет, соц сети, глянец (федеральные издания по йоге, здоровью и т.п.).*

Семейная пара, имеют детей. Любят путешествовать, выбирают места с красивой и живописной природой. Планируют путешествия самостоятельно, не обращаясь в турфирмы. Часто отправляются в путешествие на автомобиле, если находятся за границей арендуют машину, чтобы не зависеть ни от кого. В летний сезон предпочитают «дикий туризм», берут с собой палатки, рюкзаки и провизию.

Многие представители данной ЦА относят себя к категории «гражданин мира». Планируя путешествие, тщательно изучают всю информацию по предстоящему маршруту, читают отзывы, смотрят лайфхаки, списываются с теми, кто уже ездил по такому же маршруту.

Детей стараются также приучать к путешествиям и постоянным впечатлениям.



66. Определите критерии позиционирования туристских дестинаций, ориентируясь на слоганы, миссию, атрибуты.

1. «Пермь Великая. Впечатления через край».
2. «Великий Новгород – город-музей Древней Руси».
3. «Открой Сибирь».
4. «Перу – страна для всех!»
5. «Азербайджан – взгляни по-новому!»
6. «I’amsterdam».
7. «ONLY LYON».
8. «Ковдор. Столица гипербореи».
9. Никольск. «Хрустальное сердце России».
10. «Россия – здесь целый мир».

11. «Шанхай – грандиозный энциклопедический музей».
12. «Нижний Новгород – столица закатов».
13. «Санкт-Петербург. Создавать великое».
14. «Камчатка. Твое невероятное приключение».
15. Калининградская область. «Твоя новая история».
16. «Я. Крым. Точка притяжения».
17. Город Шадринск Курганской области. Бренд «Царевна Лягушка».
18. «Калуга – колыбель космонавтики».
19. «Томск – студенческая столица России», «Томск – сибирские Афины». Томск: город, который учится; город, привлекательный для талантов; город с возможностями для обучения разных поколений.
20. «Чехия. Страна историй».

Ответ представьте в таблице.

Критерий позиционирования	Порядковый номер дестинации
Эмоции, удовольствие	
Интрига	
Уникальности территории	
Цель посещения	
По виду туристского продукта	
Относительно туриста	
Премиальность/класс туристской дестинации	

67. Определите критерии позиционирования туристских дестинаций, ориентируясь на слоганы, миссию, атрибуты.

1. «Башкирия – древняя заповедная земля, хранящая первобытные тайны среди первозданной природы».
2. Геопарк «Янган-Тау» - «Мир, живущий в тебе».
3. Биосферный резерват ЮНЕСКО «Башкирский Урал» - «Сохраним природу Урала для будущих поколений».
4. Национальный научный центр в Дели – «Замок мечты для всех и каждого».
5. Национальный научный центр Швеции «Universeum». Мы даем детям и взрослым знания и силы, чтобы сделать Землю лучшим и более устойчивым местом для жизни. Мы создаем опыт, который повышает креативность и способность к инновациям, расширяет знания и активизирует критическое мышление. Используя науку в качестве основы и методы обучения, мы призываем людей обогатить свою жизнь и принять меры для достижения устойчивого мира».
6. «Вологодская область – Душа Русского Севера».
7. «Кисловодск – город курорт».
8. Сарапул. Удмуртская Республика «Свидание с купеческим городом».
9. Архыз. «Курорт для друзей».
10. Арзыз. «Новая вершина твоей зимы».
11. Мирный (Республика Саха Якутия). «Столица алмазного края».
12. «Якутия. Твоя сила духа».
13. Волоколамск. «История Подмосковья начинается с нас».
14. Доминиканская республика. «Все о чем Вы мечтали!».
15. «Вьетнам – скрытая красота».
16. «Непал. Страна древней культуры и экзотики Гималаев».

17. Финляндия. «Зимний рай».
18. «Удивительный Тайланд».
19. «Нигерия. Хорошие люди. Великая нация».
20. «Польша. Включи свое воображение».

Критерий позиционирования	Порядковый номер дестинации
Интрига	
Уникальности территории	
Цель посещения	
По виду туристского продукта	
Относительно туриста	

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Инновационные технологии в туризме и гостеприимстве»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Инновационные технологии в туризме и гостеприимстве» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Цели и задачи дисциплины- содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с инновационными технологиями в управлении туристской деятельностью, формированием креативной среды туристской сферы и инновационного формата в организации системы государственного управления туристской деятельностью, изучением типов инновационных туристских мероприятий, способных повысить качество региональной туристской среды, овладением навыками определения траектории инновационного развития отрасли, способами и методами мониторинга и оценки инновационных трендов в профессиональной туристской деятельности.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма в части	**ОПК-1**	ОПК-1.1. Определяет ключевые технологические туристские новации, на основе которых формирует технологическую концепцию туристского предприятия.	Понятие креативности, цифровизации экономики, туристского впечатления, инновационного продукта в туристской сфере.	Оценивать степень инновационности отрасли, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской сфере.	Навыками оценки уровня инновационности и креативности отраслевых инноваций, формирования технологической концепции туристского предприятия.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		ОПК-1.2 Оценивает эффективность и обосновывает внедрение современных информационных и коммуникативных технологий для обеспечения конкурентоспособности продуктов и объектов сферы туризма.	Понятие и составляющие процесса управления внедрением технологических и коммуникативных новаций в деятельность туристского предприятия.	Оценить влияние технологических и коммуникативных новаций на конкурентоспособность продуктов и объектов сферы туризма, обосновать целесообразность их внедрения.	Навыками оценки эффективности внедрения технологических и коммуникативных новаций в туристской сфере.	
		ОПК-1.3 Демонстрирует готовность к организации процесса внедрения перспективных технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма.	Принципы и этапы внедрения технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма.	Организовать процесс внедрения перспективных технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма.	Навыками организации и управления процессом внедрения и применения технологических новаций и инновационного программного обеспечения в сфере туризма	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Креативная экономика – новый формат проектирования сферы услуг и сервиса	4	4								31	Дискуссия /34
Раздел 2. Инновационная инфраструктура и технологии в условиях цифровизации экономики	4	4								31	Дискуссия /33
Раздел 3. Стратегическое проектирование инновационного развития отрасли	4	4								31	Дискуссия /33
Всего:	**12**	**12**								**93**	**100**
Контроль, час	**27**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Первый модуль «Креативная экономика – новый формат проектирования сферы услуг и сервиса» посвящён темам:

- Креативность как базис инновации в условиях цифровизации экономики. Инновационные основы современных моделей управления туристской отраслью;
- Инновационная туристская концепция как способ продвижения региона: причины, факторы, задачи, результат;
- Креативные инновационные проекты в региональных практиках развития туризма;
- Практики инновационных и нестандартных управленческих решений в туризме: творчество или необходимость выживания в условиях жёсткой конкуренции?

Второй модуль «Инновационная инфраструктура и технологии в условиях цифровизации экономики» охватывает такие темы как:

- Инновационная инфраструктура – основа функционирования современной туристской индустрии;
- Новые технологии в управлении туристской отраслью: возможности и угрозы, замена или дополнение к традиционным?
- «Дорогие инновации»: можно ли догнать и перегнать мировых лидеров в туристских инновациях?

Третий модуль «Стратегическое проектирование инновационного развития отрасли» представляет данные темы:

- «Инновационный человек»: формирование компетенций инновационной деятельности в туристской отрасли. Запросы «инновационного туриста»;
- «Конфликт поколений»: запросы на туристские услуги людей поколений XYZ;
- Инновационные подходы к классификации и стандартизации туристских услуг.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Отнюкова, М. С.* Инновации в туризме : учебник для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Тимохина, Т. Л.* Технологии гостиничной деятельности: теория и практика : учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14413-0. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. *Джанджугазова, Е. А.* Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21279-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

4. *Боголюбова, С. А.* Виды и тенденции развития туризма : учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17765-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для вузов / Л. Г. Березовая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17458-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Информационная справочная система «Международная сеть устойчивых туристических обсерваторий (INSTO)»	http://insto.unwto.org/
2	Официальный сайт издания Тонкости туризма	https://tonkosti.ru/

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие

материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Дискуссия	33/34 -8 – ставится за исчерпывающий аргументированный ответ. Аргументация логична, подкреплена знанием научных фактов, умением переводить доказательство с уровня словесно-логического мышления на наглядно-образный, наглядно–действенный и обратно. 7-5 – ставится за исчерпывающий ответ, аргументация представлена только на одном из уровней мышления; 4-3 – ответ является достаточным, хотя и не всегда аргументированным. 2-1 – ответы не раскрывает специфику вопроса, отсутствует аргументация, не используется профессиональная лексика.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые дискуссии

Панельная дискуссия на темы: «Лояльность «инновационного туриста»: почему не в количестве региональных фестивалей дело?» и «Инновационная футуристика: будущее профессий в сфере управления туристской отраслью»

Задание

- изучить основные критерии, которыми руководствуется при выборе туристских услуг современный клиент, определить инновационные технологии, определяющие выбор туриста, параметры формирования лояльности клиентов посредством использования инновационных технологий;

- изучить основные параметры прогнозируемого развития рынка профессий в сфере туризма в России и в мире в аспекте технологических и инновационных трендов и перспектив.

Панельная дискуссия на тему: «Дорогие инновации»: можно ли догнать и перегнать мировых лидеров в туристских инновациях?

Задание - проанализировать понятие доступности инноваций для регионов и муниципалитетов, выявить конкурентные преимущества, предоставляемые такими инновациями, угрозы, возникающие в результате отставания в «дорогих инновациях» от ведущих туристских регионов-дестинаций.

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и опыта, полученных в результате освоения дисциплины.	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно**)– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

<u>Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся</u>

1. Понятие, роль и функции инноваций в эволюции общества.
2. Классификация инноваций в гостиничной отрасли: формы, виды, типы.
3. Практики корпоративных иновационных проектов ведущих мировых гостиничных компаний.

4. 10 типов инноваций Ларри Кили и их применяемость в гостиничной сфере.
5. Теория диффузии инноваций. Примеры диффузии инноваций в гостиничной отрасли.
6. Жизненный цикл инноваций на примере гостиничного продукта.
7. Структурный анализ инновации: методика и практика декомпозиции, креативные техники и атрибуты генерации инноваций.
8. Креативность как основа инновации: виды, технологии, свойства креативности. Креативность в гостиничном бизнесе.
9. Субъекты инновационного предпринимательства в гостиничной сфере. Роль предпринимателя в инновационных процессах.
10. Инновационная стратегия гостиничных предприятий. Классификация инновационных стратегий.
11. Анализ спроса на инновационную продукцию гостиничных предприятий: механизмы и технологии.
12. Понятие, сущность и классификация инновационных проектов. Этапы разработки и участники инновационных проектов в гостиничном деле.
13. Понятие риск-менеджмента инновационного проекта. Виды и классификация рисков в инновационных проектах гостиничных услуг.
14. Стадии создания и внедрения инноваций в гостиничном предприятии.
15. Инновационные технологии продаж и обмена инноваций в сфере гостеприимства.
16. Новые формы и виды сервиса в гостиничном деле.
17. Гостиничные информационные ресурсы инновационной проблематики в сети Интернет.
18. Электронные системы онлайн-заказа гостиничных услуг.
19. Электронные системы проектирования гостиничного продукта.
20. Ресурсная база инновационного проектирования гостиничного продукта.
21. Инновационная инфраструктура индустрии туризма и гостеприимства
22. Креативность как базис инновации в условиях цифровизации экономики.
23. Инновационные основы современной экономики впечатлений. Гостиницы как составляющие экономики впечатлений.
24. Понятие «Инновационный гость» и его роль в инновационном проектировании гостиничных услуг.
25. Представление об инновациях в гостиничной деятельности.
26. Впечатление как инновационный продукт сферы гостеприимства.
27. Методика декомпозиции инновации в гостиничной деятельности.
28. Инновационная инфраструктура – основа функционирования современного гостиничного предприятия.
29. Явление «смартфонизации» в сфере гостиничных услуг.

30. Новые технологии в работе персонала гостиницы: возможности и угрозы.
31. Инновационные технологии гостиничной деятельности в соотношении с традиционными: сравнение, перспективы, угрозы.
32. Инновационный человек: формирование компетенций инновационной деятельности в гостиничной сфере. Запросы «инновационного гостя».
33. «Конфликт поколений»: особенности работы с людьми поколений XYZ в гостиничной деятельности.
34. Проектирование инноваций в сфере гостеприимства: инновации гостиничного продукта.
35. Проектирование инноваций в сфере гостеприимства: инновации технологий разработки гостиничных услуг.
36. Проектирование инноваций в сфере гостеприимства: технические инновации в гостиничном продукте.
37. Проектирование инноваций в сфере гостеприимства: инновации в маркетинге и управлении гостиничной деятельностью.
38. Проектирование инноваций в сфере гостеприимства: персональные инновации сотрудника гостиничного предприятия.
39. Инновационные принципы функционирования служб отеля.
40. Инновации в технологиях работы с отдельными категориями гостей гостиничного предприятия.

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Оптимизация бизнес-процессов предприятий индустрии туризма и гостеприимства»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Оптимизация бизнес-процессов предприятий индустрии туризма и гостеприимства» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Цели и задачи дисциплины - содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с оптимизацией управляющих, операционных и поддерживающих бизнес-процессов, функционирующих в организациях, отраслях и на уровне экономики, содержит два раздела.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	**ОПК-5**	ОПК-5.1. Применяет технологии и методы стратегического анализа деятельности предприятий индустрии туризма.	О возможных отклонениях, возникающих в бизнес-процессах в сфере сервиса, туристской работы и туристской индустрии, методы стратегического анализа деятельности предприятий.	Принимать управленческие решения по устранению нестандартных ситуаций в сфере туристской работы, использовать технологии стратегического анализа.	Навыками выявления нестандартных ситуаций, возникающих в бизнес-процессах в сфере туристской работы и туристской индустрии, применения технологий и методов стратегического анализа деятельности предприятий индустрии туризма.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		ОПК-5.2 Обеспечивает обоснование, разработку и внедрение экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма.	Пути оптимизации бизнес-процессов предприятия, стили, методы, формы, приемы и стратегии управления предприятием сферы туризма.	Использовать стили руководства в управлении предприятием, определять, внедрять и использовать экономические стратегии и приоритетные направления деятельности предприятий сферы туризма.	Приемами искусства управления предприятием сферы туризма, разработки и внедрения экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма.	
		ОПК-5.3 Оценивает эффективность управленческих решений на различных уровнях управления туристской деятельностью.	Факторы эффективности и бизнес-процессов в части приемов и методов работы с персоналом, методики оценки качества и	Применять приемы и методы работы с персоналом, различные методики оценки качества и результативности труда персонала предприятия	Навыками использования полученных знаний и умений в практической деятельности при проектировании соответствующих управленческих решений на различных уровнях управления	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
			результативности труда персонала предприятия туристской индустрии.	туристской индустрии.	туристской деятельностью.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Характеристика бизнес-процессов, функционирующих на различных уровнях	6			6						60	Кейс /50
Раздел 2 Практика управления бизнес-процессами различных уровней	6			6						60	Кейс /50
Всего:	**12**			**12**						**120**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Первый раздел «Характеристика бизнес-процессов, функционирующих на различных уровнях» охватывает круг вопросов, связанных с характеристикой основных видов бизнес-процессов (управляющих, операционных, поддерживающих), возникающих в процессе деятельности организации, характерных для отраслей и макроэкономик, выявлением особенностей данных бизнес-процессов и факторов, определяющих их эффективность, а также характеристикой основных параметров оценки бизнес-процессов различного уровня.

Второй раздел «Практика управления бизнес-процессами различных уровней» предполагает овладение навыками поиска путей оптимизации бизнес-процессов, в т.ч. при разработке различных функциональных стратегий, планов и программ развития на уровне предприятия, отрасли и макроэкономики, а также оценки организационных изменений бизнес-процессов.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Долганова, О. И.* Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для вузов / О. И. Долганова, Е. В. Виноградова, А. М. Лобанова ; под редакцией О. И. Долгановой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 322 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17914-9. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Громов, А. И.* Управление бизнес-процессами: современные методы : монография / А. И. Громов, А. Фляйшман, В. Шмидт ; под редакцией А. И. Громова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 367 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-03094-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. *Воронцовский, А. В.* Оценка рисков : учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02411-1. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

1. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Боголюбова, С. А.* Виды и тенденции развития туризма : учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 202 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-17765-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Ежедневная электронная газета Российского Союза Туриндустрии	http://ratanews.ru/
2	Официальный сайт ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»	https://rguts.ru/

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Ситуационный практикум	50-6 - Активное участие в процессе, выступление логично и аргументировано 5-1 - Участие в процессе в определенной роли, выступление в основном логично, недостаточная аргументация

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Case-study **«Недовольный клиент»**

Каждый из вас является менеджером по туризму туроператорской компании. Один из ключевых принципов ее работы: «Каждый клиент — желанный. Даже самый сложный — наш лучший гость, он имеет законное право на суперобслуживание».

В настоящее время в офисе находится несколько посетителей. Вы делаете презентацию турпакетов, имеющихся у компании для троих из присутствующих:

- семейной паре, которая демонстрирует готовность заключить договор и приобрести турпакет;
- руководителю турагентства — клиенту, который задает вам много вопросов, живо интересуясь всеми продуктами, чтобы подобрать наиболее эффективный пакет для своего турагентства.

В этот момент в офис заходит новый посетитель. Постояв некоторое время у входа, он начинает громко звать кого-либо из специалистов на помощь, открыто выражая свое недовольство тем, что его никто не встретил, не оказал должного внимания. Вы и другие менеджеры в это время заняты обслуживанием посетителей, начальник отдела вышла в аптеку — ей сегодня нездоровится.

Среди присутствующих новый посетитель увидел именно вас и обратился с требованием, чтобы вы немедленно ответили на ряд его вопросов. Он также заявляет, что хочет видеть начальника отдела или директора ТО — он будет жаловаться на плохое обслуживание. Остальные посетители начинают обращать внимание на нового клиента, который разговаривает громко и провоцирует конфликт.

Посетители, для которых вы проводили презентацию, просят вас не отвлекаться и закончить работу с ними — у них мало времени, они хотели бы сделать свой выбор.

Вашему вниманию представляется список действий, которые можно выполнить, чтобы разрядить напряжение в сложившейся ситуации. Вам необходимо оценить предложенные действия с точки зрения их важности для успешного разрешения ситуации. С этой целью нужно проранжировать действия — присвоить

значение 1 самому важному действию, значение 2 — второму по важности и так далее, до наименее важного.

№ пп	Действия	Ваше решение
1	Продолжить начатую вами презентацию	
2	Выслушать претензии нового посетителя	
3	Улыбнуться новому посетителю	
4	Извиниться за поведение раздраженного посетителя перед теми клиентами, для которых вы делаете презентацию	
5	Срочно разыскать начальника отдела	
6	Продемонстрировать доброжелательность и внимание к раздраженному посетителю	
7	Сохранять спокойствие и уравновешенность	
8	Попросить других клиентов не обращать внимания на раздраженного посетителя	
9	Попросить нового посетителя немного подождать	
10	Предложить новому посетителю воды или кофе	
11	Поприветствовать нового посетителя	
12	Быстро поинтересоваться у коллег, сможет ли кто-то из них уделить время новому посетителю, чтобы вы смогли продолжить презентацию для потенциальных клиентов	
13	Попытаться успокоить нового посетителя, попросить его не кричать на весь офис — тут находятся другие клиенты	
14	Обслужить нового посетителя прежде прочих	
15	Другие действия (укажите при необходимости)	

Кейс «Подсолнух»

Описание ситуации: Компания «Подсолнух» – туроператор по детскому туризму. Основное направление деятельности компании – организация оздоровительного отдыха для детей в детских оздоровительных лагерях по России и за рубежом. В компании работает два менеджера, весной-летом приходят практиканты, два бухгалтера, исполнительный и генеральный директора. Основные клиенты компании – родители, работающие в различных крупных организациях, спортивные и творческие группы детей с руководителями, частные клиенты и группы детей, отдыхающих по конкурсу.

В компании нет поощрений для сотрудников, таких как корпоративы, бонусы за проделанную работу и т.д. В связи с этим в компании нарастает недружелюбная атмосфера в коллективе: некрупные разборки между менеджерами, постоянное обсуждение начальства. Все это привело в итоге к снижению качества выполняемой сотрудниками работы.

Еще одна причина в снижении производительности труда – это малое количество сотрудников: менеджерам приходится выполнять как свою работу, так и работу коллег и другие мелкие обязанности. Сотрудники не принимают участия в креативных работах по созданию нового продукта.

В компании нет общей клиентской базы, она выглядит следующим образом: файлы формата excel, которые находятся в папках по годам. К файлу есть общий доступ у всех и в нем вносить поправки может только один сотрудник. В связи с этим работа часто тормозит: начинается выяснение у кого открыт файл. Бывает, что сотрудник долго вносит поправки, а в базе уже работают и всю работу приходится повторять.

Общение менеджеров с клиентами происходит в офисе, а также по почте, а так как менеджера всего два, на письма клиентов в течении долгого времени не отвечают, а некоторых писем могут и просто не увидеть. После того, как ребенок отдохнул в лагере, родителей не обзванивают, чтобы узнать мнение ребенка о лагере. Соцсетями компания не занимается, группа «вконтакте» не работает.

Итогами всего этого стали потеря клиентов и частые жалобы о плохой организованности работы в фирме: долгая обработка заявок, несоответствие информации о турпродуктах, долгое оформление документов и подбор тура.

Вопросы:

1.Назовите основные ошибки в управлении?

2.Как можно улучшить клиентскую базу и упростить работу с ней? Нужно ли это делать или можно оставить все так как есть?

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Краткая характеристика оценочного средства	**Критерии оценки, балл**
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета.	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **«Зачтено»** – **90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. – **70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. – **50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
	-50 и более (удовлетворительно) – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Тест

1.Компания решила повысить операционную эффективность. С чего следует начать?
А. Увеличить доходы.
Б. Уменьшить расходы.
В. Описать бизнес-процессы и выбрать способы их оптимизации.

2. Улучшение бизнес-процесса это
А. Методология, разработанная для проведения пошаговых усовершенствований административных и вспомогательных процессов при помощи подходов, таких как методика быстрого анализа решения, бенчмаркинг процесса, перепроектирование и реинжениринг процесса.
Б. Совокупность компонентов (аппаратное и программное обеспечение, процедуры, действия персонала и другие ресурсы), объединенных некоторой формой регулируемых взаимоотношений для формирования организации как единого целого. Это группа связанных процессов, которые могут функционировать как вместе, так и по отдельности.
В. Часть основного процесса, которая выполняет специфическую роль в обеспечении функционирования основного процесса.

3. Процесс это
А. Логичный, последовательный, взаимосвязанный набор мероприятий, который потребляет ресурсы постащика, создает ценность и выдает результат потребителю.
Б. Совокупность компонентов (аппаратное и программное обеспечение, процедуры, действия персонала и другие ресурсы), объединенных некоторой формой регулируемых взаимоотношений для формирования организации как единого целого. Это группа связанных процессов, которые могут функционировать как вместе, так и по отдельности.
В. отдельные элементы и/или подгруппы элементов мероприятия

4. Методика быстрого анализа решения это
А. «прорывной» подход, который концентрирует внимание группы па определенном процессе в ходе одно- двухдневного совещания для определения способов, которыми группа может улучшить этот процесс в течение следующих 90 дней. Перед окончанием совещания руководство одобряет или отвергает предложенные улучшения.
Б. отдельные элементы и/или подгруппы элементов мероприятия
В. сравнение некоторых наборов показателей схожих элементов

5. Есть ли в процессной перспективе возможность идентификации полностью новых процессов?
А. Только при каскадировании
Б.Да
В.Нет

6. Бенчмаркинг (Benchmarking) процесса это
А. Систематический метод определения, понимания и творческого развития товаров, услуг, проектов, оборудования, процессов и процедур (установившихся принципов) более высокого качества для улучшения текущей деятельности организации, посредством изучения того, как разные организации выполняют одинаковые или похожие операции.
Б. Совокупность компонентов (аппаратное и программное обеспечение, процедуры, действия персонала и другие ресурсы), объединенных некоторой формой регулируемых взаимоотношений для формирования организации как единого целого. Это группа связанных процессов, которые могут функционировать как вместе, так и по отдельности.
В. сравнение некоторых наборов показателей схожих элементов

7. Основной процесс это?
А. процесс, обычно включающий в себя несколько функций в рамках организационной структуры и выполнение которого оказывает значительное воздействие па функционирование организации. В случае, если основной процесс оказывается слишком сложным для изображения и виде блок-схем па уровне мероприятий, он часто разбивается на подпроцессы.
Б. Систематический метод определения, понимания и творческого развития товаров, услуг, проектов, оборудования, процессов и процедур (установившихся принципов) более высокого качества для улучшения текущей деятельности организации, посредством изучения того, как разные организации выполняют одинаковые или похожие операции.
В. Часть основного процесса, которая выполняет специфическую роль в обеспечении функционирования основного процесса.

8. Подпроцесс это
А. Часть основного процесса, которая выполняет специфическую роль в обеспечении функционирования основного процесса
Б. сравнение некоторых наборов показателей схожих элементов
В. отдельные элементы и/или подгруппы элементов мероприятия

9. Сколько фаз улучшения административного бизнес-процесса
А.6
Б.3
В.8

10. Как называется 3 фаза улучшения административного бизнес-процесса
А. Анализ: Определение возможностей для улучшений.
Б. Проектирование: Проектирование нового административного бизнес-процесса.
В. Внедрение: Реализация решений, направленных в будущее.

11.Компания решила повысить операционную эффективность. С чего следует начать?

а) Увеличить доходы

b) Уменьшить расходы
c) Описать бизнес-процессы и выбрать способы их оптимизации.
d) Внедрить инструменты «Бережливого производства».

12.Основной целью бизнес процессов является:

a) сокращение времени выполнения процессов работниками компании.
b) повышение качества процессов в предприятии.
c) получение максимальной гибкости в организационном процессе.
d) Все выше перечисленные ответы

13.К свойствам процесса не относится …

a) Эффективность
b) Управляемость
c) Система измерений
d) Результативность

14.Функция менеджера бизнес-процесса

a) Оперативный контроль хода бизнес-процесса и формирование значений показателей процесса
b) Организация описания и регламентации процесса
c) Контроль достигнутых результатов процесса
d) Анализ значений показателей процесса и организация необходимых корректировок

15.Определенность бизнес-процесса – это:

a) Соответствие результатов бизнес-процесса нуждам и ожиданием клиентов
b) Степень, с которой реальный бизнес-процесс соответствует своему документальному описанию
c) Бизнес-процесс, целиком выполняющийся в рамках одного структурного подразделения компании
d) Достижение оптимального состояния бизнес-процессов.

16. Внешний поставщик бизнес-процесса это:

a) Субъект, предоставляющий входы для выполнения бизнес-процесса
b) Субъект, получающий и использующий выходы бизнес-процесса
c) Организация – поставщик, подразделение или должностное лицо другой организации, предоставляющее входы для выполнения бизнес-процесса компании
d) Менеджер компании, координирующий работу бизнес-процесса и несущий ответственности за эффективность его функционирования

17. Какой из перечисленных вариантов не является видом бизнес-процесса

a) Основной
b) Второстепенный
c) Вспомогательный
d) Управляющий

18. Корректирующее мероприятие это:

a) Действия, предпринимаемые для устранения причин несоответствия
b) Депремирование сотрудников, выполняющих процесс.

c) Административные меры репрессивного характера по отношению к исполнителям процесса.
d) Изменение плановых показателей процесса.

19. Что значит описать бизнес-процесс?
    a) Составить таблицу операций процесса
    b) В положении о подразделении указать перечень функций процесса
    c) Описать входы/выходы, технологию, ресурсы и порядок управления процессом
    d) Разработать графическую схему выполнения процесса
20. Вспомогательный бизнес-процесс это:
    a) Процессы, не связанные с материальным производством.
    b) Процессы, обеспечивающие основные процессы ресурсами.
    c) Процессы, второстепенные по значимости.
    d) Процессы администрирования.
    a) Список всех операций процесса
    b) Графическая схема бизнес-процесса
21. Какой из перечисленных вариантов не является видом бизнес-процесса
    e) Основной
    f) Второстепенный
    g) Вспомогательный
    h) Управляющий
22. Корректирующее мероприятие это:
    e) Действия, предпринимаемые для устранения причин несоответствия
    f) Депремирование сотрудников, выполняющих процесс.
    g) Административные меры репрессивного характера по отношению к исполнителям процесса.
    h) Изменение плановых показателей процесса.
23. Что значит описать бизнес-процесс?
    e) Составить таблицу операций процесса
    f) В положении о подразделении указать перечень функций процесса
    g) Описать входы/выходы, технологию, ресурсы и порядок управления процессом
    h) Разработать графическую схему выполнения процесса
24. Вспомогательный бизнес-процесс это:
    e) Процессы, не связанные с материальным производством.
    f) Процессы, обеспечивающие основные процессы ресурсами.
    g) Процессы, второстепенные по значимости.
    h) Процессы администрирования.

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Современная система государственного регулирования сферы туризма»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Современная система государственного регулирования сферы туризма» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в часть, включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цели и задачи дисциплины- В рамках дисциплины изучается круг вопросов, связанных с:

- теоретико-методологические основами современной системы государственного регулирования сферы туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях;
- технологическими подходами к координации современной системы государственного регулирования сферы туризма;
- стратегиями развития туристской деятельности на федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне и соответствующих уровням проектов;
- мониторингом и оценкой эффективности развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Готов организовать и реализовывать процесс регулирования и управления сферой туризма на различных уровнях	**ПК-1**	ПК-1.1. Разрабатывает мероприятия по формированию, регулированию и управлению сферой туризма на различных уровнях и организационные планы их внедрения и реализации.	Теоретико-методологические основы организации и функционирования системы государственного регулирования сферы туризма.	Разрабатывать мероприятия по формированию, регулированию и управлению сферой туризма на различных уровнях; принимать стратегические и тактические решения в процесс регулирования туристской деятельности.	Навыком разработки мероприятий по формированию, регулированию и управлению сферой туризма на различных уровнях.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		ПК-1.2 Демонстрирует готовность к применению инструментария регулирования и управления сферой туризма на различных уровнях.	Инструментарий и технологические подходы к координации и государственному регулированию сферы туризма. Основные методы, способы и технологии проведения мониторинга и оценки эффективности деятельности по регулированию развития	Проводить мониторинг и оценивать эффективность деятельности по регулированию развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Выбирать адекватные ситуации инструменты и технологические подходы к координации и регулированию сферы туризма.	Навыками мониторинга и оценки эффективности деятельности по регулированию развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Выбора адекватных ситуации инструментария и технологических подходов к координации и	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
			туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях		регулированию сферы туризма.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Теоретико-методологические основы современной системы государственного регулирования сферы туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях	3		4							20	Тестовые задания /25
Раздел 2. Технологические подходы к координации современной системы государственного регулирования сферы туризма	3		4							20	Тестовые задания /25
Раздел 3. Стратегии развития туристской деятельности на федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне и соответствующих уровням проектов	3		4							20	Тестовые задания /25
Раздел 4. Мониторинг и оценка эффективности развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях	3		4							20	Тестовые задания /25
Всего:	**12**		**16**							**80**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Первый модуль «Теоретико-методологические основы современной системы государственного регулирования сферы туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях» посвящён темам:

- Организация и методология современной системы государственного регулирования сферы туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях;
- Нормативно-правовые основы современной системы государственного регулирования сферы туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Второй модуль «Технологические подходы к координации современной системы государственного регулирования сферы туризма» охватывает такие темы как:

- Модели государственного регулирования сферы туризма;
- Особенности осуществления некоторых государственных функций (полномочий) в сфере туризма.

Третий модуль «Стратегии развития туристской деятельности на федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне и соответствующих уровням проектов» представляет данные темы:

- Стратегии развития туристской деятельности на федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне;
- Технология разработки, реализации и оценки инновационных проектов в туристской деятельности на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Четвертый модуль «Мониторинг и оценка эффективности развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях» посвящён темам:

- Мониторинг эффективности развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях;
- Оценка эффективности развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Купряшин, Г. Л.* Основы государственного и муниципального управления : учебник для вузов / Г. Л. Купряшин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15787-1. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Основы государственного и муниципального управления (Public

Administration) : учебник и практикум для вузов / под редакцией Г. А. Меньшиковой, Н. А. Пруеля. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-2846-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. *Аврамчикова, Н. Т.* Эффективное государственное и муниципальное управление : учебник для вузов / Н. Т. Аврамчикова, И. П. Рожнов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14761-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

4. *Боголюбова, С. А.* Виды и тенденции развития туризма : учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17765-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

Бабинцев, В. П. Государственное и муниципальное управление : учебник для вузов / В. П. Бабинцев, В. М. Захаров, Я. И. Серкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21290-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Информационный портал социально-гуманитарных дисциплин Российского Государственного аграрного университета — МСХА имени К.А. Тимирязева	http://www.philosoph.me
2	Российская книжная палата и Российская государственная библиотека (РГБ) (информационно-справочная система)	https://www.rsl.ru/ru/rkp/

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Тестовые задания	25-9 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 8-5 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 4-0 – менее 50% правильных ответов

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Тестовые задания:

1. Государственное регулирование туристской деятельности в РФ осуществляется путем осуществления следующих мероприятий. Какое из них не соответствует действительности?

А) определения приоритетных направлений, нормативно – правового регулирования и разработки программ развития туризма;

Б) содействия в продвижении туристского продукта, защиты прав и интересов туристов и обеспечения их безопасности;

В) содействия кадровому обеспечению, развитию научных исследований, стандартизации и классификации объектов туристской индустрии;

Г) информационного обеспечения, создания благоприятных условий для развития туристской индустрии и оказания государственных услуг в сфере туризма;

Д) обязательного лицензирования туроператорской и турагентской деятельности, усиления командно – административных методов регулирования туристской деятельностью.

2. Какое из ниже перечисленных положений не соответствует принципам государственного регулирования туристской деятельности?

А) содействие туристской деятельности;

Б) постепенный переход на полное государственное обеспечение туризма;

В) создание благоприятных условий для развития туристской деятельности;

Г) формирование представления о РФ как стране, благоприятной

для туризма;

Д) поддержка и защита российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений.

3. Из чего состоит законодательство РФ о туристской деятельности?

А) из ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», принимаемых в соответствии с ним федеральных законов и иных нормативно – правовых актов РФ, а также законов и иных нормативных правовых актов субъектов РФ;

Б) из федеральных законов РФ и законов субъектов РФ, направленных на развитие международного, выездного, въездного и внутреннего туризма в РФ;

В) из федеральных законодательных и подзаконных актов, законодательных и подзаконных актов субъектов РФ и органов местного самоуправления по вопросам туризма;

Г) из международных соглашений по туризму и отечественных нормативно – правовых актов об основах туристской деятельности в стране и зарубежом;

Д) из двухсторонних межгосударственных договоров о культурном и туристском обмене и оказании взаимной юридической помощи в сфере туризма и гостеприимства.

4. Законодательство РФ о туристской деятельности можно классифицировать по юридической силе на:

А) законодательные и подзаконные акты;

Б) законодательные акты, подзаконные акты и судебные прецеденты;

В) законодательные и подзаконные акты, судебные прецеденты, договоры и деловые обыкновения;

Г) Конституцию, кодексы, законы, указы и постановления;

Д) международные, федеральные, региональные и местные нормативно – правовые акты.

5. Деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором, называется:

А) распродажа туристских путевок;

Б) реализация туристского продукта;

В). торговля турами;

Г) продвижением туристского продукта;

Д) реализацией заказа на осуществление тура.

6. Что предпринимает Федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма в случае возникновения опасности для туристов:

А) информирует туроператоров, турагентов и туристов

(экскурсантов) об угрозе безопасности в стране (месте) временного пребывания;

Б) организует эвакуацию туристов на родину;

В) высылает в опасные районы отряды МЧС;

Г) мобилизует работников медицинской службы на оказание помощи;

Д) осуществляет помощь по линии дипломатических отношений;

Тестовые задания:

1. Государственное регулирование туристской деятельности в РФ осуществляется путем осуществления следующих мероприятий. Какое из них не соответствует действительности?

А) определения приоритетных направлений, нормативно – правового регулирования и разработки программ развития туризма;

Б) содействия в продвижении туристского продукта, защиты прав и интересов туристов и обеспечения их безопасности;

В) содействия кадровому обеспечению, развитию научных исследований, стандартизации и классификации объектов туристской индустрии;

Г) информационного обеспечения, создания благоприятных условий для развития туристской индустрии и оказания государственных услуг в сфере туризма;

Д) обязательного лицензирования туроператорской и турагентской деятельности, усиления командно – административных методов регулирования туристской деятельностью.

2. Какое из ниже перечисленных положений не соответствует принципам государственного регулирования туристской деятельности?

А) содействие туристской деятельности;

Б) постепенный переход на полное государственное обеспечение туризма;

В) создание благоприятных условий для развития туристской деятельности;

Г) формирование представления о РФ как стране, благоприятной для туризма;

Д) поддержка и защита российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений.

3. Из чего состоит законодательство РФ о туристской деятельности?

А) из ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», принимаемых в соответствии с ним федеральных законов и иных нормативно – правовых актов РФ, а также законов и иных нормативных правовых актов субъектов РФ;

Б) из федеральных законов РФ и законов субъектов РФ, направленных на развитие международного, выездного, въездного и внутреннего туризма в РФ;

В) из федеральных законодательных и подзаконных актов, законодательных и подзаконных актов субъектов РФ и органов местного самоуправления по вопросам туризма;
Г) из международных соглашений по туризму и отечественных нормативно – правовых актов об основах туристской деятельности в стране и зарубежом;
Д) из двухсторонних межгосударственных договоров о культурном и туристском обмене и оказании взаимной юридической помощи в сфере туризма и гостеприимства.

4. Законодательство РФ о туристской деятельности можно классифицировать по юридической силе на:

А) законодательные и подзаконные акты;
Б) законодательные акты, подзаконные акты и судебные прецеденты;
В) законодательные и подзаконные акты, судебные прецеденты, договоры и деловые обыкновения;
Г) Конституцию, кодексы, законы, указы и постановления;
Д) международные, федеральные, региональные и местные нормативно – правовые акты.

5. Деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором, называется:

А) распродажа туристских путевок;
Б) реализация туристского продукта;
В). торговля турами;
Г) продвижением туристского продукта;
Д) реализацией заказа на осуществление тура.

6. Что предпринимает Федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма в случае возникновения опасности для туристов:

А) информирует туроператоров, турагентов и туристов (экскурсантов) об угрозе безопасности в стране (месте) временного пребывания;
Б) организует эвакуацию туристов на родину;
В) высылает в опасные районы отряды МЧС;
Г) мобилизует работников медицинской службы на оказание помощи;
Д) осуществляет помощь по линии дипломатических отношений;

7. К существенным изменениям обстоятельств заключения договора о туристическом обслуживании относятся следующие пункты, кроме одного:

А) значительное ухудшение условий путешествия и изменение сроков совершения путешествия;
Б) изменение сферы деятельности или перепрофилирование деятельности турпредприятия;
В) непредвиденный рост транспортных тарифов;

Г) введение новых или повышение действующих ставок налогов, сборов и пошлин;
Д) резкое изменение курса национальных валют.

8. “Кодекс туриста” (1985г.) определил общие права и обязанности иностранцев в стране посещения с культурными или туристическими целями (кроме одного):

А) получение объективной информации об условиях пребывания в зарубежной стране;
Б) соблюдение правил собственной безопасности и безопасности имущества;
В) не поддаваться на проявление приятельских отношений местного населения, давать отпор их дружелюбности;
Г) ознакомление с правилами бытового обслуживания и соблюдения личной и общественной гигиены;
Д) обязанность уважать установленный политический, культурный, социальный, моральный и религиозный порядок в стране пребывания.

9. Документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности, в том числе туристской, и доступный широкому кругу потребителей, называется:

А) стандартом;
Б) ваучером;
В) синей картой;
Г) листом бронирования.

10. К важнейшим инструментам государственного регулирования деятельности туристских организаций и защиты прав потребителей туристских услуг относятся:

А) лицензирование
Б) сертификация
В) стандартизация
Г) внутренний паспорт

11. Типы организационной структуры управления туризмом региона это:

А) интенсивный тип;
Б) экстенсивный тип;
В) рыночный тип;
Г) командно-административный тип.

12. Основные функции регионального менеджмента в сфере туризма:

а) территориальная и нормативнотворческая;
б) информационная, организационная, распорядительная;
в) целеполагание, регулирование, стимулирование;
г) политическая, экономическая, экологическая.

13. Туристская политика – это (выберите наиболее полный ответ):

А) деятельность государственных, общественных и частных структур по разработке и реализации методов, механизмов и инструментов воздействия правового, экономического, социального и иного характера в целях обеспечения устойчивого эффективного развития туристского комплекса, удовлетворения внутреннего и внешнего спроса на туристские услуги и товары при рациональном использовании имеющегося туристского потенциала;
Б) деятельность государства по развитию туристской индустрии и субъектов туристского рынка (туроператоров и турагентов), совершенствованию форм туристского обслуживания граждан и укреплению на их основе своего политического, экономического и социального потенциала;
В) система методов, воздействий и мероприятий социально-экономического, правового, внешнеполитического, культурного и иного характера, которая осуществляется парламентами, правительствами, государственными и частными организациями, ассоциациями и учреждениями, отвечающими за туристскую деятельность, в целях регулирования и координации туристской отрасли, создания условий для развития туризма.

14. Муниципальный уровень управления сферой туризма представлен:

А) администрациями муниципальных образований;
Б) местное население соответствующего территориального образования;
В) некоммерческими организациями;
Г) агентствами

15. Подсистема управления туристским потенциалом на муниципальном уровне состоит из:

А) нормативно-правовой базы и муниципальных программ развития туризма;
Б) рабочих групп в рамках муниципалитета;
В) общественного совета и местной администрации;
Г) проектов и программ развития территории.

16. Нормативно – правовые акты о туризме по масштабам их применения можно классифицировать на:

а) производственные и непроизводственные
б) международные, федеральные, субъектов РФ и местные
в) межгосударственные и внутригосударственные
г) национальные и интернациональные

17. Из чего состоит законодательство РФ о туристской деятельности?

а) из ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», принимаемых в соответствии с ним федеральных законов и иных нормативно – правовых актов РФ, а также законов и иных нормативных правовых актов субъектов РФ;

б) из Конституции РФ, федеральных законов и подзаконных актов, определяющих развитие туристской деятельности и связанного с ним сервиса в РФ;
в) из федеральных законов РФ и законов субъектов РФ, направленных на развитие международного, выездного, въездного и внутреннего туризма в РФ;
г) из федеральных законодательных и подзаконных актов, законодательных и подзаконных актов субъектов РФ и органов местного самоуправления по вопросам туризма;
д) из международных соглашений по туризму и отечественных нормативно – правовых актов об основах туристской деятельности в стране и зарубежом;
е) из двухсторонних межгосударственных договоров о культурном и туристском обмене и оказании взаимной юридической помощи в сфере туризма и гостеприимства.

18. Законодательство РФ о туристской деятельности можно классифицировать по юридической силе на:

а) законодательные и подзаконные акты;
б) законодательные акты, подзаконные акты и судебные прецеденты;
в) законодательные и подзаконные акты, судебные прецеденты, договоры и деловые обыкновения;
г) Конституцию, кодексы, законы, указы и постановления;
д) международные соглашения и отечественное законодательство;
е) международные, федеральные, региональные и местные нормативно – правовые акты.

19. Нормативно – правовые акты о туризме по масштабам их применения можно классифицировать

а) международные и отечественные;
б) международные, федеральные, субъектов РФ и местные;
в) межгосударственные и внутригосударственные;
г) национальные и интернациональные;
д) ратифицированные и не ратифицированные;
е) въездные, выездные и внутренние.

20. Когда был принят Федеральный закон РФ № 132 – ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»?

а) 4 октября 1996 г.;
б) 14 ноября 1996 г.;
в) 24 ноября 1996 г.;
г) 17 января 2007 г.;
д) 24 января 2007 г.;
е) 5 февраля 2007 г.

21. Временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально – деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой

деятельностью в стране (месте) временного пребывания называется:
а) туристской деятельностью;
б) путешествием;
в) поломничеством;
г) туризмом;
д) отпуском;
е) отдыхом.
7. К существенным изменениям обстоятельств заключения договора о туристическом обслуживании относятся следующие пункты, кроме одного:
А) значительное ухудшение условий путешествия и изменение сроков совершения путешествия;
Б) изменение сферы деятельности или перепрофилирование деятельности турпредприятия;
В) непредвиденный рост транспортных тарифов;
Г) введение новых или повышение действующих ставок налогов, сборов и пошлин;
Д) резкое изменение курса национальных валют.
8. “Кодекс туриста” (1985г.) определил общие права и обязанности иностранцев в стране посещения с культурными или туристическими целями (кроме одного):

А) получение объективной информации об условиях пребывания в зарубежной стране;
Б) соблюдение правил собственной безопасности и безопасности имущества;
В) не поддаваться на проявление приятельских отношений местного населения, давать отпор их дружелюбности;
Г) ознакомление с правилами бытового обслуживания и соблюдения личной и общественной гигиены;
Д) обязанность уважать установленный политический, культурный, социальный, моральный и религиозный порядок в стране пребывания.

9. Документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности, в том числе туристской, и доступный широкому кругу потребителей, называется:

А) стандартом;
Б) ваучером;
В) синей картой;
Г) листом бронирования.

10. К важнейшим инструментам государственного регулирования деятельности туристских организаций и защиты прав потребителей туристских услуг относятся:

А) лицензирование
Б) сертификация
В) стандартизация
Г) внутренний паспорт

11. Типы организационной структуры управления туризмом региона это:

А) интенсивный тип;
Б) экстенсивный тип;
В) рыночный тип;
Г) командно-административный тип.

12. Основные функции регионального менеджмента в сфере туризма:

а) территориальная и нормативнотворческая;
б) информационная, организационная, распорядительная;
в) целеполагание, регулирование, стимулирование;
г) политическая, экономическая, экологическая.

13. Туристская политика – это (выберите наиболее полный ответ):

А) деятельность государственных, общественных и частных структур по разработке и реализации методов, механизмов и инструментов воздействия правового, экономического, социального и иного характера в целях обеспечения устойчивого эффективного развития туристского комплекса, удовлетворения внутреннего и внешнего спроса на туристские услуги и товары при рациональном использовании имеющегося туристского потенциала;

Б) деятельность государства по развитию туристской индустрии и субъектов туристского рынка (туроператоров и турагентов), совершенствованию форм туристского обслуживания граждан и укреплению на их основе своего политического, экономического и социального потенциала;
В) система методов, воздействий и мероприятий социально-экономического, правового, внешнеполитического, культурного и иного характера, которая осуществляется парламентами, правительствами, государственными и частными организациями, ассоциациями и учреждениями, отвечающими за туристскую деятельность, в целях регулирования и координации туристской отрасли, создания условий для развития туризма.

14. Муниципальный уровень управления сферой туризма представлен:

А) администрациями муниципальных образований;
Б) местное население соответствующего территориального образования;
В) некоммерческими организациями;
Г) агентствами

15. Подсистема управления туристским потенциалом на муниципальном уровне состоит из:

А) нормативно-правовой базы и муниципальных программ развития туризма;
Б) рабочих групп в рамках муниципалитета;
В) общественного совета и местной администрации;
Г) проектов и программ развития территории.

16. Нормативно – правовые акты о туризме по масштабам их применения можно классифицировать на:

а) производственные и непроизводственные
б) международные, федеральные, субъектов РФ и местные
в) межгосударственные и внутригосударственные
г) национальные и интернациональные

17. Из чего состоит законодательство РФ о туристской деятельности?

а) из ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», принимаемых в соответствии с ним федеральных законов и иных нормативно – правовых актов РФ, а также законов и иных нормативных правовых актов субъектов РФ;

б) из Конституции РФ, федеральных законов и подзаконных актов, определяющих развитие туристской деятельности и связанного с ним сервиса в РФ;

в) из федеральных законов РФ и законов субъектов РФ, направленных на развитие международного, выездного, въездного и внутреннего туризма в РФ;

г) из федеральных законодательных и подзаконных актов, законодательных и подзаконных актов субъектов РФ и органов местного

самоуправления по вопросам туризма;

д) из международных соглашений по туризму и отечественных нормативно – правовых актов об основах туристской деятельности в стране и зарубежом;

е) из двухсторонних межгосударственных договоров о культурном и туристском обмене и оказании взаимной юридической помощи в сфере туризма и гостеприимства.

18. Законодательство РФ о туристской деятельности можно классифицировать по юридической силе на:

а) законодательные и подзаконные акты;

б) законодательные акты, подзаконные акты и судебные прецеденты;

в) законодательные и подзаконные акты, судебные прецеденты, договоры и деловые обыкновения;

г) Конституцию, кодексы, законы, указы и постановления;

д) международные соглашения и отечественное законодательство;

е) международные, федеральные, региональные и местные нормативно – правовые акты.

19. Нормативно – правовые акты о туризме по масштабам их применения можно классифицировать

а) международные и отечественные;

б) международные, федеральные, субъектов РФ и местные;

в) межгосударственные и внутригосударственные;

г) национальные и интернациональные;

д) ратифицированные и не ратифицированные;

е) въездные, выездные и внутренние.

20. Когда был принят Федеральный закон РФ № 132 – ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» ?

а) 4 октября 1996 г.;

б) 14 ноября 1996 г.;

в) 24 ноября 1996 г.;

г) 17 января 2007 г.;

д) 24 января 2007 г.;

е) 5 февраля 2007 г.

21. Временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально – деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания называется:

а) туристской деятельностью;

б) путешествием;

в) поломничеством;

г) туризмом;

д) отпуском;

е) отдыхом.

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и опыта, полученных в результате освоения дисциплины.	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно**)– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1	**Что из перечисленного не относится к конкретным задачам государственного регулирования отечественной сферы туризма?** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	принятие решений по разработке организационно-экономической и социальной политики в области развития туризма, а также подготовка и принятие плана такого развития
2	определение приоритетов развития туризма и разработка соответствующих целевых программ
3	разработка программ развития государственного и частного секторов
4	обеспечение эффективного инвестирования государственного и частного секторов

2	**Что из перечисленного не относится к формам помощи государства туристской отрасли?** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	субсидии
2	льготные кредиты под конкретные проекты, расходование которых находится под контролем в течение всего срока их реализации

3	поручительство правительства или специального органа при выделении коммерческими банками займов и субсидий на реализацию проектов
4	повышение налогов для инвесторов

3	**Что из перечисленного не является предметом ведения государственных органов различных уровней?** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	создание положительного сальдо торгового баланса
2	создание в международном сообществе привлекательного образа своей страны, пропаганда ее туристских ресурсов
3	координация усилий и ресурсов государственного и частного секторов для создания туристской инфраструктуры
4	обеспечение доступа к туристскому региону, охрана достопримечательностей

4	**Как классифицируются туристские организации по национально-территориальному признаку, по мнению В.А. Квартальнова?** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	локальные профсоюзы, туроператоры
2	правительственные, общественные, частные
3	международные, региональные и национальные организации
4	регулирующие, поставщики, рыночные агенты, разработчики, консультанты, профессиональные ассоциации, издатели, проектные, обучающие, торговые и потребительские организации

5	**Основными целями государственного регулирования туризмом могут быть:** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	развитие туристской индустрии, удовлетворяющей потребности граждан в путешествиях, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан страны, развитие международных контактов, сохранение объектов туристского показа, рациональное использование природного и культурного наследия
2	создание положительного сальдо торгового баланса
3	обеспечение эффективного инвестирования государственного и частного секторов
4	пропаганда и реализация турпродукта зарубежных партнеров

6	**Федеральный закон РФ № 132 – ФЗ «Об основах туристской деятельности» в Российской Федерации был принят в:** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	1996 год
2	1991 год
3	2005 год
4	2011 год

7	**Федеральный закон «Об организации страхового дела в Российской Федерации» вступил в действие в:** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	2001 год
2	1995 год
3	1999 год
4	1997 год

8	**2. Нормативно-правовые акты классифицируются:** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	по действию в пространстве
2	по предметному действию

3	верны варианты а) и б)
4	нет верного ответа

9	**Муниципальный уровень управления сферой туризма представлен:** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	местное население соответствующего территориального образования
2	некоммерческими организациями
3	агентствами
4	представительными, исполнительными и законодательными органами местной власти, а именно Администрациями муниципальных образований

10	**В число мероприятий, направленных на организацию развития туристской деятельности на территории муниципального образования включают:** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	мероприятий по повышению квалификации спортивных специалистов
2	мероприятие среди школьных и дошкольных организаций
3	организация участия в выставочных и презентационных мероприятиях международного, общероссийского, регионального уровня с целью популяризации туристической деятельности на территории муниципального образования
4	мероприятие среди коммерческих организаций

11	**Стратегическое управление, заключающееся в детальном описании всей предстоящей работы и разработке определенного числа схем повторяющегося поведения, называется:** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	перспективным менеджментом
2	программным менеджментом
3	управлением по целям
4	управлением по объектам

12	**В структуру объекта муниципального управления входят:** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	глава муниципального образования
2	местная администрация
3	представительный орган
4	территория

13	**Нормативно-правовые акты классифицируются:** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	по предметному действию
2	по действию в пространстве
3	верны варианты 1) и 2)
4	нет верного ответа

14	**Что из перечисленного не относится к основным мероприятиям по координации и регулированию туристской деятельности?** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	конференции
2	семинары
3	встречи
4	форумы

15	**К бюджетным мерам государственного поддержки туризма относятся** ***Кол-во правильных ответов - 1***
1	девальвация

2	налоговые льготы
3	бонификация процентов
4	субсидии, предназначенные для инвестирования проектов крупных туристских инфраструктур

16. Дайте определение понятию «туристская инфраструктура».
Туристская инфраструктура − это

_____

_____

17. Соотнесите понятия

1. Политическая организация общества, обеспечивающая его единство и целостность, осуществляющая посредством государственного механизма управление делами общества, суверенную публичную власть, придающая праву общеобязательное значение, гарантирующая права, свободы граждан, законность и право-порядок	*1. Дестинация (от лат. Destinacio)*
2. Местонахождение территория, имеющая определенные географические границы; территория, привлекательная для туристов	*2. Государство*
3. Совокупность природных и антропогенных объектов и порождаемых ими факторов рекреационного, оздоровительного, культурного и иного свойства, способных вызвать туристский интерес	*3. Инфраструктура (infrastructure)*
4. Дороги, стоянки для автомобилей: дренаж сточных вод, канализация, водопровод, электричество – все необходимое для полноценного проживания на данной территории. Эксплуатируется туристами и местными жителями. По своему развитию должна обгонять развитие суперструктуры.	*4. Наследие природное и культурное*

18. Заполните таблицу.

№ п/п	**Приоритетные направления развития туризма в Российской Федерации:**
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

19. Заполните таблицу. Перечислите основные принципы развития туризма в Российской Федерации:

№ п/п	**Основные принципы развития туризма в Российской Федерации:**
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	

20. Соотнесите понятия

1. Осуществление субъектами исполнительной власти, а также иными звеньями государственного управления (государственными служащими и должностными лицами) функций государственного управления	*1. Отрасль государственного управления*
2. Сгруппированные по признаку основного назначения отрасли государственного управления (управление	*2. Орган государственного управления (исполнительной*

экономической сферой, управление в социально-культурной и административно-политической областях)	*власти)*
3. Система звеньев органов управления, объединенных общностью объекта управления (управление промышленностью, транспортом, сельским хозяйством, строительством, внутренними и внешними делами, образованием, здравоохранением, финансами, обороной, связью, железными дорогами, лесным хозяйством). Разнообразие функций государственного управления обусловливает и наличие многочисленных и разнообразных отраслей и сфер государственного управления	*3. Государственная управленческая деятельность*
4. Комплекс организационных отношений по поводу осуществления межотраслевых полномочий специального назначения (например, стандартизация, сертификация, метрология, государственная статистическая отчетность, планирование). В этих сферах органы государственного управления осуществляют контрольно-надзорные полномочия в установленных законом масштабе и границах	*4. Область государственного управления*
5. Субъект исполнительной власти, который непосредственно осуществляет функции государственного управления в установленных законодательными и иными нормативными правовыми актами пределах, наделен соответствующей компетенцией, имеет определенную структуру и управленческий персонал	*5. Сфера государственного управления*

21. Система государственного регулирования туристкой деятельности в РФ представлена пятью уровнями управления. Перечислите данные уровни.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

22. Соотнесите в таблице функции и методы реализации государственной политики регулирования развития туризма.

№	Функции	№	Методы
1.	Общая организация и правовая регламентация туристской деятельности	1.	*- маркетинговые исследования на туррынке,* *- создание национальных центров изучения туризма,* *-информационное обеспечение туристских предприятий*
2.	Планирование развития туризма	2.	*- текущий контроль,* *- аудит,* *- мониторинг международной конкурентоспособности, национальных турпродуктов*
3.	Регулирование отдельных видов деятельности	3.	*- маркетинг,* *- реклама, информационно-аналитическая пропаганда (издание карт, видеофильмов),* *- налогообложение,* *- инвестирование*

4.	Обеспечение безопасности туризма	4.	*- создание представительств и филиалов за границей,* *- заключение международных договоров,* *- участие в разрешении конфликтов, реклама национальных турпродуктов*
5.	Кадровое обеспечение туризма	5.	*- создание стандартных государственных программ для системы непрерывной подготовки кадров для сферы туризма,* *- содействия организации повышения квалификации работников туристских предприятий*
6.	Обеспечение научных исследования туристского рынка	6.	*- введение единых понятий, определений,* *- процедура заключения сделок, договоров,* *- получение виз,* *- порядок прохождения границы и провоза товара*
7.	Поддержка внешнеэкономической деятельности турфирм	7.	*- лицензирование,* *- стандартизация,* *- сертификация,* *- издание памяток туриста,* *- страхование*
8.	Обеспечения охраны окружающей среды и исторических памятников	8.	*-разработка общих стратегий и концепций развития туризма,* *- регулирование пространственного размещения объектов туризма,* *- планирование развития инфраструктуры*
9.	Создания благоприятного имиджа страны, региона	9.	*- лицензирование,* *- стандартизация,* *- сертификация*
10.	Контроль и надзор	10.	*- создание правил, законов, условий экономического стимулирования по охране и восстановлению природных ресурсов, реставрации исторических памятников,* *- распределение туристской ренты,* *- финансирование учреждений культуры*

23. Дайте определение понятию «государственное регулирование развития туризма».
Государственное регулирование развития туризма – это
_____
_____

24. Перечислите основные цели государственного регулирования туристической деятельности.
1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____

25. Дайте определение понятию «государственное управление» в широком и узком понимании.
Государственное управление в широком смысле – это
_____
_____

Государственное управление в узком смысле – это _____
_____

26. Каким образом происходит распределение муниципальных задач по оказанию туристических услуг? Заполните таблицу.

№	Муниципальные задачи на местном уровне	Муниципальные задачи на региональном и межрегиональном уровнях
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		

27. Перечислите основные цели стандартизации в туризме.
1. _____
2. _____
3. _____

28. Соотнесите инструменты, регулирующие туристскую деятельность и сферы их применения. Заполните таблицу.

№	Сфера применения	№	Инструменты, регулирующие туристскую деятельность
1.	Правовая сфера	1.	*- формирование имиджа России на мировом рынке туризма;* *- содействие в продвижении турпродукта на внутренний и мировой рынки;* *- содействие участию в международных туристских программах;* *- создание условий для многоцелевого использования туристской инфраструктуры;* *- координация деятельности и инвестиций государственного и частного секторов в области развития туризма.*
2.	Экономическая сфера	2.	*- развитие научного исследования в сфере туризма;* *- создание информационно-аналитической базы;* *- обеспечение профессиональных кадров для туристской деятельности.*
3.	Социальная сфера	3.	*- налоговое регулирование;* *- целевое бюджетное финансирование программ развития туризма;* *- создание благоприятных условий для инвестиций в туризм;* *- увеличение инвестиций в человеческий капитал.*
4.	Научно-образовательная сфера	4.	*- решение проблем адресного социального туризма*
5.	Сфера организации туризма	5.	*- совершенствование нормативно-правовой базы;* *- развитие методологии лицензирования, стандартизации, сертификации в сфере туризма;* *- таможенное регулирование;*

			- установление правил въезда, выезда и пребывания на территории РФ с учетом интересов развития туризма; *- борьба с преступностью и коррупцией.*

29. Перечислите субъекты туристского рынка. Запишите ответ.
1. _____
2. _____
3. _____

30. Дайте определение понятию «механизм функционирования туристского рынка».

Механизм функционирования туристского рынка – это _____
_____
____

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Технологии профессиональных коммуникаций»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Технологии профессиональных коммуникаций» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в часть, включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре.

Цели и задачи дисциплины- В рамках дисциплины изучается круг вопросов, связанных с:

- разработкой коммуникационной политики туристической компании и формированием её имиджа;
- техникой ведения жестких и партнерских переговоров, правилами проведения совещаний и публичных выступлений перед инвесторами или аудиторией;
- использованием современных мессенджеров, таск-менеджеров и социальных медиа для внутреннего и внешнего взаимодействия;
- этикетом и особенностями ведения бизнеса с иностранными партнерами, спецификой обслуживания туристов из разных стран;
- технологиями нейтрализации претензий клиентов и алгоритмами действий в стрессовых ситуациях;
- стандартами оформления профессиональной документации, коммерческих предложений и аналитических отчетов.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Готов организовать и реализовывать процесс регулирования и управления сферой туризма на различных уровнях	**ПК-1**	ПК-1.1. Разрабатывает мероприятия по формированию, регулированию и управлению сферой туризма на различных уровнях и организационные планы их внедрения и реализации.	принципы построения коммуникационных стратегий для реализации государственных и региональных программ развития туризма; методы планирования PR-кампаний и маркетинговых коммуникаций при внедрении новых турпродуктов на уровне дестинации; нормативно-правовую базу, регулирующую информационное взаимодействие субъектов туристического рынка.	разрабатывать коммуникационный план реализации организационных изменений в туристической сфере; аргументированно представлять (защищать) проекты развития туризма перед стейкхолдерами, органами власти и общественностью; проектировать систему внутреннего взаимодействия внутри организации для эффективного внедрения новых планов.	модерации и фасилитации при обсуждении планов развития туризма на различных уровнях (муниципальном, региональном, федеральном); создания дорожных карт (roadmaps) по информационному сопровождению туристических проектов; оценки эффективности коммуникационных мероприятий в рамках реализации управленческих решений	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		ПК-1.2 Демонстрирует готовность к применению инструментария регулирования и управления сферой туризма на различных уровнях.	состав инструментария управления туризмом и роль коммуникационных каналов в их реализации;методы мониторинга и анализа эффективности	выбирать адекватные коммуникативные инструменты (публичные слушания, пресс-релизы, экспертные сессии) для внедрения управленческих решений; применять	использования специализированного софта и информационных технологий для управления потоками данных в туризме; взаимодействия с органами государственной власти (GR-	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
			управленческих мер на разных уровнях (от предприятия до региона;.цифровые платформы и государственные информационные системы, используемые для регулирования туристической отрасли	инструменты администрирования при координации деятельности участников туристического кластера; использовать методы убеждения и аргументации для продвижения инициатив по регулированию сферы туризма.	технологии) для защиты интересов туристического бизнеса или дестинации; оценки рисков при реализации планов по управлению и регулированию отрасли.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Коммуникационные технологии в государственном и региональном регулировании туризма	2	2								14	Тестовые задания /25
Тема 2. Инструментарий стратегического управления имиджем туристической дестинации	2	2								14	Тестовые задания /25
Тема 3. Организационное проектирование и внутренние коммуникации при реализации турпроектов	2	2								14	Тестовые задания /25
Тема 4. Кризисные коммуникации и управление конфликтами в сфере туризма	2	2								14	Тестовые задания /25
Всего:	**8**	**8**								**56**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Коммуникационные технологии в государственном и региональном регулировании туризма

Роль коммуникаций в системе управления туризмом на макро- и мезоуровнях. Взаимодействие органов власти (GR-коммуникации) с субъектами турбизнеса. Информационное сопровождение государственных программ развития туризма. Инструменты публичных обсуждений и экспертных слушаний при внедрении новых регуляторных мер в дестинациях.

Тема 2. Инструментарий стратегического управления имиджем туристической дестинации

Формирование и корректировка бренда территории как инструмент управления туристическими потоками. Технологии взаимодействия со СМИ и лидерами мнений (PR-технологии). Организация событийных мероприятий как способ регулирования привлекательности региона. Мониторинг информационного поля и оценка эффективности коммуникационных мероприятий по продвижению территорий.

Тема 3. Организационное проектирование и внутренние коммуникации при реализации турпроектов

Коммуникации как инструмент внедрения планов развития внутри туристических организаций и кластеров. Технологии межведомственного взаимодействия. Создание единого информационного пространства для участников проекта. Методы фасилитации и модерации при разработке дорожных карт и планов внедрения инноваций в сферу туризма.

Тема 4. Кризисные коммуникации и управление конфликтами в сфере туризма

Технологии регулирования сферы туризма в условиях нестабильности и рисков. Коммуникационные алгоритмы при возникновении чрезвычайных ситуаций в дестинации. Методы нейтрализации негативной информации. Технологии ведения переговоров в конфликтных ситуациях на различных уровнях управления (бизнес — власть, бизнес — потребитель).

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

Лисс Э.М. Деловые коммуникации : учебник для вузов / Лисс Э.М., Ковальчук А.С.. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2024. — 343 с. — ISBN 978-5-394-05858-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/144230.html

Дополнительная литература:

1. Белоусова Л.С. Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке : учебное пособие (практикум) / Белоусова Л.С., Кострулева И.В.. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2021. — 108 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/135748.html

2. Захарова, И. В. Деловые коммуникации : практикум / И. В. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 141 с. — ISBN 978-5-4497-3478-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/142505.html

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Информационный портал социально-гуманитарных дисциплин Российского Государственного аграрного университета — МСХА имени К.А. Тимирязева	http://www.philosoph.me
2	Российская книжная палата и Российская государственная библиотека (РГБ) (информационно-справочная система)	https://www.rsl.ru/ru/rkp/

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Тестовые задания	25-9 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 8-5 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 4-0 – менее 50% правильных ответов

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Тестовые задания:

1. Что является основным объектом GR-коммуникаций в туризме?

А) Конечный потребитель (турист)

Б) Органы государственной власти и местного самоуправления

В) Линейный персонал гостиницы

Г) Конкурирующие турфирмы

2. Какой инструмент наиболее эффективен для согласования интересов стейкхолдеров при разработке плана развития дестинации?

А) Рассылка приказов

Б) Модерация стратегической сессии

В) Анкетирование случайных прохожих

Г) Чтение лекции

3. Использование каких технологий обязательно при внедрении организационного плана реализации турпродукта на региональном уровне?

А) Технологии убеждения и аргументации

Б) Технологии манипуляции сознанием

В) Только технологии материального стимулирования

Г) Технологии изоляции конкурентов

4. Что понимается под «дорожной картой» в контексте реализации туристических проектов?

А) Карта местности с достопримечательностями
Б) Наглядный план поэтапной реализации проекта с указанием сроков и ответственных
В) Список адресов туристических агентств
Г) Географический атлас региона

5. Какая коммуникативная стратегия уместна при внедрении непопулярных, но необходимых регуляторных мер (например, введение курортного сбора)?

А) Игнорирование запросов прессы
Б) Информационная открытость и разъяснение выгод для инфраструктуры
В) Скрытие информации о сроках внедрения
Г) Обвинение оппонентов в некомпетентности

6. К какому уровню управления относятся коммуникации в рамках межведомственного взаимодействия министерств?

А) Микроуровень
Б) Локальный уровень
В) Мезоуровень (региональный)
Г) Уровень домохозяйств

7. Инструментарием регулирования имиджа дестинации является:

А) Брендинг и событийный маркетинг
Б) Только снижение цен на авиабилеты
В) Увеличение штата налоговой инспекции
Г) Отказ от использования социальных сетей

8. Каков первый этап разработки коммуникационного плана внедрения проекта в туризме?

А) Печать рекламных листовок
Б) Анализ целевых аудиторий и стейкхолдеров
В) Назначение штрафов за невыполнение
Г) Празднование завершения проекта

9. Что является результатом эффективного управления внутренними коммуникациями в туркластере?

А) Рост количества конфликтов
Б) Согласованность действий всех участников при реализации общего плана
В) Увеличение рабочего дня сотрудников
Г) Закрытие мелких предприятий

10. При возникновении кризисной ситуации в регионе (ЧС), регулирование сферы туризма требует:

А) Приостановки всех коммуникаций
Б) Использования единого официального канала информации
В) Распространения слухов для проверки реакции
Г) Перекладывания ответственности на федеральный центр

11. Инструмент «фасилитация» в профессиональных коммуникациях используется для:

А) Запугивания подчиненных
Б) Облегчения группового обсуждения и поиска совместного решения
В) Подписания финансовых документов
Г) Проверки паспортного режима

12. Формирование лояльности местного населения к развитию туризма в регионе — это задача:

А) Финансового менеджмента
Б) Социально-ориентированных коммуникаций в управлении
В) Только правоохранительных органов
Г) Бухгалтерского учета

13. Какой вид коммуникации наиболее важен для получения обратной связи при регулировании качества турпродукта?

А) Одностороннее вещание (ТВ)
Б) Интерактивные платформы и опросы
В) Объявления на досках информации
Г) Официальные письма без права ответа

14. Готовность к применению инструментария управления в туризме предполагает:

А) Знание только теоретических основ менеджмента
Б) Навык выбора адекватного коммуникационного канала для конкретной управленческой задачи
В) Умение пользоваться кассовым аппаратом
Г) Наличие диплома любого образца

15. Эффективная презентация организационного плана внедрения инноваций в туризме должна содержать:

А) Только текстовое описание на 100 страницах
Б) Визуализацию этапов, выгод для региона и расчет необходимых ресурсов
В) Список личных достижений руководителя
Г) Прогноз погоды на следующий год

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
	-70 и более (хорошо)– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1. Роль и место профессиональных коммуникаций в системе государственного регулирования сферы туризма.
2. Классификация коммуникационных технологий в управлении туристическими дестинациями.
3. Вертикальные и горизонтальные коммуникации при реализации комплексных планов развития туризма.
4. Особенности коммуникаций на различных уровнях управления: федеральном, региональном и муниципальном.
5. Информационное взаимодействие как инструмент реализации государственной политики в сфере туризма.
6. Коммуникационный инструментарий формирования имиджа и бренда туристической территории.
7. Технологии GR (Government Relations) в туризме: механизмы взаимодействия бизнеса и власти.
8. Организация и проведение стратегических сессий как инструмент планирования развития туркластеров.
9. Технологии фасилитации и модерации в процессе принятия коллегиальных управленческих решений.
10. Методы аргументации и убеждения при продвижении проектов по развитию туристической инфраструктуры.
11. Использование цифровых коммуникационных платформ для мониторинга и регулирования туристической отрасли.
12. Технологии медиапланирования при реализации региональных программ продвижения турпродуктов.
13. Коммуникационное сопровождение «дорожных карт» по внедрению инноваций в сфере туризма.
14. Управление внутренними коммуникациями в проектных группах при реализации туристических стартапов.
15. Технологии междисциплинарного и межведомственного взаимодействия при реализации крупных туринвентов.
16. Проектирование системы обратной связи со стейкхолдерами при внедрении новых стандартов обслуживания.
17. Публичная презентация и защита организационных планов

развития туристических объектов перед инвесторами.

18. Использование инструментов визуализации данных (дашборды, инфографика) в управленческих коммуникациях.

19. Технологии коммуникативного управления в условиях кризисных ситуаций в дестинации.

20. Управление конфликтами интересов при взаимодействии власти, бизнеса и местного населения в туризме.

21. Стратегии нейтрализации негативной информации и управление репутационными рисками территории.

22. Технологии ведения переговоров в сложных и конфликтных ситуациях при регулировании туристического рынка.

23. Профессионально-этические стандарты коммуникаций в органах управления туризмом.

24. Методы оценки эффективности коммуникационных мероприятий при реализации планов развития туризма.

25. Межкультурные аспекты профессиональных коммуникаций в управлении международными туристическими проектами.

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в часть, включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1,2 семестрах и на 2 курсе в 3 семестре.

Цели и задачи дисциплины- Изучение дисциплины базируется на знаниях, сформированных в процессе изучения иностранного языка в вузе. Изучению дисциплины предшествуют разные виды речевой деятельности: говорение, чтение, аудирование, письмо.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4	УК-4.1 Составляет, переводит и редактирует профессиональные и академические тексты	иностранный язык на уровне профессионального общения и письменного перевода, что обеспечивается за счет знаний: основной терминологии по специальности; основных грамматических явлений, характерных для профессиональной речи; отличительные особенности корпоративного сознания в странах изучаемого языка для результативной коммуникации с зарубежными партнерами.	самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, что достигается за счет умения: вести диалогическую и монологическую речь с использованием лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях неофициального и официального общения, выбирать общую стратегию перевода с учетом его цели и характеристик текста-оригинала; соотносить аббревиатуры, символы, формулы и др. с аналогами в родном языке; компенсировать при переводе недостаток в предметных, языковых и	навыками публичных деловых и научных коммуникаций, что предполагает владение: навыками работы со словарем для чтения и понимания прагматических текстов и текстов по узкому профилю специальности; основными навыками письма для ведения переписки в сфере профессиональной деятельности; навыками речевого общения с целью использования их в профессиональных дискуссиях, конференциях, переговорах, интервью и других видах речевой деятельности; грамматическими навыками, обеспечивающи	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
				деловых знаний с помощью справочных материалов, в том числе словарей разных типов; распознавать и употреблять в устных и письменных высказываниях основную терминологию своей узкой специальности	ми коммуникацию общего характера без искажения смысла при письменном и устном общении.	
		УК-4.2 Использует современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, в профессиональной деятельности, в том числе для представления результатов академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях.	особенности научного и официально-делового стиля речи стран изучаемого языка на грамматическом (морфологическом и синтаксическом) и лексическом уровне (профессиональные клише, профессиональный жаргон, лексика для написания и устного изложения научных исследований)	выбрать подходящий для ситуации лексико-грамматический материал; создавать письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; организовать обсуждение и представлять результаты своей исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участвовать в академических и профессиональных дискуссиях	навыками представления результатов индивидуальной и групповой деятельности в профессиональной сфере на иностранном языке; навыками применения подходящих коммуникативных технологий для решения профессиональных задач; навыками представлять результаты своей исследовательской деятельности на иностранном языке	
Способен анализировать и учитывать	**УК-5**	УК-5.1 Анализирует особенности	основы делового этикета стран	анализировать ситуацию для успешного	навыками ведения диалога с	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия		межкультурного взаимодействия	изучаемого языка; особенности взаимодействия с иностранцами (особенности приветствия, ведения светской беседы, научных и профессиональных дискуссий, особенности деловой переписки)	построения диалога при помощи основ межкультурной коммуникации; применить полученные лексико-грамматические знания и опыт практических занятий для соблюдения делового этикета в рамках письменной и устной коммуникации; провести светскую беседу с партнером, написать деловое письмо различного типа, выступить с докладом на научно-практической конференции.	представителем другой культуры; навыками деловой переписки с представителем иной культуры на иностранном языке на профессиональную тему; навыками построения речи в научном и научно-публицистическом стиле.	
		УК-5.2 Выстраивает профессиональное взаимодействие с учетом межкультурных особенностей сторон	влияние культурно-этнических особенностей стран изучаемого языка на ведение диалога в профессиональной деятельности; роль межкультурной коммуникации (вербальной и невербальной) при ведении дискуссии на	применить полученные знания о важности учета межкультурных особенностей при построении устного и письменного диалога на научную и профессиональную тематику.	основами прогнозирования диалога с представителями иной культуры для выстраивания успешной коммуникации; основами речевого этикета в рамках межкультурной коммуникации (особенности приветствия и светской беседы в странах изучаемого	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
			профессиональные и научно-профессиональные темы.		языка, особенности электронной и традиционной деловой переписки, особенности ведения переговоров по телефону).	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
1 семестр											
Блок 1. Встречи и контакты			8							28	Тестовые задания /25 Контрольная работа/25
Блок 2. Термины и терминология на профуровне.			8							28	Тестовые задания /25 Контрольная работа/25
Всего:			**16**							**56**	100
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**										
2 семестр											
Блок 3. Высшее образование. Обучение в магистратуре.			8							28	Тестовые задания /25 Контрольная работа/25
Блок 4. Деловая документация и контракты.			8							28	Тестовые задания /25 Контрольная работа/25
Всего:			**16**							**56**	100
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**										
3 семестр											
Блок 5. Конференции и выставки.			8							32	Тестовые задания /25 Контрольная работа/25
Блок 6. Продвижение регионального			8							33	Тестовые задания /25 Контрольная

турпродукта на внутреннем и международном рынках.											работа/25
Всего:			**16**							**65**	**100**
Контроль, час	**27**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										
По дисциплине											
Всего:			**48**							**177**	**100*3**
Контроль, час	**27**										**Зачет Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**252**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**7**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Блок 1. Встречи и контакты

Тема 1. Тема 1. Стандарты речевого поведения в ситуациях общения с зарубежными партнерами и туристами.

Тема 2. Национальные особенности этикета делового общения в туристическом бизнесе.

Блок 2. Термины и терминология на профуровне.

Тема 3. Английские базовые термины в политической, экономической и культурной терминологии.

Тема 4. Основные отечественные и зарубежные термины в сфере комплексного туристического обслуживания.

Блок 3. Высшее образование. Обучение в магистратуре.

Тема 5. Обучение в магистратуре по направлению подготовки «Туризм» профиль

«Государственное регулирование сферы туризма».

Тема 6. Обучение за рубежом.

Блок 4. Деловая документация и контракты.

Тема 7. Международная переписка.

Тема 8. Контракты с зарубежными партнерами.

Блок 5. Конференции и выставки.

Тема 9. Методы обработки и представления информации (реферирование, аннотирование, презентация).

Тема 10. Подготовка и участие в международных конференциях и выставках

Блок 6. Продвижение регионального турпродукта на внутреннем и международном рынках.

Тема 11. Структура участников международного туристского рынка.

Тема 12. Деловые встречи и международные переговоры.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Трибунская, С. А. Английский язык для изучающих туризм (B1-B2) : учебник для вузов / С. А. Трибунская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 218 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11310-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Мошняга, Е. В. Английский язык для изучающих туризм (A2-B1+) : учебник для вузов / Е. В. Мошняга. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10436-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

Мошняга, Е. В. Английский язык для изучающих туризм (A2-B1+) : учебник для вузов / Е. В. Мошняга. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10436-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Роль иностранного языка в профессиональной сфере	https://spravochnick.ru/gosudarstvennoe_i_municipalnoe_upravlenie/rol_inostrannogo_yazyka_v_professionalnoy_sfere/
2	Английский язык для путешествий (пороговый уровень)	https://www.hse.ru/edu/dpo/885892195

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной

информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Тестовые задания	25-9 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 8-5 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 4-0 – менее 50% правильных ответов
2	Контрольная работа	25-9 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 8-5 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 4-0 – менее 50% правильных ответов

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания для контрольной работы

ARTICLES FOR ANNOTATING

Задание 1. Read and translate the article and make the tasks:

Article 1.

Air Travel – the Budget Way by Jane Winsley

The railway's dominance of long-distance travel within India may soon be over. No-frills airline Spicejet is luring train passengers with ultra-low fares reminiscent of Ryanair's aggressive marketing. The New Delhi-based company, which only started business in May 2005, is already expanding its fleet with a new order of Boeing 737s. The airline aims to compete with first class rail travel, and sold more than 37,000 tickets online on the first day of business.

Kingfisher airlines, owned by India's beer baron Vijay Mallya, promises models working as flight attendants. Launched just weeks before Spicejet, Kingfisher is aiming slightly more upmarket, with inflight entertainment on every seat, and fine cuisine.

India's pioneering budget carrier, Air Deccan, is going from strength to strength. Set up in 2003, it undercut existing fares by 50% and kick-started the growth of India's domestic market.

No-frills air travel arrives in South-East Asia. A region where up until now national carriers have had virtual monopolies is opening up to the budget flight era. New airlines are using European style Internet booking systems to offer tickets at prices unheard of before. Because the Internet is not yet available throughout the region, tickets can also be bought through travel agents but under the same system – the earlier you book, the cheaper the ticket.

Air Asia is perhaps the most successful of the new airlines. Set up in 2001, the Kuala Lumpur-based business offers flights within Malaysia and to destinations in Indonesia, Thailand, Cambodia and Philippines.
Budget air travel is having a big impact in Cambodia. Without a main national carrier, Cambodia has an 'open skies' policy and is encouraging new airlines to boost tourism in the country. One company that has capitalised on this is Jet Star Asia, which has routes to the capital Phnom Penh and the tourist centre Siem Reap.
Soaring fuel costs have not prevented Dublin-based airline Ryanair from continuing with its ambitious plans for expansion, including establishing a major hub in Frankfurt, Germany. The other main player EasyJet, based in Luton, near London, is constantly adding new routes and registering record numbers of passengers. The collapse of EUjet in 2005 had many business analysts forecasting a downturn in the fortunes of budget airlines. But the doomed Kent-based carrier, which left over 5000 passengers stranded abroad when it went out of business, has not proved typical of the no-frills market.
Recent start-ups such as Barcelona-based Vueling are giving Spanish airline Iberia a major headache by slashing fares on routes within Europe. Iberia may soon be forced to concentrate on its South American routes and leave Europe to the budget carriers.
Meanwhile the admission of new member states into the European Union has led to a boom in Central and Eastern European-based airlines. Sky Europe is one of the biggest. With bases in Budapest, Krakow, Warsaw, Prague and Bratislava, the company has expanded rapidly since starting up in 2002, and operates on 65 routes throughout Europe.

Задание 2. Read the annotation samples and underline the key phrases:
ANNOTATION SAMPLE 1
(Article 1)
The headline of the article *is Air Travel – the Budget Way. The date and place of publication have not been specified.*
The article offers a brief survey of today's world budget airline industry, with a particular focus on South-East Asia and Europe.
The author of the article, Jane Winsley, starts by reporting on the successes of three major Indian no-frills airlines, which threaten to put an end to the railway's dominance of long-distance travel in the country. Further, budget air travel advances in South-East Asia are highlighted and the most successful Asian budget carriers are listed. Finally, the author dwells on some successes of a number of European no-frills airlines such as Ryanair, Easyjet etc.
This highly informative article studded with facts and examples is an excellent presentation of the state of play in the global budget airline industry and can be of great use to businesspeople, policy makers, professionals and all those interested in current affairs in the world.

Задание 3. Read the annotation samples and underline the key phrases:
ANNOTATION SAMPLE - 2
(Article 1)
The title of the article *is Air Travel – the Budget Way. The date and place of publication have not been specified.*
It is reported about today's world budget airline industry. The focus of the article is a South-East Asia and Europe.
The author of the article is Jane Winsley. The author starts by telling about the successes of three major Indian no-frills airlines, which threaten to put an end to the railway's dominance of long-distance travel in the country. After that, budget air travel advances in South-East Asia are highlighted. It is noted that the most successful Asian budget carriers

are listed. In conclusion, the author tells about some successes of a number of European no-frills airlines such as Ryanair, Easyjet.
I find this article interesting and informative. The problem of the article raised by the author is highly important.

Тестовые задания:

1	**You … to analyze and take into account the diversity of cultures in the process of intercultural communication working in the industry of tourism and hospitality.** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	have
2	do
3	should
4	must
2	**The bow is the … in Japan.** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	customs
2	tradition
3	customary greeting
4	meeting
3	**In different cultures the best way to meet people is to … with them.** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	meet
2	introduce
3	speaking
4	socialize
4	**The cultural cooperation between different countries … greatly over the past century.** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	may not increase
2	increases
3	has increased
4	will not increase
5	**_____ does it take you to get to any cultural environment?** **Кол-во правильных ответов - 1**
1	How quickly
2	When
3	How long
4	How far

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций» проводится в форме зачета в 1 и 2 семестрах и в форме экзамена в 3 семестре.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-10 баллов Задание 2: 0-10 баллов

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Задание 3: 0-20 баллов **Суммарное количество баллов по ТКУ и ПА** **«Зачтено»** **-90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная лексика. **-70-89 –** ответ в целом правильный, логически выстроен, однако, имеются незначительные затруднения в использовании профессиональной лексики. **-50-69 –** ответ в основном правильный, однако, незначительно нарушена логика построения ответа, имеются затруднения в использовании профессиональной лексики. **«Не зачтено»** **-Менее 50** – ответ логически выстроен неверно, не используется профессиональная лексика.
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-10 баллов Задание 2: 0-10 баллов Задание 3: 0-20 баллов **Суммарное количество баллов по ТКУ и ПА** **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная лексика. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, однако, имеются незначительные затруднения в использовании профессиональной лексики. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, однако, незначительно нарушена логика построения ответа, имеются затруднения в использовании профессиональной лексики. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответ логически выстроен неверно, не используется профессиональная лексика.

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Блок 1. Встречи и контакты

Аудирование

Вопросы 1-20

Complete the dialogues:

Dialogue 1

- What flights to Boston have you got?
-1 ----------
- What time?
- 2----------
- How much is the tourist class ticket to Boston?
- A single ticket is 50 dollars and a return ticket is 110.
- 3----------

a. I want one single tourist class ticket for Tuesday.
b. There are two flights a week on Tuesday and on Friday.
c. At 11.30 every Tuesday and at 8.30 every Friday.

Dialogue 2.

- Excuse me, where is the ticket office?
- Round the corner.
- Thank you. I want a round trip ticket to Boston.
- 4----------
- First.
- Here it is.
- Porter, will you see to toy luggage, please?
- Where for, sir?
- I'm going to Boston by the 11 o'clock train. First class. I'd like a corner seat in a non-smoker.
- O.K. 5----------
- What time do we get to Boston?
- 6----------
- Thank you for the information.
- Have a comfortable journey.

a. Here we are.
b. What class?
c. The train is due to arrive in Boston at 13.30.

Dialogue 3.

- Hello.7_____
- Of course. Can I help you?
- Yes. I'm looking for a double room for the next three nights. Have you got one available.
- 8----------
- And that's with a bathroom, is it?
- All our rooms have private bathrooms, madam.
- 9----------
- 230 francs per night, madam.
- O.K. The charge is quite acceptable.
- 10----------

a. Just a moment. I'll see.
b. Then fill in the form, please.
c. Do you speak English?
d. And how much is it per night?

Dialogue 4

- Hello.11----------

- I want to travel to Rome for the summer holidays, and I just want an idea of prices and things.
- Just a minute. 12----------
- Well, first of all, how much does a flight cost?
- Our cheapest, flight is with Alitalia, stopping over in Paris. That's 506 pounds.
- 13----------
- Yes, that's return. It's a good price, isn't it?
- Very good. What about the other airlines?
- With the other airlines, it depends on the time of year. ----------
- 14_____
- That's quite an expensive time of year, but if you wait a moment, I'll give you some other prices, just to give you an idea.
- Thanks.

a. What exactly do you want to know?
b. Return?
c. What can I do for you?
d. When do you want to travel?
e. I want to fly out at the end of June and come back about the middle of September.

Dialogue 5.
- Good morning, sir.
- 15_____
- Just a moment, please, sir. Did you make any phone calls from your room?
- Yes.
- 16_____
- I don't know exactly. I'd like to check out now. My name is Mr Green and I was in room 420.

a. How many did you make?
b. Just a moment, I'll have to check with the operator.
c. May I help you?

Dialogue 6.
- Good afternoon. 17_____
- Yes. We have a booking for tonight. The name is Brown.
- Just a moment, please. Yes, that was a double room with bath.
- Yes, that's right.
-18 _____
Then fill in the form. How are you going to pay, sir? In cash or by credit card?
- In cash.
- May I see your passport, please?
- Here you are.
- Thank you, sir. 19_____
Your room number is 306.
- 20----------

a. Would you like to register, please?
b. Thank you.
c. May I help you?
d. Here's your key card and your key.

Вопросы 21 – 30.

Задание 2. Match the meaning:

21. ответственность сторон; 22. основные условия; 23. форс-мажорные обстоятельства; 24. права и обязанности туроператора; 25. предмет договора; 26. права и обязанности поставщика услуг; 27. юридические адреса и реквизиты партнеров. 28. туристический продукт 29. участники международного туристского рынка 30. государственное регулирование сферы туризма	a. tourist product; b. basic conditions; c. participants of the international tourist market; d. responsibility of the parties; e. rights and duties of the tour operator; f. force majeure circumstances; g. state regulation of tourism h. h. subject of the contract i. i. rights and obligations of the service provider j. j. legal addresses and requisites of partners

Ключи к тестовым заданиям
Промежуточная аттестация (зачет) I семестр

21. ответственность сторон;	d. responsibility of the parties;
22. основные условия;	b. basic conditions;
23. форс-мажорные обстоятельства;	f. force majeure circumstances;
24. права и обязанности туроператора;	e. rights and duties of the tour operator;
25. предмет договора;	h. subject of the contract;
26. права и обязанности поставщика услуг;	i. rights and obligations of the service provider;
27. юридические адреса и реквизиты партнеров.	j. legal addresses and requisites of partners;
28. туристический продукт	a. tourist product;
29. участники международного туристского рынка	c. participants of the international tourist market;
30. государственное регулирование сферы туризма	g. state regulation of tourism.

Промежуточная аттестация (зачет) II семестр

Содержание задания для рубежного контрольно-проверочного тестирования	Контроль проводится в форме тестирования. Целью проведения контроля является определение уровня усвоения студентами пройденного материала и определение уровня развития языковых компетенций за 2 семестр. Задания текущего контроля включают 30 вопросов. Промежуточная аттестация является обязательной.
Требования к выполнению задания	1. В тесте 30 вопросов. Ответы на вопросы теста даются в письменной форме. 2. На выполнение одного вопроса студенту дается 2 минуты.
Критерии оценки по содержанию и качеству	Пороги оценок (количество правильных ответов) не менее 50% Предел длительности всего контроля-60 минут,

	выбирается только один вариант ответа. Предел длительности ответа на каждый вопрос 2 минуты.
Методика обработки и форматы представления результатов оценочных процедур	1. При обработке результатов оценочной процедуры используются ключи тестов, содержащие правильные ответы на тестовые задания. 2. Результаты оценочной процедуры представляются обучающимся в срок не позднее 2х часов после проведения процедуры.

Вопросы 1 – 10.

Задание I.
Read the text and fill in the blanks with the following headlines:

A. Study abroad affords you the opportunity to make friends around the world.
B. Study abroad expands your worldview.
C. Study abroad will help you develop skills and give you experiences a classroom setting will never provide.
D. Study abroad provides the opportunity to travel.
E. Study abroad can enhance the value of your degree.
F. Study abroad is the optimal way to learn a language.
G. Study abroad allows you get to know another culture first-hand.
H. Study abroad enhances employment opportunities.
I. Study abroad gives you the opportunity to break out of your academic routine.
J. Study abroad helps you to learn about yourself.

Ten Reasons for Studying Abroad

Have you considered studying abroad? Here are 10 very excellent reasons why you should take the plunge:

1. F. Study abroad is the optimal way to learn a language.
There is no better and more effective way to learn a language than to be immersed in a culture that speaks the language you are learning. Language learning happens most quickly under these circumstances.
2. ----------. Since studying abroad often puts you on a completely different continent, you are much closer to places you might otherwise not have had the opportunity to visit. Some more structured study abroad programs even have field trips planned in or around the curriculum.
3. ----------. Cultural differences are more than just differences in language, food, appearances, and personal habits. Students who experience cultural differences personally can come to truly understand where other cultures are coming from.
4. ----------. It's an opportunity to discover new strengths and abilities, conquer new challenges, and solve new problems. You will encounter situations that are wholly unfamiliar to you and will learn to adapt and respond in effective ways.
5. ----------. While abroad, you will meet not only natives to the culture in which you are studying, but also other international students who are as far from home as yourself.

6. ----------. Students who study abroad return home with new ideas and perspectives about themselves and their own culture. The encounter with other cultures enables students to see their own culture through new eyes.
7. ----------. Students who study abroad return home with an informed and much less biased perspective toward other cultures and peoples.
8. ----------. Study abroad is likely to be much unlike what you are used to doing as a student. It's also a great opportunity to break out the monotony of the routine you follow semester after semester.
9. ----------. A student who has studied abroad is self-motivated, independent, willing to embrace challenges, and able to cope with diverse problems and situations.
10. ----------. While abroad, you can take courses you would never have had the opportunity to take on your home campus. In addition, study abroad gives your language skills or even a second major without having to take many more additional courses after the return to your home campus.

Вопросы 11 – 20.

Задание 2. Choose the correct variant:

11. *Allow me to / Let me* introduce myself.
12. I am from Marketing *department / branch*.
13. My presentation will *take / last* ten minutes.
14. Please *feel free to ask / You can ask* questions during the presentation.
15. Today, I am going *to talk /speak* about ….
16. The *aim/objective* of my presentation is to give you an idea of our research.
17. In my presentation I will *focus/concentrate* on the advantages and disadvantages .
18. And now *have a look / let´s look* at the results and conclusions.
19. *In conclusion / at the end* I´d like to thank you for your attention.
20. And now I´ll be happy *to answer/ to ask* your questions.

III. Вопросы 21-30.

Задание 3. Put the parts of the letter in the right order:

21. Thank you for cooperation.
22. Best regards,
Filippova Olga
23. Please check this information and send me the confirmation of my reservation via e-mail.
24. Please be informed that it will be a late arrival. We would like to check in at 10 p.m.
25. Room type: Two Bedroom Apartment (Non-smoking Preference)
26. E-mail: olgafil4567@gmail.com
27.Arrival Date:09/07/2017
Departure Date: 15/07/2017.
28.Name:Filippova Olga
29.Dear Sir or Madam,
30. I made a reservation of the room in your hotel via www.hotttel.com
My booking number is: 9877

Ключи к тестовым заданиям
Промежуточная аттестация (зачет) II семестр

Ответы к заданию 1.
1. - F. Study abroad is the optimal way to learn a language.
2. - D. Study abroad provides the opportunity to travel.
3. - G. Study abroad allows you get to know another culture first-hand.
4. - C. Study abroad will help you develop skills and give you experiences a classroom setting will never provide.
5. - A. Study abroad affords you the opportunity to make friends around the world.
6. - J. Study abroad helps you to learn about yourself.
7. - B. Study abroad expands your worldview.
8. – I. Study abroad gives you the opportunity to break out of your academic routine.
9. – H. Study abroad enhances employment opportunities.
10.- E. Study abroad can enhance the value of your degree.

Ответы к заданию 2.	*Ответы к заданию 3.*
11. Let me 12. branch 13. last 14. feel free to ask 15. speak about 16. The aim 17. focus 18. have a look 19. In conclusion 20. to answer	21.- 9. Dear Sir or Madam, 22.-10. I made a reservation of the room in your hotel via www.hotttel.com My booking number is: 9877 23.- 8. Name: Filippova Olga 24. - 6. E-mail: olgafil4567@gmail.com 25. - 7. Arrival Date:09/07/2017Departure Date:15/07/2017 26. - 5. Room type: Two Bedroom Apartment (Non-smoking Preference) 27. - 3. Please check this information and send me the confirmation of my reservation via e-mail. 28. - 4. Please be informed that it will be a late arrival. We would like to check in at 10 p.m. 29. - 1. Thank you for cooperation. 30. - 2. Best regards, Filippova Olga

Промежуточная аттестация – экзамен

III семестр

Содержание задания для рубежного контрольно-проверочного тестирования	Промежуточная аттестация включает задания по всем видам речевой деятельности: аудирование, чтение, говорение и письмо (лексико – грамматический тест). Целью проведения контроля является определение уровня усвоения студентами пройденного материала за 1-3 семестры и определение уровня развития языковых компетенций. В него входят задания по темам блоков 1 - 6.
Требования к выполнению задания	1.В тесте 50 заданий. Задания выполняются в устной и письменной форме. 2. На выполнение студенту дается 2 часа.
Критерии оценки по содержанию и качеству	Пороги оценок (количество правильных ответов) 0-24 – неудовлетворительно, 25 - 30 - удовлетворительно, 31 - 45 – хорошо, свыше 46 - отлично. При выставлении баллов учитываются знания: - основной терминологии по специальности; - основных грамматических явлений, характерных для профессиональной речи.
Методика обработки и форматы представления результатов оценочных	1. При обработке результатов оценочной процедуры используются ключи тестов, содержащие правильные ответы на тестовые задания.

процедур	2. Результаты оценочной процедуры представляются обучающимся в срок не позднее 2х часов после проведения процедуры.

I. Аудирование.
Вопросы 1-20

Listen to the dialogues and give English equivalents: (текст приводится полностью для преподавателя)**:**

Dialogue 1: Discussing a New Contract

Pavlov: Let`s go into the main question of our today`s discussion. I expect you want to discuss our new contract.
Green: That`s right. Have you seen our latest price-list?
Pavlov: Yes, we have. There is only one thing in it our parties can`t agree to. That is the 5% increase in the price.
Green: Well, you must try to see the price from our point of view. Over the past three years metal prices have gone up. Besides because of the new labour contract, we had to increase wages. Therefore we had to increase the price.
Pavlov: Yes, we have taken this into account and yet your prices seem to be high. We have been in business with your company for a long time and we hoped you would offer us better terms.
Green: I suppose if you could accept in the current year we would reduce the price by 2%.
Pavlov: That is fine, thank you very much.
Green: Are you happy with the new terms and conditions of our future contract?
Pavlov: Yes, quite.
Green: Then I think we can start drawing up our contract.

1.Давайте приступим к основному вопросу нашего сегодняшнего обсуждения.
2.Вы видели наш последний прайс-лист?
3.В нем лишь один момент, с которым наши стороны не могут согласиться. Это пятипроцентное увеличение цены.
4.Кроме того, вследствие принятия нового трудового договора мы увеличили заработную плату.
5.Поэтому мы вынуждены были увеличить цену.
6.Мы сотрудничаем с Вашей компанией долгое время
7.Вы предложите нам лучшие условия.
8. Мы снизим цену на 2%.
9. Вы довольны новыми условиями нашего будущего контракта?
10.Тогда, я думаю, мы можем начать составление нашего контракта.

Dialogue 2:

11. Я увидела ваше объявление и хотела бы подобрать тур на конец сентября.
12. Мне нужна путевка на троих.
13. Нам бы хотелось провести хороший и не очень дорогой отпуск.
14. Как насчет поездки в Швейцарию, в горнолыжный курорт в Альпах?
15. Звучит красиво, но лыжи – это не мое.
16. Как долго вы планируете там оставаться?
17. И вы определились окончательно с датами?
18. Давайте посмотрим на лучшие отели Ларнаки в каталоге.

19. Сколько звезд вы хотите?
20. Должно подходить для семьи с ребенком и иметь все необходимые условия.

Good morning! Come in, please, and make yourself comfortable.
- Good morning! I saw your advertisement and I would like to choose a tour for the end of September.
- Yes, we can offer you tours to any country of the world.
- What can you recommend me?
- Are you going by yourself?
- No. I need a trip for three. We are taking our 3-year old baby with us. We'd like to have a good and not very expensive holiday.
- Oh, then I would recommend you to see Paris and Disneyland in September. You can spend unforgettable days there.
- Thank you but we've already been to Paris last year.
- I see. How about going to Switzerland, to a skiing-resort in the Alps? Snow, fresh air, beautiful mountains …
- Mmmm. That sounds quite nice but skiing isn't my cup of tea. Besides, our son is too small for that kind of travelling.
- I agree with you. You'd better go to some warm and exotic place then. How about a tour to Cyprus?
- I think that's the best idea!
- How long are you planning to stay there? And have you finally determined the dates?
- That would be 2 weeks. From the 25th of September till the 9th of October.
- Let's have a look at the best hotels of Larnaka in the catalogue. We need to choose a hotel now. And that's the most important thing, to my mind. How many stars do you want?
- Well, it doesn't matter. It should be nice for the family with a baby and have all necessary conditions.
- Ok. Let me recommend you this 4-star hotel then. It is new, comfortable and located just near the sandy beach. A lot of our customers with children were satisfied with it and its service.
- The pictures are very attractive. I can see a lot of greenery around the hotel and the rooms are spacious, well-equipped and overlooking the Mediterranean sea. Is there a children's club there?
- Yes, there is. There is also childcare and a swimming pool for kids with a slide too.
- Is it expensive? How much does it cost?
- They currently offer a good discount and the room in your case will cost only $50 per night. Breakfast is included.
- That's great! I think we'll take it.
- OK. Then we need to check if there are tickets available for these flights on the days you mentioned.

II. Говорение.
Вопросы 21 - 25.
Make up the dialogues on the following situations:

21. You are at the information desk. Ask where the baggage claim area is and where you can get a baggage cart. Then ask the information about hotels, prices and transfer.
22. One of you is a travel agent in a travel agency. The other is making a call to book a tour.

23. You are arranging a conference. Make an appointment to some day and place and confirm the details. Travel arrangements involve booking tickets for a plane or train, transport to and from the airport, booking accommodation, making appointments and arranging meetings.
24. Discuss the advantages and disadvantages of studying in Russia and abroad.
25. You are the clerk in the U.S. bank. A foreigner comes to the U.S. for the first time. He wants to change his money into the U.S. currency. You should explain everything to him.

III. Чтение.
Вопросы 26 -35.
Read the text and write if the statements are True or False:

26. Traveling is an essential part of any business.
27. Even with new communication technology business people have to travel much.
28. It's not important to establish good face-to-face relations with partners, suppliers and customers.
29. The top priority for business travelers is good organization of their business trip.
30. Travel arrangements involve booking tickets for a plane or train, transport to and from the airport, booking accommodation, making appointments and arranging meetings.
31. The first thing which the secretary should do is to learn about the destination and the exact dates of the trip.
32. The dates and times of all the journey, appointments, meetings and events shouldn't be listened carefully in the itinerary.
33. Most businessmen prefer air travel as it saves time.
34. A package tour which combines air tickets and accommodation is a common practice when making travel arrangements.
35. The secretary should take care of the visas, passports and medical insurance in advance

Arrangements of business trips

Traveling is an essential part of any business. Even with new communication technology business people have to travel much as it's particularly important to establish good face-to-face relations with partners, suppliers and customers.
The top priority for business travelers is good organization of their business trip. Generally, that is the responsibility if a Secretary of a Personal Assistant. Travel arrangements involve booking tickets for a plane or train, transport to and from the airport, booking accommodation, making appointments and arranging meetings.

The first thing which the secretary should do is to learn about the destination and the exact dates of the trip. The dates and times of all the journey, appointments, meetings and events should be listened carefully in the itinerary. She should be aware of the number of people who are going to travel and the budget allowed for the trip so that she could book tickets and hotel accommodation properly. Most businessmen prefer air travel as it saves time. Calling a travel agency and booking a package tour which combines air tickets and accommodation is a common practice when making travel arrangements. The secretary should take care of the visas, passports and medical insurance in advance if travel arrangements are made without the involvement of a travel agency.

IV. Письмо
Вопросы 36 – 50
Choose the correct variant:

36. The place to which someone or something is going
a) desperation
b) destruction
c) destination
37. A way planned or followed from one place to another
a) tour
b) haste
c) route
38."Specialty of the house" means ...
a).the dish offered by this particular restaurant
в) the dish offered today
c) a seasonal dish
39. A complaint is ...
a) expression of satisfaction
в) expression of dissatisfaction
c) expression of disappointment
40. Great difficulties, problems
a) friendship
b) hardships
c) discomforts
41. Cheap accommodation, mainly for young people, with, perhaps, 10 or more people sleeping in bunk beds in one room
a) youth hostel
b) youth hotel
c) camp site
42. Go on a long walk in the countryside
a) to trek
b) to ramble
c) to hump
43. The distance covered and the time spent in going from one place to another
a) tour
b) travel
c) journey
44. A place where you can pitch a tent or park a caravan
a) caravan-site
b) holiday camp
c) resort
45. Accommodation like a hotel but cheaper and fewer services
a) youth hostel
b) quest house
c) holiday camp
46. A long journey by sea or in space
a) cruise
b) travel
c) voyage
47. "I'd love a glass of juice." "_____."
a) So would I
b) So I would
c) I am also
48. I think the taxi driver cheated me!
a) You have to make sure that the taxi driver uses the meter.

b) The best way to get to the airport is by taxi.
c) Sometimes you have to wait a long time for a taxi to come.

49. Is it safe to walk alone around here?
a) Yes, we care about your safety.
b) Safety first!
c) Yes, this is a very safe neighborhood.

50. Hmm... that's a little out of my price range.
a) Will you be paying by cash or credit card?
b) OK. Let's see if we can find you something more affordable.
c) OK. When will you be leaving?

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Второй иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Второй иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в часть, включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре и на 2 курсе в 3 семестре.

Цели и задачи дисциплины- данный курс носит коммуникативно – ориентированный характер и занимает важную позицию в процессе подготовки магистров, а именно, обеспечивает основные навыки и подготовку в области современной коммуникации. Практический характер дисциплины выражается, прежде всего, в его направленности на формирование речевых умений и навыков активного типа. Профессиональная направленность дисциплины реализуется как в широкой базе собственно языковых, лингвострановедческих, стратегических знаний и умений, а также в нацеленности на формирование способности к устной диалогической речи, реализующей цели и задачи профессиональной деятельности.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4	УК-4.1 Составляет, переводит и редактирует профессиональные и академические тексты	Основные лексические, грамматические и фонетические нормы для применения их на практике	Реализовать полученные навыки и развивать их самостоятельно; Находить творческие способы для изучения и освоения нового морфологического и синтаксического материала	Основной терминологией и грамматической базой для развития речевых навыков и их реализации в процессе формирования спонтанной, неподготовленной речи	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		УК-4.2 Использует современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, в профессиональной деятельности, в том числе для представления результатов академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях.	особенности научного и официально-делового стиля стран изучаемого языка речи на грамматическом (морфологическом и синтаксическом) и лексическом уровне (профессиональные клише, профессиональный жаргон, лексика для написания и устного изложения научных исследований)	выбрать подходящий для ситуации лексико-грамматический материал; создавать письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; организовать обсуждение и представлять результаты своей исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участвовать в академических и профессиональных дискуссиях	навыками представления результатов индивидуальной и групповой деятельности и в профессиональной сфере на иностранном языке; навыками применения подходящих коммуникативных технологий для решения профессиональных задач; навыками представлять результаты своей исследовательской	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
					деятельности на иностранном языке	
Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**УК-5**	УК-5.1 Анализирует особенности межкультурного взаимодействия	основы делового этикета стран изучаемого языка; особенности взаимодействия с иностранцами (особенности приветствия, ведения светской беседы, научных и профессиональных дискуссий, особенности деловой переписки)	анализировать ситуацию для успешного построения диалога при помощи основ межкультурной коммуникации; применить полученные лексико-грамматические знания и опыт практических занятий для соблюдения делового этикета в рамках письменной и устной коммуникации; провести светскую беседу с партнером, написать деловое письмо различного типа, выступить с докладом на научно-практической конференции	навыками ведения диалога с представителем другой культуры; навыками деловой переписки с представителем иной культуры на иностранном языке на профессиональную тему; навыками построения речи в научном и научно-публицистическом стиле	
		УК-5.2 Выстраивает профессиональное взаимодействие с учетом межкультурных особенностей сторон	влияние культурно-этнических особенностей стран изучаемого языка на ведение диалога в профессиональной деятельности; роль межкультурной коммуникации (вербальной и	применить полученные знания о важности учета межкультурных особенностей при построении устного и письменного диалога на научную и профессиональную тематику	основами прогнозирования диалога с представителями иной культуры для выстраивания успешной коммуникации; основами речевого этикета в рамках межкультурной коммуникац	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
			невербальной) при ведении дискуссии на профессиональные и научно-профессиональные темы		ии (особенности приветствия и светской беседы в странах изучаемого языка, особенности электронной и традиционной деловой переписки, особенности ведения переговоров по телефону)	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
2 семестр											
Блок 1. Знакомство и представление			8							28	Тестовые задания /50
Блок 2. Мир испанского языка			8							28	Тестовые задания /50
Всего:			**16**							**56**	100
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**										
3 семестр											
Блок 3. Основы деловой коммуникации			8							33	Тестовые задания /50
Блок 4. «Научная деятельность в ВУЗе»			8							32	Тестовые задания /50
Всего:			**16**							**65**	100
Контроль, час	**27**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										
По дисциплине											
Всего:			**32**							**121**	**100*2**
Контроль, час	**27**										**Зачет Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**180**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**5**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Блок 1. Знакомство и представление.

Тема 1. Вводно-фонетический курс. «Знакомство».

Тема 2. «Мой рабочий день».

Тема 3. «Семья и друзья».

Тема 4. «Мое свободное время».

Блок 2. Мир испанского языка.

Тема 5. «Испаноговорящие страны».

Тема 6. «Достопримечательности Испании».

Тема 7. «Шопинг в Испании».

Тема 8. «Мадрид – столица Испании».

Блок 3. Основы деловой коммуникации.

Тема 9. «Деловой разговор».

Тема 10. «Деловая переписка».

Тема 11. «Собеседование при устройстве на работу».

Тема 12. «Деловая командировка».

Блок 4. «Научная деятельность в ВУЗе».

Тема 13. «Образование в России и в Испании».

Тема 14. «Обучение в магистратуре».

Тема 15. «Подготовка и участие в конференциях. Презентации».

Тема 16. «Организация научной работы».

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Демирчян, Л. С. Испанский язык для изучающих туризм и гостиничное дело (B1–B2) : учебник для вузов / Л. С. Демирчян. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 204 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13796-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru*

2. *Антонюк, Е. В. Испанский язык для делового общения : учебник для вузов / Е. В. Антонюк, Е. В. Карпина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 302 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18172-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru*

Дополнительная литература:

Ларионова, М. В. Испанский язык с элементами делового общения для начинающих : учебник и практикум для вузов / М. В. Ларионова, Н. И. Царева, А. .. Гонсалес-Фернандес. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 455 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19549-1. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Роль иностранного языка в профессиональной сфере	https://spravochnick.ru/gosudarstvennoe_i_municipalnoe_upravlenie/rol_inostrannogo_yazyka_v_professionalnoy_sfere/
2	Всероссийская государственная библиотека иностранной литературы им. М.И. Рудомино (ВГБИЛ)	www.libfl.ru

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Тестовые задания	50-9 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 8-5 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 4-0 – менее 50% правильных ответов

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Тестовые задания

Блок1

1. Yo (tomar) un par de bocadillos.
a. he tomado b. ha tomado c. hemos tomado
2. Esta semana (nosotros) (comer) en un restaurante.
a. has comido b. han comido c. hemos comido
3. El camarero nos (dar) una botella de agua mineral.
a. hemos dado b. ha dado c. han dado
4. (Vosotros) (querer) invitar a Carmen a un restaurante.
a. han querido b. habéis querido c. ha querido
5. Voy... la universidad.
a. a b. en c. con
6. Los chicos son ... Austria.
a. de b. con c. sobre
7. Vivimos ... España.
a. en b. de c. sobre
8. Este libro es ... José.
a. de b. con c. en
9. Mañana (hablar, nosotros)... con el profesor.
a. hablamos b. hablaremos c. hablarán
10. El mes que viene (volver, ellos) ... de sus vacaciones.
a. volverán b. han vuelto c. vuelve
11. La semana que viene (escribir, tú) ... a tu abuela.
a. has escrito b. escribirás c. escribo
12. Ellos ... dan los catálogos (a vosotros).
a. os b. nos c. les

13. El _____da el periódico "Hoy" (a ellos).
a. le b. los c. les
14. María no _____contesta (a Ud).
a. le b. los c. les
15. _____escribo una carta (a él).
a. le b. lo c. les
16. El no ... mal todo el día.
a. estuvo b. estuviste c.estuvieron
17. Ayer yo ... comprar aquel traje.
a. quise b. quiero c. quiso
18. (él)
a) aprendió b) aprendiste c) aprendieron
19. (tú)
a) viste b) vimos c) vi
20. Tú también ... muchas compras ayer.
a. haces b. haciste c. hiciste

Блок 2

1. ¿(Trabajar) usted mucho?
a. han trabajado b. ha trabajado c. has trabajado
2. ¿Quién (tener que) pagar la cuenta?
a. ha tenido b. han tenido c. hemos tenido
3. Mercedes (volver) temprano hoy.
a. han vuelto b. habéis vuelto c. ha vuelto
4. ¿Dónde (poner) usted el menú?
a. ha puesto b. habéis puesto c. han puesto
5. Vamos ... el concierto de música clásica.
a. a b. en c. con
6. ¿... dónde venis?
a. en b. de c. sobre
7. ¿Dónde viven Pilar y Paco? Viven ... Madrid.
a. a b. en c. con
8. ¿... dónde van ustedes?
a. sobre b. con c. a
9. El año próximo (estudiar, vosotros) ... en París.
a. estudiaréis b. estudiarán c. estudiará
10. Mis padres (trabajar) ... en Rusia dentro de un mes.
a. trabajas b. trabajarán c. han trabajado
11. Los estudiantes (traducir) ... un artículo en la clase de mañana.
a. han traducido b. traducen c. traducirán
12. El director va a telefonear____ (a ellas).
a. las b. nos c. les
13. El profesor ____saluda (a nosotros).
a. os b. nos c. les
14. Manolo _____compra revistas (a Uds.).
a. os b. nos c. les
15. _____doy un papel (a ella)
a. le b. la c. les
16.Gaudí _____ La Sagrada Familia en Barcelona.
a. construyó b. construí c. construya
17.Camilo José Cela _____ el Premio Nobel en 1989.
a. recibí b. recibió c. recibieron

18.Uds.
a. fui b. fueron c. fue
19.vosotros
a) pusimos b) pusisteis c) pusieron
20. Yo _____muchas compras ayer.
a. hago b. hacé c. hizo

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета во 2 семестре и в форме экзамена в 3 семестре.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-10 баллов Задание 2: 0-10 баллов Задание 3: 0-20 баллов **Суммарное количество баллов по ТКУ и ПА** **«Зачтено»** **-90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная лексика. **-70-89 –** ответ в целом правильный, логически выстроен, однако, имеются незначительные затруднения в использовании профессиональной лексики. **-50-69 –** ответ в основном правильный, однако, незначительно нарушена логика построения ответа, имеются затруднения в использовании профессиональной лексики. **«Не зачтено»** **-Менее 50** – ответ логически выстроен неверно, не используется профессиональная лексика.
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем,	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-10 баллов Задание 2: 0-10 баллов Задание 3: 0-20 баллов **Суммарное количество баллов по ТКУ и ПА** **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная лексика. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, однако, имеются незначительные затруднения в использовании профессиональной лексики. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, однако, незначительно

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	нарушена логика построения ответа, имеются затруднения в использовании профессиональной лексики. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответ логически выстроен неверно, не используется профессиональная лексика.

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задание 1. Соотнесите фразу и перевод
Conecte Usted las palabras en español y en ruso

1. ¿En qué puedo servirle?	a) добро пожаловать в
2. Me gustaría	b) не будете ли вы так любезны?
3. A ver	c) посмотрим
4. Dudo que sea posible	d) -забронировать номер
5. No dudo que es posible-	e) чем могу служить?
6. ¿Sería usted tan amable de...?	f) мне бы хотелось
7. Bienvenido a	g) не сомневаюсь, что это возможно
8. Hacer una reserva	h) сомневаюсь, что будет возможно

Задание 2. Прочитайте текст и ответьте на вопросы (верно – verdadero / неверно – falso).
Lea Usted el texto y diga si es verdadero o falso.

1 María es toledana.
2 Toledo es una ciudad de España.
3 María es abogada.
4 Silvia es la profesora de María.
5 María es morena y Silvia es rubia.
6 Silvia es de Argentina.
7 Buenos Aires es pequeño.
8 Silvia es antipática.

El texto

Hola, soy María Trillo. Soy española de Toledo. Toledo es una ciudad antigua y muy bonita. Soy periodista. Soy alta y morena, simpática y trabajadora. Mi amiga Silvia es abogada y es argentina, de Buenos Aires. Buenos Aires es muy grande y moderna. Silvia es rubia y muy guapa. Es también simpática y agradable. Somos buenas amigas.

Задание 3. Составьте диалог.

Hagan un diálogo.

Situación: Usted conoce a un socio extranjero. Salude. Preséntese Ud. y diga de dónde es. Pregunte por su nombre, nacionalidad, dónde vive.
Despida Ud.

Задание 4. Соотнесите фразу и перевод
Conecte Usted las palabras en español y en ruso

1. Buenos días	a) Как дела?
2. Buenas tardes	b) Большое спасибо
3. Buenas noches	c) Привет
4. Hola	d) Как Вы поживаете?
5. Hasta luego	e) Мне очень жаль
6. Muchas gracias	f) Добрый день/вечер
7. Por favor	g) До свидания
8. Lo siento	h) Доброй ночи
9. ¿Qué tal?	i) Пожалуйста
10. ¿Cómo está Usted?	j) Доброе утро

Задание 5. Прочитайте текст и вставьте подходящую фразу.
Encuentre Usted las frases adecuadas

Buenos días, señora, ¿para ir al Museo de Arte Abstracto?
1_____
¿Quieres andar 15 minutos o prefieres ir en autobús?
2 _____
¿Ves aquella calle que sube?
3_____
Pues aquella calle sube hasta la Plaza Mayor. La plaza es muy antigua. Bueno, al llegar a la plaza tienes que bajar por la calle que rodea a la catedral. ¿De acuerdo?
4._____
Sí, entonces… Te encuentras una plaza. A un lado están las Casas Colgadas y allí está el Museo de Arte Abstracto.
5._____
De nada.

a. Muchísimas gracias, señora.
b. Sí.
c. Está un poco lejos, pero el camino es muy bonito.
d. Prefiero andar; hace un día muy bueno.
e. Sí, vale. Sigo esta calle hasta la plaza, después bajo por la calle que rodea a la Catedral…

Задание 6. Соотнесите фразу и перевод
Conecte Usted las palabras en español y en ruso

1. У вас есть свободные комнаты?	a) **¿Cuánto cuesta la pensión completa?**
2. Есть ли что-нибудь подешевле?	b) **¿Quedan habitaciones libres?**
3. Можно, я посмотрю комнату?	c) **¿Van a pagar ahora o en el momento de marchar?**
4. Мне не нравится эта комната.	d) **Quiero una habitación doble**

	para tres noches.
5. Вы можете порекомендовать мне другие отели?	e) **¿Qué tipo de habitación les interesa?**
6. Я бы хотел номер на двоих на три ночи.	f) **¿Hay algo más barato?**
7. Сколько стоит за сутки?	g) **¿Cuál es el precio por día?**
8. Сколько стоит полный пансион?	h) **¿Me permite ver el cuarto?**
9. Какой номер вас интересует?	i) **¿Puede proponerme otros hoteles?**
10. Платить будете сейчас или при выезде?	j) **No me gusta esta habitación.**

Задание 7. Соотнесите фразу и перевод
Conecte Usted las palabras en español y en ruso

1. viajar	a) - экскурсия
2. salir de viaje	b) – морское путешествие, круиз
3. recorrer el país	c) - курорт
4. ir de camping / acampar	d) – путешествовать по стране
5. hacer turismo	e) – высшее образование
6. turista	f) - образование
7. crucero	g) - располагаться лагерем
8. balneario	h) – совершать турпоездку
9. excursion	i) – уехать в путешествие
10. caminata	j) - Высшие школы
11. educación	k) – турист
12. educación superior	l) - длинная прогулка пешком
13. escuelas superiores	m) – путешествовать

Задание 8. Прочитайте текст и ответьте на вопросы.
Lea el texto y responda las preguntas.

Hola, os presento a mi amigo. Se llama Claudio. Es un chaval alegre y bueno. Nos conocemos desde hace tres años. Es de Sevilla, el padre de Claudio es español y la madre es italiana. Yo creo que es bastante guapo. Ahora Claudio vive en Rusia en Moscú. Es que trabaja en una empresa importante. Además es estudiante de la Universidad, estudia idiomas. Habla el inglés bastante bien, pero todavía no habla ruso. Claudio y yo compartimos piso en el centro de Moscú. Hablamos ruso en casa (y es muy divertido para mí y muy difícil para él), pero cuando él está cansado o triste, hablamos español. Cuando estudiamos (yo también estudio idiomas en la Universidad) comemos en la cafetería de la Universidad. ¿Qué hacemos cuando no trabajamos o estudiamos?
Pues, descansamos, leemos libros o escuchamos música. Ahora Claudio está tumbado en el sofá y lee un libro, yo estoy sentada en la mesa y escribo este texto.

1. ¿Cómo se llama el amigo?
2. ¿De dónde es el amigo?
3. ¿Dónde vive Claudio ahora?
4. ¿Dónde trabaja Claudio?
5. ¿Qué idioma hablan los amigos en casa?
6. ¿Qué hacen cuando no trabajan o estudian?

Задание 9. Заполните пропуски глаголом в форме настоящего времени изъявительного наклонения.
Complete con la forme correcta del presente

1. Yo …….español. (ESTUDIAR)
2. Ellos …….todos los días. (BAILAR)
3. Nosotros……..una carta. (RECIBIR)
4. Tú…….a las ocho. (DESAYUNAR)
5. Ustedes…….mucha agua. (BEBER)
6. Ella……..poca ropa. (USAR)
7. Él……por el parque todas las mañanas. (PASEAR)
8. Yo……..estudiar para el examen. (DEBER)

Задание 10. Заполните пропуски ir a + infinitive (с глаголом из скобок).
Complete con "ir a + infinitive" (con verbos entre paréntesis).

1. Hoy no trabajo y _____ (descansar).
2. Estamos en Barcelona y ..... (visitar) la Sagrada Familia.
3. Tenéis hambre y ..... (comer) un sándwich.
4. Necesito dinero y ..... (vender) mi casa de campo.
5. Quieren vivir en el extranjero y ..... (comprar) una casa en Marbella.
6. Después de cenar mis padres..... (ver) una película.
7. Este año Luisa..... (hacer) un máster en Inglaterra.

Задание 11. Заполните пропуски подходящими по смыслу фразами.
Encuentre Usted las frases adecuadas

a. Muchísimas gracias, señora.
b. Sí.
c. Está un poco lejos, pero el camino es muy bonito.
d. Prefiero andar; hace un día muy bueno.
e. Sí, vale. Sigo esta calle hasta la plaza, después bajo por la calle que rodea a la Catedral…

Buenos días, señora, ¿para ir al Museo de Arte Abstracto?
1_____
¿Quieres andar 15 minutos o prefieres ir en autobús?
2 _____
¿Ves aquella calle que sube?
3_____
Pues aquella calle sube hasta la Plaza Mayor. La plaza es muy antigua. Bueno, al llegar a la plaza tienes que bajar por la calle que rodea a la catedral. ¿De acuerdo?
4._____
Sí, entonces… Te encuentras una plaza. A un lado están las Casas Colgadas y allí está el Museo de Arte Abstracto.
5._____
De nada.

Задание 12. Соотнесите слово и перевод
Conecte Usted las palabras en español y en ruso

a) Имя	1 Nacionalidad
b) Фамилия	2 Nombre
c) Возраст	3 Dirección
d) Дата рождения	4 Apellido

e) Адрес	5 Fecha de nacimiento
f) Национальность	6 Número de teléfono
g) Номер телефона	7 Edad

Задание 13. Соотнесите фразу и перевод
Conecte Usted las palabras en español y en ruso

1. Где находится театр?	a) ¿Qué lugares de interes hay por aquí?
2. Когда открывается музей?	b) ¿Qué excursiones ofrecen?
3. Где можно купить билеты?	c) ¿Dónde está el teatro?
4. Сколько стоят билеты?	d) Donde es posible comprar entradas?
5. Какие предлагаются экскурсии?	e) Cuanto valen las entradas?
6. Какие достопримечательности здесь есть?	f) ¿Dónde puedo comprar el mapa de la ciudad?
7. Где я могу купить план города?	g) Cuando se abre el museo?

УК-5.2. Выстраивает профессиональное взаимодействие с учетом межкультурных особенностей сторон

Задание 14. Соотнесите вопрос и ответ
Conecte Usted las preguntas y las respuestas

1. ¿Cómo se llama?	a) rico@gmail. com
2. ¿Cuál es su estado civil?	b) Es el 17/09.
3. ¿Cuál es su edad?	c) Empleado.
4. ¿Cuándo es su cumpleaños?	d) De Valencia.
5. ¿Qué idiomas habla?	e) 944785741.
6. ¿Cuál es su número de teléfono?	f) Español e inglés.
7. ¿Cuál es su correo electrónico?	g) Marcos Blanco.
8. ¿A qué se dedica?	h) 30 años.
9. ¿Dónde vive?	i) Soltero.
10. De dónde es?	j) En la calle Santa Eulalia, 10.

Задание 15. Заполните пропуски подходящими по смыслу фразами.
Encuentre Usted las frases adecuadas

// — helenherberg todo junto y sin mayúsculas, arroba (@) gmail punto (.) com. //
// — Sí, el móvil. Es el 655 092 138. // — Hache, e, ere, be, e, ere, ge // — Herberg. //
// — No lo sé. // — Sí, claro. // — En Madrid, en la calle San Ignacio, 3. // — No. //
//— Muy bien, hasta mañana.//

— Helen, necesito tus datos. ¿Tienes cinco minutos?
_____
— A ver, ¿cuál es tu apellido?
_____
— ¿Erber? No? ¿cómo se deletrea?
_____
— Ah, vale. Y ¿dónde vives ahora?
_____
— ¿El código postal?
_____
— No te preocupes, no es muy necesario. ¿Tienes un número de teléfono?

_____

— Muy bien, y no tienes teléfono fijo ¿verdad?

_____

— ¿Cuál es tu dirección de correo?

_____

— Perfecto, Helen. Muchas gracias. Ya tengo todos tus datos. Las clases empiezan mañana a las 10 de la mañana.

_____

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Сервис-дизайн туристских территорий»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Сервис-дизайн туристских территорий» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в часть, включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре.

Цели и задачи дисциплины - содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием и развитием научных представлений о сервисной экономике и вызовах, которые она формирует в практике проектной и управленческой деятельности предприятий и организаций индустрии туризма и гостеприимства.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**УК-5**	УК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач	принципы создания недискриминационной среды пребывания и обслуживания иностранных туристов с учётом их национальных и религиозных особенностей	обеспечить создание недискриминационной сервисной среды взаимодействия с иностранных туристов с учётом их национальных и религиозных особенностей	навыками формирования и регламентирования недискриминационной сервисной среды взаимодействия с иностранных туристов с учётом их национальных и религиозных особенностей	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
Способен научно обосновывать и проектировать туристские аттракции, зоны, комплексы, кластеры, территории и другие объекты	**ПК-2**	ПК-2.1. Научно обосновывает проекты туристских аттракций, зон, комплексов, кластеров, территорий и других объектов	Принципы и методологию сервис-дизайна в туризме	Анализировать потребности гостей и жителей туристских территорий с применением инструментария и методологии сервис-дизайна; определять ключевые параметры сервисной среды туристских территорий	Навыками применения аналитического инструментария и методологии сервис-дизайна для определения ключевых параметров сервисной среды туристских территорий	
		ПК-2.2. Проектирует туристские аттракции, зоны, комплексы, кластеры, территории и другие объекты с учетом	Особенности сервис-дизайна туристских территорий	Применять проектный инструментарий сервис-дизайна в целях проектирования сервисной среды туристских	Навыками проектирования сервисной среды туристских территорий на основе принципов сервис-	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
		современных технологий и туристских новаций		территорий	дизайна	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Раздел 1 Организация сервисной среды туристской территории	2		2							32	Тестовые задания /25
Раздел 2 Формирование сервисной среды туристской территории	2		2							32	Тестовые задания /25
Раздел 3 Управление сервисной средой туристских территорий	2		2							32	Тестовые задания /25
Раздел 4 Разработка программы сервисного аудита	2		2							32	Тестовые задания /25
Всего:	**8**		**8**							**128**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина включает четыре раздела. Первый раздел «Организация сервисной среды туристской территории» посвящен ознакомлению обучающихся с теоретическими положениями сервисной экономики, предпосылками и следствиями ее развития в туристской индустрии. Второй раздел «Формирование сервисной среды туристской территории» позволяет изучить понятие «туристская территория», состав сервисной среды подходами к ее организации, концептуальные идеи для развития территории и дифференцированные потребности туристов, в том числе у иностранных туристов, а также критерии формирования комфортного пребывания с высоким уровнем оказания услуг. Третий раздел «Управление сервисной средой туристских территорий» посвящен изучению практических подходов к управлению сервисной средой туристской территории. В процессе изучения этого раздела отрабатываются навыки, и формируется способность разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие современным требованиям развития туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании. В четвертом разделе «Разработка программы сервисного аудита» изучаются аспекты организации сервисного аудита для предприятий индустрии гостеприимства и оценка экономического потенциала развития туристских территорий.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Джанджугазова, Е. А.* Маркетинг туристских территорий : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21280-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Королева, О. В.* Брендинг туристских территорий : учебник для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

1. Туристское страноведение. Турция. Ближний Восток. Северная Африка : учебник для вузов / Ю. Л. Кужель, М. В. Иванова, Л. А. Полынова, Л. В. Сазонкина ; под научной редакцией Ю. Л. Кужеля. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11616-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Научный журнал «Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса»	https://vestnik.rgutspubl.org/index.php/1
2	Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»	https://национальныепроекты.рф/projects/turizm

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Тестовые задания	25-9 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 8-5 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 4-0 – менее 50% правильных ответов

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

1. Какой элемент не относится к числу основных составляющих сервисной среды современных туристских территорий:

1) навигация;
2) бытовые удобства;
3) общественное питание;
4) детские развивающие центры.

2. Сервисная деятельность – это:

1) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
2) управление предприятием сферы услуг;
3) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

3. В число основных условий проектирования сервисной среды туристских территорий в первую очередь включают:

1) совершенствование разного рода технологий: управленческих, организационных и др.;
2) ориентир на потребителя, изучение его потребностей и вкусов;
3) совершенствование типов управления, умножение разновидностей управления сервисными предприятиями.

4. Сервисная трансформация это:

1) внедрение аутсорсинга;
2) синтез гуманизированной науки с реальными результатами жизнеобеспечения;
3) устранение противоречия между технократизмом и гуманизмом;
4) переход от сервисного сопровождения продукта к формированию управляемой сервисной среде продукта.

5. Этап процесса создания и разработки туристского продукта, включающий оценку рынка, анализ спроса, планирование доходов и анализ затрат ....

1) создание концепции обслуживания потребителей
2) анализ возможностей производства и сбыта услуг
3) утверждение проекта сервисной среды
4) тестирование концепции обслуживания потребителей

6. Этап процесса проектирования сервисной среды туристских территорий, где используют принципы "Формулировка целей и генерирования идей" – это стадия ...

1) тестирования сервисной среды
2) стратегического планирования развития сервисной среды
3) освоения рынка
4) разработки сервисной среды

7. Функциональная диверсификация в туристской деятельности – это требование соответствия гостиничного продукта:

1) атмосфере его использования потребителем;
2) духовной индивидуальности потребителя;
3) физической индивидуальности потребителя;
4) текущей моде;
5) представлениям потребителя о его социальном статусе.

8. Ситуационная диверсификация в туристской деятельности – это требование соответствия гостиничного продукта:

1) текущей моде;
2) физической индивидуальности потребителя;
3) духовной индивидуальности потребителя;
4) атмосфере его использования потребителем;
5) представлениям потребителя о его социальном статусе.

9. Какой из методов не используется для разработки и анализа процесса туристского обслуживания:

1) диаграммное проектирование;
2) точки соприкосновения;
3) потребительский сценарий;
4) программное моделирование;
5) реинжиниринг.

10. Каким недостатком отличается метод диаграммного проектирования процесса туристского обслуживания:

1) чрезмерный акцент на невидимую часть процесса производства услуги;
2) его применение требует значительных временных затрат;
3) предполагается использование специализированных программных пакетов;
4) обязательно требуется значительный опыт работы.

11. Точка соприкосновения это:

1) процесс взаимодействия между персоналом турфирмы и потребителями в момент производства и потребления услуг;

2) процесс взаимодействия между персоналом турфирмы и потребителями в момент оплаты услуги;

3) процесс взаимодействия между персоналом турфирмы и потребителями в момент потребления услуги.

12. Укажите преимущества использования метода потребительского сценария при проектировании процесса туристского обслуживания:

1) эффективная интеграция невидимой части услуги;

2) в процессе составления такого протокола возможно выявить сильные и слабые аспекты существующего процесса обслуживания;

3) тест на практичность и эффективность отдельных этапов и задач процесса обслуживания;

4) возможность начала проектирования обслуживания с «чистого листа».

13. Современные информационные технологии в формировании клиентурных отношений являются:

1) сдерживающим фактором;
2) позитивным фактором;
3) угрозами;
4) возможностями.

14. Какой подход к разработке туристского проекта в отношении сервисной среды проектируемого объекта используется инвестором, не специализирующемся в туризме:

1) типовое проектирование
2) индивидуальное проектирование
3) аутсорсинг
4) нормативное проектирование

15. Какой подход к разработке туристского проекта в отношении сервисной среды проектируемого объекта используется при формировании нового несетевого туристского объекта:

5) типовое проектирование
6) индивидуальное проектирование
7) прототипирование
8) нормативное проектирование

16. Какой подход к разработке туристского проекта в отношении сервисной среды проектируемого объекта используется при формировании сети туристских объектов:

9) типовое проектирование
10) индивидуальное проектирование
11) аутсорсинг
12) нормативное проектирование

17. Укажите корректное определение кастомизации:

1) формирование уникальной потребительской практики;

2) индивидуализация сервиса;

3) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности;

4) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.

18. Укажите правильное определение индивидуализации:

1) формирование уникальной потребительской практики;

2) индивидуализация сервиса;

3) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности;

4) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.

19. К методам планирования деятельности туристских комплексов и компаний, обслуживания потребителей не относят:

1) технико-экономическое обоснование;

2) бизнес-планирование;

3) аналогичное планирование;

4) оперативное планирование.

20. Выберите правильное определение аутентичности:

1) стремление потребителей приобретать настоящие, подлинные продукты, отражающие их мировоззрение;

2) индивидуализация сервиса;

3) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности;

4) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.

21. Установите соответствие видов персонализации турпродукта:

1) Экспертная	1. выбор внешних атрибутов
2) Модульная	2. возможность выбора клиентом необходимой комплектации из предложенных компанией возможностей (элементов или опций)
3) На уровне внешнего вида	3. продукт создается «под каждого клиента»

22. Установите соответствие уровня турпродукта и вида персонализации:

1) Ядро продукта	1. Персонализация на уровне сопровождения
2) Дополнительный продукт	2. Персонализация на уровне обслуживания
3) Расширенный продукт	3. Персонализация на уровне внешнего вида
4) Потенциальный продукт	4. Экспертная и модульная персонализация

23. Проектирование сервисной среды туристских территорий с помощью достижений НТП отражает его роль по:

1) углублению и расширению ассортимента;

2) развитию процесса индивидуализации потребностей, обусловливающую технологические новации, позволяющие персонифицировать продукт и предлагать потребителю участвовать в производстве и продаже нужного товара;

3) созданию возможности разрабатывать новые технологии торговли, которые привносят многообразие в потребительские практики;

4) созданию гибкого, многофункционального оборудования, возможности которого способствуют и во многом обеспечивают развитие индивидуализированного спроса.

24. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:

1) ателье;

2) контактная зона;

3) зал ожидания;

4) комната для посетителей.

25. Сервисный аудит это:
1) контроль сервисной деятельности;
2) вид финансового аудита;
3) вид маркетингового аудита;
4) проводимый независимым специалистом (ами) процесс доказательства соответствия фактической сервисной деятельности сервисным стандартам/предлагаемому сервису.

26. Какие виды среды сервиса значимы для сервисного аудита:
1) физическая и нематериальная
2) внешняя и внутренняя
3) материальная и нематериальная
4) физическая и ментальная

27. В сервисном аудите процессы сервисной деятельности определяются и группируются:
1) по стадиями жизненного цикла продукта;
2) по сервисной среде;
3) по услугам;
4) по видам обслуживания.

28. Из каких элементов состоит сервисный аудит:
1) комплекс правил проведения сервисного аудита;
2) комплекс правил персонализации продукта;
3) мотивация линейного персонала;
4) комплекс сервисных стандартов.

29. Установите соответствие этапов сервисного аудита:

1) 1 этап	1. Определение программы сервисного аудита
2) 2 этап	2. Выбор предмета сервисного аудита
3) 3 этап	3. Определение объекта сервисного аудита

30. Появлений новых технологий и форматов сбыта туристских услуг с помощью НТП отражает его роль по:
1) углублению и расширению ассортимента;
2) развитию процесса индивидуализации потребностей, обусловливающую технологические новации, позволяющие персонифицировать продукт и предлагать потребителю участвовать в производстве и продаже нужного товара;
3) созданию возможности разрабатывать новые технологии торговли, которые привносят многообразие в потребительские практики;
4) созданию гибкого, многофункционального оборудования, возможности которого способствуют и во многом обеспечивают развитие индивидуализированного спроса.

31. Разработка нового оборудования с помощью НТП отражает его роль по:
1) углублению и расширению ассортимента;
2) развитию процесса индивидуализации потребностей, обусловливающую технологические новации, позволяющие персонифицировать продукт и предлагать потребителю участвовать в производстве и продаже нужного товара;

3) созданию возможности разрабатывать новые технологии торговли, которые привносят многообразие в потребительские практики;

4) созданию гибкого, многофункционального оборудования, возможности которого способствуют и во многом обеспечивают развитие индивидуализированного спроса.

32. Какие методы анализа не используют при разработке проекта туристских территорий:

1) ситуационный анализ;
2) факторный анализ;
3) индексный анализ;
4) морфологический анализ.

33. В основе использования метода и синтеза элементов сервисной среды заложен:

1) процесс соединения или объединения ранее разрозненных вещей или понятий в целое или набор;
2) логический переход от общего к частному;
3) логический переход от частного к общему;
4) метод исследования, характеризующийся выделением и изучением отдельных частей объектов исследования.

34. В основе использования метода анализа состояния сервисной среды заложен:

1) процесс соединения или объединения ранее разрозненных вещей или понятий в целое или набор;
2) логический переход от общего к частному;
3) логический переход от частного к общему;
4) выделение и изучение отдельных частей объектов исследования.

35. Какой из методов анализа не относится к качественным:

1) сценарий;
2) экспертных оценок;
3) морфологических оценок;
4) регрессионный анализ.

36. Какой фактор влияет на качество обслуживания на туристских территориях косвенным образом:

1) материально-техническая база;
2) технология обслуживания;
3) рынок труда;
4) управление качеством обслуживания.

37. На какой уровне не происходит формирование клиентурных отношений:

1) когнитивном;
2) функциональном;
3) прагматическом;
4) техническом.

38. Что из нижеперечисленного не является элементом технической документации туристского проекта:

1) картографическая, инженерная, геологическая, топографическая, геодезическая, почвенная и гидрологическую документация;

2) паспорта объектов туристской индустрии;

3) инструкции о правилах использования оборудования, туристского снаряжения, других технических изделий, каталоги фирм, рекламные чертежи и рисунки и т. д.;

4) технологические карты.

40. Что из нижеперечисленного не является элементом технологической документации туристского проекта:

1) технологическая карта;
2) технологическая инструкция;
3) стандарт работы персонала;
4) паспорт объекта туристской индустрии.

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Краткая характеристика оценочного средства	**Критерии оценки, балл**
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета.	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **«Зачтено»** **– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Тесты

1. Какой элемент не относится к числу основных составляющих сервисной среды современных туристских территорий:

1) навигация;
2) бытовые удобства;
3) общественное питание;
4) детские развивающие центры.

2. В число основных условий проектирования сервисной среды туристских территорий в первую очередь включают:

1) совершенствование разного рода технологий: управленческих, организационных и др.;
2) ориентир на потребителя, изучение его потребностей и вкусов;
3) совершенствование типов управления, умножение разновидностей управления сервисными предприятиями.

3. Этап процесса проектирования сервисной среды туристских территорий, где используют принципы "Формулировка целей и генерирования идей" – это стадия ...

1) тестирования сервисной среды
2) стратегического планирования развития сервисной среды
3) освоения рынка
4) разработки сервисной среды

4. Какой из методов не используется для проектирования процесса туристского обслуживания:

1) диаграммное проектирование;
2) точки соприкосновения;
3) потребительский сценарий;
4) программное моделирование;
5) реинжиниринг.

5. Каким недостатком отличается метод диаграммного проектирования процесса туристского обслуживания:

1) чрезмерный акцент на невидимую часть процесса производства услуги;
2) его применение требует значительных временных затрат;
3) предполагается использование специализированных программных пакетов;
4) обязательно требуется значительный опыт работы.

6. Укажите преимущества использования метода потребительского сценария при проектировании процесса туристского обслуживания:

1) эффективная интеграция невидимой части услуги;
2) в процессе составления такого протокола возможно выявить сильные и слабые аспекты существующего процесса обслуживания;
3) тест на практичность и эффективность отдельных этапов и задач процесса обслуживания;
4) возможность начала проектирования обслуживания с «чистого листа».

7. Какой подход к разработке туристского проекта в отношении сервисной среды проектируемого объекта используется инвестором, не специализирующемся в туризме:

1) типовое проектирование
2) индивидуальное проектирование
3) аутсорсинг
4) нормативное проектирование

8. Какой подход к разработке туристского проекта в отношении сервисной среды проектируемого объекта используется при формировании нового несетевого туристского объекта:

1) типовое проектирование
2) индивидуальное проектирование
3) прототипирование
4) нормативное проектирование

9. Какой подход к разработке туристского проекта в отношении сервисной среды проектируемого объекта используется при формировании сети туристских объектов:

1) типовое проектирование
2) индивидуальное проектирование
3) аутсорсинг
4) нормативное проектирование

10. К методам планирования деятельности туристских комплексов и компаний, обслуживания потребителей не относят:

1) технико-экономическое обоснование;
2) бизнес-планирование;
3) аналогичное планирование;
4) оперативное планирование.

11. Проектирование сервисной среды туристских территорий с помощью достижений НТП отражает его роль по:

1) углублению и расширению ассортимента;
2) развитию процесса индивидуализации потребностей, обусловливающую технологические новации, позволяющие персонифицировать продукт и предлагать потребителю участвовать в производстве и продаже нужного товара;
3) созданию возможности разрабатывать новые технологии торговли, которые привносят многообразие в потребительские практики;
4) созданию гибкого, многофункционального оборудования, возможности которого способствуют и во многом обеспечивают развитие индивидуализированного спроса.

12. Сервисный аудит это:

1) контроль сервисной деятельности;
2) вид финансового аудита;
3) вид маркетингового аудита;
4) проводимый независимым специалистом (ами) процесс доказательства соответствия фактической сервисной деятельности сервисным стандартам/предлагаемому сервису.

13. Появлений новых технологий и форматов сбыта туристских услуг с помощью НТП отражает его роль по:

1) углублению и расширению ассортимента;

2) развитию процесса индивидуализации потребностей, обусловливающую технологические новации, позволяющие персонифицировать продукт и предлагать потребителю участвовать в производстве и продаже нужного товара;

3) созданию возможности разрабатывать новые технологии торговли, которые привносят многообразие в потребительские практики;

4) созданию гибкого, многофункционального оборудования, возможности которого способствуют и во многом обеспечивают развитие индивидуализированного спроса.

14. Разработка нового оборудования с помощью НТП отражает его роль по:

1) углублению и расширению ассортимента;

2) развитию процесса индивидуализации потребностей, обусловливающую технологические новации, позволяющие персонифицировать продукт и предлагать потребителю участвовать в производстве и продаже нужного товара;

3) созданию возможности разрабатывать новые технологии торговли, которые привносят многообразие в потребительские практики;

4) созданию гибкого, многофункционального оборудования, возможности которого способствуют и во многом обеспечивают развитие индивидуализированного спроса.

15. Какие методы анализа не используют при разработке проекта туристской территории:

1) ситуационный анализ;
2) факторный анализ;
3) индексный анализ;
4) морфологический анализ.

16. В основе использования метода и синтеза элементов сервисной среды заложен:

1) процесс соединения или объединения ранее разрозненных вещей или понятий в целое или набор;
2) логический переход от общего к частному;
3) логический переход от частного к общему;
4) метод исследования, характеризующийся выделением и изучением отдельных частей объектов исследования.

17. В основе использования метода анализа состояния сервисной среды заложен:

1) процесс соединения или объединения ранее разрозненных вещей или понятий в целое или набор;
2) логический переход от общего к частному;
3) логический переход от частного к общему;
4) выделение и изучение отдельных частей объектов исследования.

18. Какой из видов планов является обязательным для представления проекта туристского кластера для ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма»:

1) оперативный план;
2) бизнес-план;
3) сводный план;

4) стратегический план.

19. Что из нижеперечисленного не является элементом технической документации туристского проекта:

1) картографическая, инженерная, геологическая, топографическая, геодезическая, почвенная и гидрологическую документация;

2) паспорта объектов туристской индустрии;

3) инструкции о правилах использования оборудования, туристского снаряжения, других технических изделий, каталоги фирм, рекламные чертежи и рисунки и т. д.;

4) технологические карты.

20. Что из нижеперечисленного не является элементом технологической документации туристского проекта:

1) технологическая карта;

2) технологическая инструкция;

3) стандарт работы персонала;

4) паспорт объекта туристской индустрии.

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Брендирование туристских территорий»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Брендирование туристских территорий» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в часть, включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре.

Цели и задачи дисциплины - дисциплина охватывает круг вопросов, связанных с формированием и развитием научных представлений о сервисной экономике и вызовах, которые она формирует в практике проектной и управленческой деятельности предприятий и организаций индустрии туризма и гостеприимства.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**УК-5**	УК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач	принципы организации бренд-пространства с учетом межкультурного взаимодействия организовать бренд-пространства с учетом межкультурного взаимодействия навыком организации бренд-пространства с учетом межкультурного взаимодействия	организовывать бренд-пространства с учетом межкультурного взаимодействия	навыком организации бренд-пространства с учетом межкультурного взаимодействия	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
Способен научно обосновывать и проектировать туристские аттракции, зоны, комплексы, кластеры, территории и другие объекты	**ПК-2**	ПК-2.1. Научно обосновывает проекты туристских аттракций, зон, комплексов, кластеров, территорий и других объектов	Основные элементы и методы разработки успешного бренда современных туристских территорий	Выбирать подходы и методы проектирования бренда туристских территорий с учетом мнения жителей и потенциальных туристов	Навыками исследования и оценки потенциальной успешности бренда современных туристских территорий	
		ПК-2.2. Проектирует туристские аттракции, зоны, комплексы, кластеры, территории и другие объекты с учетом современных технологий и туристских новаций	Методологию проектирования территориальных туристских брендов	Проектировать концепт бренда туристской территории	навыками проектирования концепта бренда туристской территории	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Раздел 1 Теоретические и методологические основы брендинга территорий	2		2							32	Тестовые задания /50
Раздел 2 Бренд туристской территории	2		2							32	Тестовые задания /50
Всего:	**8**		**8**							**128**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием и развитием научных представлений о сервисной экономике и вызовах, которые она формирует в практике проектной и управленческой деятельности предприятий и организаций индустрии туризма и гостеприимства. Дисциплина включает два раздела. Первый раздел «Теоретические и методологические основы брендинга территорий» посвящен ознакомлению обучающихся с основными понятия брендинга территорий, историей возникновения брендинга территорий, соотношению маркетинга и брендинга территорий. Второй раздел «Бренд туристской территории» посвящен изучению практических подходов формированию, продвижению и развитию бренда туристской территории.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Королева, О. В.* Брендинг туристских территорий : учебник для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Логунцова, И. В.* Маркетинг территорий : учебник для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 160 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18653-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

Туристское страноведение. Центральная и Южная Америка : учебник для вузов / под научной редакцией Ю. Л. Кужеля. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11614-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Профессиональная база социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ)	https://bd.wciom.ru/
2	Профессиональная база данных «Федеральная служба государственной статистики»	https://rosstat.gov.ru/

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к

сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Тестовые задания	50-9 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 8-5 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 4-0 – менее 50% правильных ответов

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Тесты

1. Территориальный бренд как фактор регионального управления:
   а) ведет к усилению конкуренции в регионе;
   б) ведет к успешному социально-экономическому развитию территории;
   в) ведет к минимальному использованию туристского потенциала региона;
   г) ведет к налаживанию международных отношений.
2. С позиций институционализма территориальный бренд — это:
   а) институт, определяющий качество бизнес-процессов региона;
   б) статистический и прогнозный инструмент;
   в) участник конкурентной территориальной рыночной среды;
   г) атрибут нерегулируемого регионального рынка.
3. Следствием ассиметрии распространения рыночной информации является:
   а) высококонкурентная среда;
   б) монополизм производителей;
   в) высокая продуктивность рынка;
   г) дезорганизация рынка.
4. Брендовые программы, разрабатываемые российскими территориями, базируются:
   а) на природных достопримечательностях;
   б) проектах экономического и градостроительного развития территорий;
   в) базе брендовых исследований;
   г) проблемах инвестиционной среды территории.
5. Чаще всего авторами создания программ продвижения территорий являются:
   а) инвесторы;
   б) федеральные органы власти;
   в) руководство территорий;
   г) инициативные группы.
6. Отдельная территориальная единица, основанная на общности природных, культурных и историко-архитектурных ресурсов, объединенная общей туристской инфраструктурой и воспринимаемая в качестве целостного объекта:

а. дестинация
б. туристский регион
в. курортная местность
г. туристско-рекреационная зона

7. Устойчивое направление туристских путешествий, туристско-рекреационная территория:
а. дестинация
б. курортная местность
в. туристский регион
г. брендовый маршрут
8. Бренд территорий – это:
а. эффективное продвижение и использование конкурентных преимуществ территории
б. планирование и развитие конкурентоспособности территории
в. формирование программы доходов территорий от туризма
г. согласованное планирование работы субъектов и инфраструктуры территории
9. Стратегия, направленная на достижение преимуществ территории за счет повышения известности гуманизирующих культурных ценностей, событий:
а. бренд инфраструктуры
б. бренд привлекательности
в. бренд социальных общностей
г. бренд территории
10. Совокупность туристских ресурсов и развитая туристская инфраструктура, определяющие привлекательность данной местности для туристов и рекреантов
а. потенциал
б. бренд
в. туристский продукт
г. кластер
11. Совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, готовых для создания туристского продукта:
а. объекты туристского интереса
б. инфраструктура туризма
в. элементарные рекреационные занятия
г. туристские ресурсы
12. Предпосылки развития туризма в регионе:
а. реализация региональных программ развития туризма
б. наличие культурно-исторических достопримечательностей
в. повышение платежеспособности населения
г. проведение научных исследований по туристскому районированию
13. Современные тенденции в туризме:
а. путешествия становятся короче по времени, но дальше по расстоянию
б. предложения «все включено» преобладают
в. событийные туры обладают потенциалом к быстрой коммерциализации
г. растут продажи пляжных туров
14. В прогнозировании развития туризма территории применяется:
а. сценарный подход
б. каскадный метод
в. социальные технологии
г. ретроспективный подход

15. Сконцентрированная по географическому признаку группа взаимосвязанных предприятий, специализированных поставщиков услуг, а также связанных с их деятельностью некоммерческих организаций и учреждений, конкурирующих, но вместе с тем и взаимодополняющих друг друга:
    а. кластер
    б. туристский центр
    в. туристский продукт
    г. кадастр
16. Баланс турпотоков в региональном туризме – это:
    а. соотношение числа внутренних и международных поездок туристов;
    б. соотношение числа туристов въехавших и выехавших из региона;
    в. соотношение объема денежных средств, потраченных туристами в регионе и вывезенных из региона;
    г. соотношение числа туристов, посетивших регион в зимний и летний период.
17. Вариативное моделирование программ отдыха и обслуживающих их систем с учетом требований рекреации:
    а. туристское проектирование
    б. туристское районирование
    в. санаторно-курортная деятельность
    г. коммерциализация турпродукта
18. Факторы, формирующие туристский кластер
    а. генерирующие (связанные с потребностью)
    б. реализующие (связанные с ресурсами)
    в. локализующие (связанные с информированностью населения)
    г. принятие законов, регламентирующих туристскую деятельность
    д. стабилизирующие туристские потоки
19. Уровень туристской деятельности, которая может быть реализована на территории без причинения ему вреда, не влияя на местную общину, качество пребывания посетителей при этом не ухудшится:
    а. туристская емкость территории
    б. туристский кластер
    в. региональная программа развития туризма
20. Выбор наиболее привлекательных сегментов рынка и реализация специальных мероприятий для продвижения территории:
    а. позиционирование
    б. прогнозирование
    в. отстройка от конкурентов
    г. сегментирование
21. Обобщенные показатели, построенные на статистических данных, которые разрабатываются для оценки процессов, уровней развития территории:
    а. критерии
    б. параметры
    в. индикаторы
    г. рейтинги
22. Бренд территории в туризме проводится с целью:
    а. активизации делового сотрудничества в туристской отрасли
    б. управления нагрузкой при регулировании баланса турпотока
    в. оценки потенциала территории
    г. согласования тарифов и налогов в туристском бизнесе
23. Бренд туристских территорий относится к категории:
    а. коммерческого бренда

б. некоммерческого бренда
в. событийного бренда
г. рекреационного бренда

24. Устойчивое развитие территории, значимое для туризма достигается за счет соблюдения принципов:
а. экологической устойчивости
б. сохранения аутентичной культуры
в. вовлечения местного населения в туристскую деятельность
г. развития инфраструктуры туризма
д. стимулирования инвестиций в туризм

25. Для развития бренда территории наиболее важны:
а. деловые коммуникации участников туристского рынка
б. развитие инфраструктуры туризма
в. развитие событийного туризма
г. увеличение количества субъектов, занятых в туризме

26. Выберите правильное определение аутентичности:
а) стремление потребителей приобретать настоящие, подлинные продукты, отражающие их мировоззрение;
б) индивидуализация сервиса;
в) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности;
г) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.

27. Установите соответствие видов персонализации турпродукта:

а) Экспертная	1. выбор внешних атрибутов
б) Модульная	2. возможность выбора клиентом необходимой комплектации из предложенных компанией возможностей (элементов или опций)
в) На уровне внешнего вида	3. продукт создается «под каждого клиента»

28. Установите соответствие уровня турпродукта и вида персонализации:

а) Ядро продукта	1. Персонализация на уровне сопровождения
б) Дополнительный продукт	2. Персонализация на уровне обслуживания
в) Расширенный продукт	3. Персонализация на уровне внешнего вида
г) Потенциальный продукт	4. Экспертная и модульная персонализация

28. Что из нижеперечисленного не является элементом технической документации туристского проекта:

а) картографическая, инженерная, геологическая, топографическая, геодезическая, почвенная и гидрологическую документация;

б) паспорта объектов туристской индустрии;

в) инструкции о правилах использования оборудования, туристского снаряжения, других технических изделий, каталоги фирм, рекламные чертежи и рисунки и т. д.;

г) технологические карты.

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета.	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **«Зачтено»** **– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Тесты

1. Территориальный бренд как фактор регионального управления:
   а) ведет к усилению конкуренции в регионе;
   б) ведет к успешному социально-экономическому развитию территории;
   в) ведет к минимальному использованию туристского потенциала региона;
   г) ведет к налаживанию международных отношений.
2. С позиций институционализма территориальный бренд — это:
   а) институт, определяющий качество бизнес-процессов региона;
   б) статистический и прогнозный инструмент;
   в) участник конкурентной территориальной рыночной среды;
   г) атрибут нерегулируемого регионального рынка.
3. Следствием ассиметрии распространения рыночной информации является:
   а) высококонкурентная среда;
   б) монополизм производителей;

в) высокая продуктивность рынка;
г) дезорганизация рынка.

4. Брендовые программы, разрабатываемые российскими территориями, базируются:
   а) на природных достопримечательностях;
   б) проектах экономического и градостроительного развития территорий;
   в) базе брендовых исследований;
   г) проблемах инвестиционной среды территории.
5. Чаще всего авторами создания программ продвижения территорий являются:
   а) инвесторы;
   б) федеральные органы власти;
   в) руководство территорий;
   г) инициативные группы.
6. Отдельная территориальная единица, основанная на общности природных, культурных и историко-архитектурных ресурсов, объединенная общей туристской инфраструктурой и воспринимаемая в качестве целостного объекта:
   а. дестинация
   б. туристский регион
   в. курортная местность
   г. туристско-рекреационная зона
7. Устойчивое направление туристских путешествий, туристско-рекреационная территория:
   а. дестинация
   б. курортная местность
   в. туристский регион
   г. брендовый маршрут
8. Бренд территорий – это:
   а. эффективное продвижение и использование конкурентных преимуществ территории
   б. планирование и развитие конкурентоспособности территории
   в. формирование программы доходов территорий от туризма
   г. согласованное планирование работы субъектов и инфраструктуры территории
9. Стратегия, направленная на достижение преимуществ территории за счет повышения известности гуманизирующих культурных ценностей, событий:
   а. бренд инфраструктуры
   б. бренд привлекательности
   в. бренд социальных общностей
   г. бренд территории
10. Совокупность туристских ресурсов и развитая туристская инфраструктура, определяющие привлекательность данной местности для туристов и рекреантов
    а. потенциал
    б. бренд
    в. туристский продукт
    г. кластер
11. Совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, готовых для создания туристского продукта:
    а. объекты туристского интереса
    б. инфраструктура туризма
    в. элементарные рекреационные занятия

г. туристские ресурсы

12. Предпосылки развития туризма в регионе:
    а. реализация региональных программ развития туризма
    б. наличие культурно-исторических достопримечательностей
    в. повышение платежеспособности населения
    г. проведение научных исследований по туристскому районированию
13. Современные тенденции в туризме:
    а. путешествия становятся короче по времени, но дальше по расстоянию
    б. предложения «все включено» преобладают
    в. событийные туры обладают потенциалом к быстрой коммерциализации
    г. растут продажи пляжных туров
14. В прогнозировании развития туризма территории применяется:
    а. сценарный подход
    б. каскадный метод
    в. социальные технологии
    г. ретроспективный подход
15. Сконцентрированная по географическому признаку группа взаимосвязанных предприятий, специализированных поставщиков услуг, а также связанных с их деятельностью некоммерческих организаций и учреждений, конкурирующих, но вместе с тем и взаимодополняющих друг друга:
    а. кластер
    б. туристский центр
    в. туристский продукт
    г. кадастр
16. Баланс турпотоков в региональном туризме – это:
    а. соотношение числа внутренних и международных поездок туристов;
    б. соотношение числа туристов въехавших и выехавших из региона;
    в. соотношение объема денежных средств, потраченных туристами в регионе и вывезенных из региона;
    г. соотношение числа туристов, посетивших регион в зимний и летний период.
17. Вариативное моделирование программ отдыха и обслуживающих их систем с учетом требований рекреации:
    а. туристское проектирование
    б. туристское районирование
    в. санаторно-курортная деятельность
    г. коммерциализация турпродукта
18. Факторы, формирующие туристский кластер
    а. генерирующие (связанные с потребностью)
    б. реализующие (связанные с ресурсами)
    в. локализующие (связанные с информированностью населения)
    г. принятие законов, регламентирующих туристскую деятельность
    д. стабилизирующие туристские потоки
19. Уровень туристской деятельности, которая может быть реализована на территории без причинения ему вреда, не влияя на местную общину, качество пребывания посетителей при этом не ухудшится:
    а. туристская емкость территории
    б. туристский кластер
    в. региональная программа развития туризма
20. Выбор наиболее привлекательных сегментов рынка и реализация специальных мероприятий для продвижения территории:
    а. позиционирование

б. прогнозирование
в. отстройка от конкурентов
г. сегментирование

21. Обобщенные показатели, построенные на статистических данных, которые разрабатываются для оценки процессов, уровней развития территории:
    а. критерии
    б. параметры
    в. индикаторы
    г. рейтинги
22. Бренд территории в туризме проводится с целью:
    а. активизации делового сотрудничества в туристской отрасли
    б. управления нагрузкой при регулировании баланса турпотока
    в. оценки потенциала территории
    г. согласования тарифов и налогов в туристском бизнесе
23. Бренд туристских территорий относится к категории:
    а. коммерческого бренда
    б. некоммерческого бренда
    в. событийного бренда
    г. рекреационного бренда
24. Устойчивое развитие территории, значимое для туризма достигается за счет соблюдения принципов:
    а. экологической устойчивости
    б. сохранения аутентичной культуры
    в. вовлечения местного населения в туристскую деятельность
    г. развития инфраструктуры туризма
    д. стимулирования инвестиций в туризм
25. Для развития бренда территории наиболее важны:
    а. деловые коммуникации участников туристского рынка
    б. развитие инфраструктуры туризма
    в. развитие событийного туризма
    г. увеличение количества субъектов, занятых в туризме
26. Выберите правильное определение аутентичности:
    д) стремление потребителей приобретать настоящие, подлинные продукты, отражающие их мировоззрение;
    е) индивидуализация сервиса;
    ж) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности;
    з) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.
27. Установите соответствие видов персонализации турпродукта:

а) Экспертная	1. выбор внешних атрибутов
б) Модульная	2. возможность выбора клиентом необходимой комплектации из предложенных компанией возможностей (элементов или опций)
в) На уровне внешнего вида	3. продукт создается «под каждого клиента»

28. Установите соответствие уровня турпродукта и вида персонализации:

а) Ядро продукта	1. Персонализация на уровне сопровождения
б) Дополнительный продукт	2. Персонализация на уровне обслуживания
в) Расширенный продукт	3. Персонализация на уровне внешнего вида

г) Потенциальный продукт	4. Экспертная и модульная персонализация

28. Что из нижеперечисленного не является элементом технической документации туристского проекта:

а) картографическая, инженерная, геологическая, топографическая, геодезическая, почвенная и гидрологическую документация;

б) паспорта объектов туристской индустрии;

в) инструкции о правилах использования оборудования, туристского снаряжения, других технических изделий, каталоги фирм, рекламные чертежи и рисунки и т. д.;

г) технологические карты.

Задания для выполнения мини-проектов

Задание для выполнения мини-проекта 1.

Задание: рассмотреть практики разработки и внедрения в отдельных регионах РФ собственных маркетинговых стратегий развития туризма, определить факторы их (не)успешности, охарактеризовать визуальные образы туристских брендов, имидж-стратегии регионов.

Кейс:

Места бытования народных художественных промыслов являются важными элементами культуры России, в творчестве НХП заложен исторический опыт миропонимания и художественного восприятия мира, воплощены глубокие эстетические традиции, репрезентирующие самобытную культуру народов России. К продукции НХП как к сувенирам и объектам коллекционирования приковано особое внимание туристов, в особенности иностранных. НХП являются одновременно и отраслью промышленности, и областью народного творчества, они превратились в символы нашей многонациональной культуры, внесли свой вклад во всемирное культурное наследие.

За рубежом пользуются высокой популярностью экскурсии на предприятия промыслов, многие из которых являются крупными производствами с известными брендами. Не редко при них действуют собственные гостевые центры, фирменные магазины, экскурсионные бюро, а в штате сотрудников предприятия имеются экскурсоводы. К сожалению, на российских предприятиях НХП этот практически не используется.

Отечественные НХП в большинстве случаев представляют собой производственные предприятия, основной целью которых является производство продукции установленной номенклатуры и ее сбыт. Во многих случаях экскурсантов и туристов если и принимают, то преимущественно с той целью, чтобы они посетили магазин при предприятии и приобрели его продукцию, а их прием и обслуживание начинается лишь «от порога» предприятия. Примеры развития комплексных туристских программ, приема и размещения, функционирования полноценных туристских комплексов на базе отечественных НХП, единичны. Главная проблема этих предприятий с точки зрения индустрии туризма в том, что они умеют и знают, как произвести художественный шедевр, но не имеют представления о том, как расширить свой потенциал за счет сферы туризма. Также известна проблема «раскрученности» брендов одних НХП (например, гжельская роспись, тульский самовар, жостовские подносы, оренбургский платок и др.), и практически полная неизвестность не только иностранным туристам, но часто и российским гражданам, других.

Предложите концепцию (стратегию) развития туристской деятельности на базе какого-либо центра НХП Вашего региона. Что может быть основой для его

популяризации в качестве турдестинации и привлечения туристов? Возможно ли на его основе создать крупный туристский центр и что может являться его главным конкурентным преимуществом (условно говоря, глиняные игрушки производят во многих местах, и каждое производство по-своему уникально, и сувенирные магазины есть у всех, но что должно стимулировать потенциального туриста выбрать именно Ваш центр НХП с целью турпоездки)? Предложите проект программы приема, обслуживания и пребывания туристов на базе Вашего туристского центра НХП продолжительностью более суток. Оцените вероятность и перспективу достижения показателя соотношения прибыли 50×50 как от традиционной производственной, так и сугубо туристской деятельности. Какие креативные идеи Вы могли бы предложить для этого туристского центра на базе НХП?

Определите основные положения проекта по развитию бренда

1. Постройте дерево целей проекта.
2. Предложите состав нормативно-технической документации проекта.

Задание для выполнения мини-проекта 2.

Тема «Великий Устюг – родина Деда Мороза»: причины успеха и факторы «затухания» бренда».

Задание: ознакомиться с кейсом развития маркетинговой стратегии бренда «Великий Устюг – родина Деда Мороза». Выявить факторы его успешности на начальном этапе развития. Определить факторы, приведшие к тому, что этот бренд сегодня, согласно многочисленным экспертным мнениям, застыл в своем развитии. Предложить меры по его перезапуску.

Кейс:

В Вологодской области, в 12 км от города Великий Устюг, в 1998 году был запущен проект «Великий Устюг – Родина Деда Мороза». За прошедший период была создана огромная инфраструктура по приему и развлечению туристов, прежде всего детских групп, налажена индустрия производства сувениров. Разработаны различные программы международного и межрегионального сотрудничества, в т.ч. «гостевые визиты» коллег и родственников Деда Мороза из других регионов и стран. Запущена программа «Канцелярия Деда Мороза», сфера деятельности которой – переписка с детьми от имени Деда Мороза, отправка (продажа оплаченных родителями) подарков от сказочного героя, и ряд других. Для минимизации негативного воздействия фактора сезонности был своевременно продуман ряд более или менее эффективных мероприятий.

Но со временем у потребителей этого туристского продукта стало складываться ощущение однообразности гостевых и развлекательных программ, повторяющихся с незначительными изменениями из года в год. Кроме того, появились конкурентные проекты – региональные «резиденции» «Дедов Морозов» (в т.ч. этно-национальных) и его друзей (Снегурочки, Снеговика, Государыни Зимы и пр.), которые зачастую оказались территориально более близкими к центрам генерации турпотоков, и это отвлекло значительную часть туристов, ранее посещавших Великий Устюг. По мнению ряда экспертов туристской отрасли, проект застыл в своем развитии и более не является ни инновационным, ни уникальным, не предлагает принципиально новых программ, которые стимулировали бы туристов к повторным и последующим возвращениям. Есть экспертные оценки, что проект постепенно стал «местом однократного посещения», хотя ранее доля возвратных туристов была достаточно высокой.

Оцените позитивные и отрицательные стороны состояния проекта (бренда) «Великий Устюг – Родина Деда Мороза». В чем заключаются сегодня основные причины того, что проект внешне создает образ «застывшего в развитии»? Как

возможно перезапустить этот проект? Предложите концепцию расширения бренда и/или ребрендинга проекта, если это целесообразно. За счет каких ресурсов проект может развиваться в дальнейшем? Имеется ли у него потенциал дальнейшего роста (расширения) и в чем он может заключаться? Какие инновационные, креативные идеи для проекта «Великий Устюг – Родина Деда Мороза» Вы могли бы предложить к реализации с целью активизации интереса к нему со стороны тех туристов, кто уже здесь бывал ранее, а также с целью привлечения новых?

Определите основные положения проекта по развитию бренда

3. Постройте дерево целей проекта.
4. Предложите состав нормативно-технической документации проекта.

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Территориальное туристское проектирование»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Территориальное туристское проектирование» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм как дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 2 курсе во 3 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и компетенциях в области туризма, полученных на предыдущих уровнях образования, при изучении дисциплины «Технологии профессиональных коммуникаций, а также в области проектирования и управления проектами при изучении дисциплины «Технологии проектирования и управление проектами в туризме».

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и компетенциях в области туризма, полученных на предыдущих уровнях образования, а также на знаниях и компетенциях, полученных в ходе изучения дисциплины «Сервис-дизайн туристских территорий» («Брендирование туристских территорий»).

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен научно обосновывать и проектировать туристские аттракции, зоны, комплексы, кластеры, территории и другие объекты, в том числе	**ПК-2**	ПК-2.1. Научно обосновывает проекты туристских аттракций, зон, комплексов, кластеров, территорий и других объектов	Основы разработки новых территориальных туристских проектов, соответствующих требованиям туристской индустрии	Выявлять приоритетные направления в территориальном проектировании и развития туризма	Навыками работы с источниками информации территориального туристского проектирования	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		ПК-2.2. Проектирует туристские аттракции, зоны, комплексы, кластеры, территории и другие объекты с учетом современных технологий и туристских новаций	Основы составления нормативно-технической документации и разработки территориальных туристских проектов	Составлять нормативно-техническую документацию разработки новых территориальных туристских проектов	Навыками разработки территориальных туристских проектов	
		ПК-2.3. Планирует ресурсы и разрабатывает дорожные карты реализации проектов туристских аттракций, зон, комплексов, кластеров, территорий и других объектов	методологию планирования ресурсного обеспечения и формирования дорожных карт территориальных туристских проектов	планировать ресурсы и разрабатывать дорожные карты реализации территориальных туристских проектов	навыками планирования ресурсного обеспечения и разработки дорожных карт территориальных туристских проектов	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Теоретические основы туристского проектирования	4	3								30	Контрольная работа/25
Раздел 2. Пространственные формы организации туристского пространства	2	3								30	Контрольная работа/25
Раздел 3. Пространственные подходы к территориальному туристскому проектированию	4	3								30	Контрольная работа/25
Раздел 4. Менеджмент туристских дестинаций	2	3								30	Контрольная работа/25
Всего:	**12**	**12**								**120**	**100**
Контроль, час											**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В рамках дисциплины изучается следующий круг вопросов: теоретические основы туристско-рекреационного проектирования и территориального планирования; пространственные формы организации туристской индустрии; ресурсный менеджмент и методы оценки туристского потенциала, определения приоритетных направлений развития территории; методы работы со схемами территориального планирования территорий; тематические карты – навыки работы, анализа и составления; кластерный подход в проектировании туристских пространств разного уровня; понятие и методы мастер-планирования; стратегическое планирование в туристском проектировании; методы проектирования сервисного наполнения туристских территорий и комплексов; территориальное туристское проектирование объектов разного масштаба и типа: локальный, муниципальный, региональный, федеральный; менеджмент туристских дестинаций в контексте территориального планирования и проектирования. Туристско-рекреационное проектирование как способ оптимизации туристского пространства. Виды туристских территорий и туристско-рекреационных пространств. Научные методы оценки и анализа туристских ресурсов.

Туристское пространство как система. Технологии функционального зонирования туристских территорий. Кластерный подход в туризме. Мастер-планирование в развитии туристских территорий.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13120-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru*

Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 217 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16585-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

1. *Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21280-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru*;

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Туризм	https://www.turizm.ru/
2	Проектная деятельность в туризме	https://spravochnick.ru/lektoriy/ponyatie-celi-i-suschnost-proektirovaniya-v-turizme/

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Контрольная работа	25-18 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 17-10 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 9-0 – менее 50% правильных ответов.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Контрольная работа №1

Задача. По выбранному виду туризма для территории проектирования (выбирается в начале семестра индивидуально) собрать информацию и решить задачу по оценке ресурсов и условий для его развития в разрезе муниципальных образований или иных операционно-территориальных единиц.

Контрольная работа №2

Задача 1. Провести туристское зонирование территории проектирования (выбирается в начале семестра индивидуально).

Задача 2. Провести туристское районирование территории проектирования (выбирается в начале семестра индивидуально).

Контрольная работа №3

Доклад с защитой по промежуточному итогу по разрабатываемому проекту концепции туристского кластера на территории проектирования (выбирается в начале семестра индивидуально), содержащий следующие разделы:

- название;
- обоснование целесообразности создания кластера;
- цель и задачи создаваемого кластера;
- смысловая сущность кластера;
- локализация кластера;
- доминанта кластера;
- функциональная модель кластера;
- визуальный ряд;

- создаваемые эффекты (положительные и отрицательные): экономические, социальные, экологические, культурные;
- конкурентные преимущества и недостатки кластера.

Контрольная работа №4

Защита проекта концепции туристского кластера на территории проектирования (выбирается в начале семестра индивидуально), содержащую следующие разделы:

- название;
- обоснование целесообразности создания кластера;
- цель и задачи создаваемого кластера;
- смысловая сущность кластера, с обоснованием;
- локализация кластера, с обоснованием;
- целевые посетители, с обоснованием;
- доминанта кластера, с обоснованием;
- этапы и сроки создания кластера;
- целевые индикаторы и показатели создания кластера по годам;
- меры по созданию кластера в привязке к срокам;
- функциональная модель кластера;
- карта-схема кластера;
- визуальный ряд;
- создаваемые эффекты (положительные и отрицательные): экономические, социальные, экологические, культурные;
- конкурентные преимущества и недостатки кластера;
- предложения по участникам создания кластера;
- предложения по возможным вариантам форм и методов управления кластером.

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов «Зачтено» – 90-100 – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. – 70 -89 – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
	решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. – 50 - 69 – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. «Не зачтено» – менее 50 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1. Опишите стадию разведки согласно модели жизненного цикла развития туристских дестинаций Р. Батлера_____

2. На что направлена экономика по Джозефу Б. Пайну и Джеймсу Х. Гилмору в проектировании туристского продукта? _____

3. Какие типы географических образований возникают в следствии рекреационных циклов деятельности человека? _____

4. Сосредоточение в рамках одной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами – это _____

5. Территория, предлагающая определенный набор услуг, которые отвечают потребностям туриста, удовлетворяют его спрос на перевозку, ночлег, питание, развлечения и т. д., и являющаяся целью его путешествия – это _____

6. Опишите горизонтальный вариант технологического объединения в кластеры субъектов туристской сферы _____

7. На чем основывается вертикальный вариант технологического объединения в кластеры субъектов туристской сферы?_____

8. Заполните таблицу

Основные признаки туристского кластера

Концентрация	
Наличие связей	
Наличие единой цели	
Состав кластера	

9. Дайте определение туристского кластера

10. Перечислите свойства характерны для туристского центра

11. Аксиологический тип объединяет большую группу туристских центров, посещение которых связанно с…

12. Как называется тип территориальной рекреационной системы, возникающей на базе крупного туристского центра с обширной площадью зоны урбанизации, поглощающей смежные населенные пункты (например, Большой Сочи, Большая Ялта)?

13. Что показано на картинке?



14. Перечислите критические замечания к модели Р.Батлера

15. Определите стадию жизненного цикла дестинации (в модели Р.Батлера) по описанию «*Согласно Р. Батлеру, эта стадия характеризуется небольшим количеством посетителей, которые приезжают на продолжительный срок и которых привлекают природные и культурные аттракции. Посетителями, в том числе, могут быть жители близлежащих населенных пунктов. Развитие инфраструктуры туризма для незначительного числа туристов является нерентабельным. Фактор сезонности туристского спроса пока не проявляет себя. На этой стадии туризм оказывает слабое влияние на окружающую природу и культурную среду, экономику дестинации; несмотря на это посетителей принимают как важных и почетных гостей, поскольку те демонстрируют спрос на местные товары и услуги*»:

16. Определите стадию жизненного цикла дестинации (в модели Р.Батлера) «Замедляются темпы роста туристских прибытий. Туризм начинает играть определяющую роль в развитии и становится основным сектором экономики дестинации. Количество туристов превышает численность местного населения. Экологическая, социальная и экономическая нагрузка на дестинацию выше, чем ее пропускная способность. Период для активизации туристской политики, которая и выходит на первый план. На этой стадии дестинация полностью интегрируется в глобальную туристскую систему. Высокая плотность туристов в дестинации, в

основном за счет предпочитающих краткосрочные турпакеты от крупных туроператоров».

17. Перечислите факторы могут приводить дестинацию к стадии упадка

18. Инициация создания кластеров была заложена в Федеральной целевой программы (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». И хотя действие этой программы завершилось, идея кластерного подхода в организации туристского пространства сохраняет свою актуальность. В чем заключается кластерный подход согласно ФЦП Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)»?

19. В развитии туристских территорий возможен короткий период времени, в течение которого можно предпринять некоторые действия, которые приведут к желаемому результату. Когда этот период закончится, шанс воспользоваться этой возможностью больше не будет. Как называется этот период?

20. Дайте характеристику приведенных в таблице туристских местностей

Приморские курортные	
Горно-туристские	
Районы отдыха больших городов и урбанизированных зон	
Охотничье-рыболовные районы	

21. Среди видов проектных работ выделяется этап проектирования резервируемых территорий. Охарактеризуйте его кратко.

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Технологии проектирования сервисной среды туристско-рекреационных зон и комплексов»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Технологии проектирования сервисной среды туристско-рекреационных зон и комплексов» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм как дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 2 курсе во 3 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием и развитием научных представлений о сервисной экономике и вызовах, которые она формирует в практике проектной и управленческой деятельности предприятий и организаций индустрии туризма и гостеприимства.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен научно обосновывать и проектировать туристские аттракции, зоны, комплексы, кластеры, территории и другие объекты, в том числе	**ПК-2**	ПК-2.1. Научно обосновывает проекты туристских аттракций, зон, комплексов, кластеров, территорий и других объектов	методологию анализа и обоснования состава и структуры сервисной среды проектируемого объекта	анализировать и научно обосновывать состав и структуру сервисной среды проектируемого объекта	навыками анализа и научного обоснования состава и структуры сервисной среды проектируемого объекта	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		ПК-2.2. Проектирует туристские аттракции, зоны, комплексы, кластеры, территории и другие объекты с учетом современных технологий и туристских новаций	методологию проектирования сервисной среды современных туристско-рекреационных зон и комплексов	проектировать сервисную среду современных туристско-рекреационных зон и комплексов	навыками проектирования сервисной среды современных туристско-рекреационных зон и комплексов	
		ПК-2.3. Планирует ресурсы и разрабатывает дорожные карты реализации проектов туристских аттракций, зон, комплексов, кластеров, территорий и других объектов	методологию планирования ресурсного обеспечения развития сервисной среды современных туристско-рекреационных зон и комплексов, формирования дорожных карт соответствующих проектов	планировать ресурсное обеспечение развития сервисной среды современных туристско-рекреационных зон и комплексов, формировать дорожные карты соответствующих проектов	навыками планирования ресурсного обеспечения развития сервисной среды современных туристско-рекреационных зон и комплексов, формирования дорожных карт соответствующих проектов	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Концепция сервисной среды туристско-рекреационных зон и комплексов (ТРЗиК)	6	2	2					2		60	Тест /20 Доклад/20 Деловая игра/10
Раздел 2. Методология проектирования и управления сервисной средой туристско-рекреационных зон и комплексов	6	2	2					2		60	Тест /20 Доклад/20 Деловая игра/10
Всего:	**12**	**4**	**4**					**4**		**120**	**100**
Контроль, час											**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Первый раздел «Концепция сервисной среды туристско-рекреационных зон и комплексов» посвящен ознакомлению обучающихся с теоретическими положениями сервисной экономики, предпосылками и следствиями ее развития в туристской индустрии. В процессе изучения этого раздела отрабатываются навыки, и формируется способность разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие современным требованиям развития туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании и составлять необходимую нормативно-техническую документацию.

Второй раздел «Методология проектирования и управления сервисной средой туристско-рекреационных зон и комплексов» посвящен изучению практических подходов к разработке сервисной среды и управлению ею. В этой части дисциплины акцент делается на развитии навыков и формированию готовности обучающихся к проектированию сервисной среды туристско-рекреационных зон и комплексов. Особое внимание уделяется кастомизации и персонализации сервисной среды.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13120-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru*

2. *Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 217 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16585-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru*

Дополнительная литература:

Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21280-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru;

5.1 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Туризм	https://www.turizm.ru/
2	Проектная деятельность в туризме	https://spravochnick.ru/lektoriy/ponyatie-celi-i-suschnost-proektirovaniya-v-turizme/

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Тест	20-18 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 17-10 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 9-0 – менее 50% правильных ответов.
2	Доклад	20-8 – доклад производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом; автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался, автор отвечает на вопросы, показано владение специальным аппаратом, четкость выводов - полностью характеризуют работу 7-5 – доклад четко выстроен, демонстрационный материал использовался в докладе, доклад хорошо оформлен, но есть неточности, не может ответить на большинство вопросов, выводы нечетки 4-1 – доклад рассказывается, но не объясняется суть работы, представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно, не может четко ответить на вопросы
3	Деловая игра	10 – студент принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре; 9 - студент принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре 8- студент принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игр 5 – студент принимает участие в работе группы,

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
		однако предлагает не аргументированные, не подкрепленные фактическими данными решения; демонстрирует слабую информационную готовность 0 – студент не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к тестам

Тесты

1. Какой элемент не относится к числу основных составляющих сервисной среды современных туристско-рекреационных зон и комплексов:

а) навигация;

б) бытовые удобства;

в) общественное питание;

г) музейная экспозиция.

2. Сервисная деятельность – это:

а) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;

б) управление предприятием сферы услуг;

в) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

3. В число основных условий проектирования сервисной среды ТРЗиК в первую очередь включают:

а) совершенствование разного рода технологий: управленческих, организационных и др.;

б) ориентир на потребителя, изучение его потребностей и вкусов;

в) совершенствование типов управления, умножение разновидностей управления сервисными предприятиями.

4. Сервисная трансформация это:

а) внедрение аутсорсинга;

б) синтез гуманизированной науки с реальными результатами жизнеобеспечения;

в) устранение противоречия между технократизмом и гуманизмом;

г) переход от сервисного сопровождения продукта к формированию управляемой сервисной среде продукта.

5. Этап процесса создания и разработки туристского продукта, включающий оценку рынка, анализ спроса, планирование доходов и анализ затрат ....

а) создание концепции обслуживания потребителей
б) анализ возможностей производства и сбыта услуг
в) утверждение проекта сервисной среды
г) тестирование концепции обслуживания потребителей

6. Этап процесса проектирования сервисной среды ТРЗиК, где используют принципы "Формулировка целей и генерирования идей" – это стадия ...

а) тестирования сервисной среды
б) стратегического планирования развития сервисной среды
в) освоения рынка
г) разработки сервисной среды

7. Функциональная диверсификация в туристской деятельности – это требование соответствия гостиничного продукта:

а) атмосфере его использования потребителем;
б) духовной индивидуальности потребителя;
в) физической индивидуальности потребителя;
г) текущей моде;
д) представлениям потребителя о его социальном статусе.

8. Ситуационная диверсификация в туристской деятельности – это требование соответствия гостиничного продукта:

а) текущей моде;
б) физической индивидуальности потребителя;
в) духовной индивидуальности потребителя;
г) атмосфере его использования потребителем;
д) представлениям потребителя о его социальном статусе.

9. Какой из методов не используется для разработки и анализа процесса туристского обслуживания:

а) диаграммное проектирование;
б) точки соприкосновения;
в) потребительский сценарий;
г) программное моделирование;
д) реинжиниринг.

10. Каким недостатком отличается метод диаграммного проектирования процесса туристского обслуживания:

а) чрезмерный акцент на невидимую часть процесса производства услуги;

б) его применение требует значительных временных затрат;

в) предполагается использование специализированных программных пакетов;

г) обязательно требуется значительный опыт работы.

Тематика докладов

Доклад выполняется каждым студентом (группой студентов до 3 чел.) на унифицированную тему «Анализ сервисной среды туристской территории (объекта) на примере….».

Индивидуализация темы доклада обеспечивается выбором примера проведения анализа – туристской территории, ее части (зоны), объекта, расположенного на туристской территории и т.д. В зависимости от этого выбора далее проектные задания дисциплины будут выполняться также на примере выбранного объекта.

В докладе должны быть представлены:

- описание туристской территории (объекта);
- определение состава сервисной среды;
- формулировка цели анализа сервисной среды;
- обоснование задач сервисной среды;
- определение объекта и предмета анализа сервисной среды туристской территории (объекта).

Деловая игра «Формирование комфортного пребывания туриста на туристской территории»

Обязательным условием деловой игры является предварительное деление группы обучающихся на команды, численностью не более 7 человек и распределение ролей участников в команде:

- заказчик (1 чел.), выполняющий роль представителя туристской администрации, заинтересованной в развитии туристской территории
- руководитель проекта (1 чел.), выполняющий роль руководителя проектной группы;
- экспертное сообщество (остальные члены команды), выполняющие роль членов проектной группы.

Преподаватель готовит задания (описание туристской территории), с которыми заранее знакомится «заказчик» с целью постановки задач проектной группе. По желанию обучающихся «заказчик» может самостоятельно подготовить описание туристской территории (за качественное описание представляется 1 бонусный балл). В течение 20 минут «заказчик» описывает туристскую территорию, ставит цель будущего проекта и представляет свое видение результата. Далее проектная группа определяет задачи и распределяет работы (25 минут), осуществляет намеченные работы (90 минут). В завершение (45 минут)

каждая подгруппа представляет свою работу заказчику. «Заказчик» может высказать обоснованные замечания, другие подгруппы вправе задавать уточняющие вопросы. По итогам презентации проекта «заказчик» должен выставить оценку проектной группе: принять, не принять или принять с условием доработки выполненный проект.

Контрольные задания:

Задание 1. Составить план работы над проектом

Задание 2. Выявить ключевые факторы развития сервисной среды туристской территории.

Задание 3. Разработка комплекса мер по развитию сервисной среды туристской территории.

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов «Зачтено» – 90-100 – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. – 70 -89 – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. – 50 - 69 – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. «Не зачтено» – менее 50 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Тесты

1. Какой элемент не относится к числу основных составляющих сервисной среды современных туристско-рекреационных зон и комплексов:

а) навигация;

б) бытовые удобства;

в) общественное питание;

г) музейная экспозиция.

2. В число основных условий проектирования сервисной среды ТРЗиК в первую очередь включают:

а) совершенствование разного рода технологий: управленческих, организационных и др.;

б) ориентир на потребителя, изучение его потребностей и вкусов;

в) совершенствование типов управления, умножение разновидностей управления сервисными предприятиями.

3. Этап процесса проектирования сервисной среды ТРЗиК, где используют принципы "Формулировка целей и генерирования идей" – это стадия ...

а) тестирования сервисной среды

б) стратегического планирования развития сервисной среды

в) освоения рынка

г) разработки сервисной среды

4. Какой из методов не используется для проектирования процесса туристского обслуживания:

а) диаграммное проектирование;

б) точки соприкосновения;

в) потребительский сценарий;

г) программное моделирование;

д) реинжиниринг.

5. Каким недостатком отличается метод диаграммного проектирования процесса туристского обслуживания:

а) чрезмерный акцент на невидимую часть процесса производства услуги;

б) его применение требует значительных временных затрат;

в) предполагается использование специализированных программных пакетов;

г) обязательно требуется значительный опыт работы.

6. Укажите преимущества использования метода потребительского сценария при проектировании процесса туристского обслуживания:

а) эффективная интеграция невидимой части услуги;

б) в процессе составления такого протокола возможно выявить сильные и слабые аспекты существующего процесса обслуживания;

в) тест на практичность и эффективность отдельных этапов и задач процесса обслуживания;

г) возможность начала проектирования обслуживания с «чистого листа».

7. Какой подход к разработке туристского проекта в отношении сервисной среды проектируемого объекта используется инвестором, не специализирующемся в туризме:

а) типовое проектирование

б) индивидуальное проектирование

в) аутсорсинг

г) нормативное проектирование

8. Какой подход к разработке туристского проекта в отношении сервисной среды проектируемого объекта используется при формировании нового несетевого туристского объекта:

а) типовое проектирование

б) индивидуальное проектирование

в) прототипирование

г) нормативное проектирование

9. Какой подход к разработке туристского проекта в отношении сервисной среды проектируемого объекта используется при формировании сети туристских объектов:

а) типовое проектирование

б) индивидуальное проектирование

в) аутсорсинг

г) нормативное проектирование

10. К методам планирования деятельности туристских комплексов и компаний, обслуживания потребителей не относят:

а) технико-экономическое обоснование;

б) бизнес-планирование;

в) аналогичное планирование;

г) оперативное планирование.

11. Проектирование сервисной среды ТРЗиК с помощью достижений НТП отражает его роль по:

а) углублению и расширению ассортимента;

б) развитию процесса индивидуализации потребностей, обусловливающую технологические новации, позволяющие персонифицировать продукт и предлагать потребителю участвовать в

производстве и продаже нужного товара;

в) созданию возможности разрабатывать новые технологии торговли, которые привносят многообразие в потребительские практики;

г) созданию гибкого, многофункционального оборудования, возможности которого способствуют и во многом обеспечивают развитие индивидуализированного спроса.

12. Сервисный аудит это:

а) контроль сервисной деятельности;

б) вид финансового аудита;

в) вид маркетингового аудита;

г) проводимый независимым специалистом (ами) процесс доказательства соответствия фактической сервисной деятельности сервисным стандартам/предлагаемому сервису.

13. Появлений новых технологий и форматов сбыта туристских услуг с помощью НТП отражает его роль по:

а) углублению и расширению ассортимента;

б) развитию процесса индивидуализации потребностей, обусловливающую технологические новации, позволяющие персонифицировать продукт и предлагать потребителю участвовать в производстве и продаже нужного товара;

в) созданию возможности разрабатывать новые технологии торговли, которые привносят многообразие в потребительские практики;

г) созданию гибкого, многофункционального оборудования, возможности которого способствуют и во многом обеспечивают развитие индивидуализированного спроса.

14. Разработка нового оборудования с помощью НТП отражает его роль по:

а) углублению и расширению ассортимента;

б) развитию процесса индивидуализации потребностей, обусловливающую технологические новации, позволяющие персонифицировать продукт и предлагать потребителю участвовать в производстве и продаже нужного товара;

в) созданию возможности разрабатывать новые технологии торговли, которые привносят многообразие в потребительские практики;

г) созданию гибкого, многофункционального оборудования, возможности которого способствуют и во многом обеспечивают развитие индивидуализированного спроса.

15. Какие методы анализа не используют при разработке проекта ТРЗиК:

а) ситуационный анализ;

б) факторный анализ;

в) индексный анализ;

г) морфологический анализ.

16. В основе использования метода и синтеза элементов сервисной среды заложен:

а) процесс соединения или объединения ранее разрозненных вещей или понятий в целое или набор;

б) логический переход от общего к частному;

в) логический переход от частного к общему;

г) метод исследования, характеризующийся выделением и изучением отдельных частей объектов исследования.

17. В основе использования метода анализа состояния сервисной среды заложен:

а) процесс соединения или объединения ранее разрозненных вещей или понятий в целое или набор;

б) логический переход от общего к частному;

в) логический переход от частного к общему;

г) выделение и изучение отдельных частей объектов исследования.

18. Какой из видов планов является обязательным для представления проекта туристского кластера для ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма»:

а) оперативный план;

б) бизнес-план;

в) сводный план;

г) стратегический план.

19. Что из нижеперечисленного не является элементом технической документации туристского проекта:

а) картографическая, инженерная, геологическая, топографическая, геодезическая, почвенная и гидрологическую документация;

б) паспорта объектов туристской индустрии;

в) инструкции о правилах использования оборудования, туристского снаряжения, других технических изделий, каталоги фирм, рекламные чертежи и рисунки и т. д.;

г) технологические карты.

20. Что из нижеперечисленного не является элементом технологической документации туристского проекта:

а) технологическая карта;

б) технологическая инструкция;

в) стандарт работы персонала;

паспорт объекта туристской индустрии

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Проектная деятельность»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «**Проектная деятельность**» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в факультативную часть Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 1 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Изучение данной дисциплины базируется на навыках учебной, исследовательской и проектной деятельности, освоенных на предыдущих уровнях образования.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с ознакомлением с принципами исследовательской и проектной подготовки обучающегося в магистратуре, а также навыками самостоятельной творческой и проектной деятельности.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	**УК-2**	УК-2.1 Разрабатывает концепцию проекта, определяет его цели и задачи	Методы, техники и тактики аргументирования, способы их использования в процессе исследовательской и проектной деятельности	Использовать методы, техники и тактики аргументирования в процессе разработки концепции проекта, целеполагания и постановки задач в процессе исследовательской и проектной деятельности	Навыками содержательного аргументирования концептуальных решений в процессе исследовательской и проектной деятельности	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		УК-2.2 Разрабатывает и реализует проект в соответствии со своей ролью	Принципы организации и технологии реализации проектной деятельности	Организовать проектную деятельность в соответствии со своей ролью в команде	Навыками использования принципов организации и реализации проектной деятельности в соответствии со своей ролью	

		УК-2.3 Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта.	Этапы проектной деятельности. Методы формирования ключевых показателей проекта на различных этапах жизненного цикла	Контролировать достижение ключевых показателей проекта на различных этапах жизненного цикла	Навыками формирования и контроля ключевых показателей проекта на различных этапах жизненного цикла	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Введение в проектную деятельность	2	4								30	Контрольная работа /50
Раздел 2. Принципы и методические основы проектного управления в сфере туризма	2	4								30	Контрольная работа/50
Всего:	**4**	**8**								**60**	**100**
Контроль, час											**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Введение в проектную деятельность

Проектная деятельность в сфере туризма: актуальность и предпосылки развития на современном этапе.

Тематика проектов РГУТИС. Движение «Проектный акселератор»

Индивидуальная проектная траектория обучающегося в магистратуре.

Формирование групп по проектам.

Типология проектов. Уровни проектирования. Обзор успешных практик проектного управления.

Раздел 2. Принципы и методические основы проектного управления в сфере туризма

Принципы и методические основы проектного управления в сфере туризма. Формирование проектных команд. Разработка проектных решений. Инструментарий. Риски. Результативность

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Бурмистрова, Е. В.* Методы организации исследовательской и проектной деятельности обучающихся : учебник для вузов / Е. В. Бурмистрова, Л. М. Мануйлова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15400-9. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Игнатьева, И. Ф.* Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18846-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

Зенкина, С. В. Сетевая проектно-исследовательская деятельность обучающихся : учебник для вузов / С. В. Зенкина, Е. К. Герасимова, О. П. Панкратова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 152 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13229-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru;

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Туризм	https://www.turizm.ru/
2	Проектная деятельность в туризме	https://spravochnick.ru/lektoriy/ponyatie-celi-i-suschnost-proektirovaniya-v-turizme/

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Контрольная работа	50-48 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 47-25 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 24-0 – менее 50% правильных ответов.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к контрольным работам

1. Приведите одно из определений «проект»
2. Дайте определение понятия «программа» и приведите примеры программ
3. Дайте классификацию проектов.
4. К какому виду проектов вы бы отнесли:

- проект перестройки системы высшего образования для туриндустрии в России;
- проект экономической стабилизации туристских территорий России;
- запуск межпланетной станции для высадки космического туриста на Марс;
- проект строительства пирамид в Древнем Египте;
- проект по перестройке дачного дома в гостевой.

5. Дайте определение управлению проектами.
6. Что такое миссия проекта? С какой точки зрения формулируется миссия проекта?
7. Определите миссию для следующих проектов:

- строительство инфраструктуры туристских территорий;
- строительство отеля;
- проект реструктуризации объекта туристского показа;
- реформа туристского образования.

8. Стратегия проекта (стратегический анализ, разработка и выбор стратегии, реализация стратегии)
9. Факторы внешней и внутренней среды проекта
10. Участники проекта.

11. Все ли фазы проекта являются обязательными?

12. Что является основными причинами появления проектов?

13. Какова цель подготовки обоснования инвестиций?

14. Назовите основные характеристики проекта.

15. Что составляет суть предварительного анализа осуществимости проекта?

16.Что входит в понятие прединвестиционных исследований?

17. Проектный анализ и его цель.

18. Виды проектного анализа.

19. Разработка концепции проекта

20. Прединвестиционная фаза проекта

21.Жизненный цикл проекта. Его роль в формировании концепции маркетинга проекта

Мини-проект

1. Выбрать тематику проекта, обосновать необходимость личного участия в проекте.

2. Разработать личный план продуктивной проектной деятельности в составе группы.

3. Подготовить презентацию своей части проекта в соответствии с общим концептом.

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов «Зачтено» – 90-100 – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. – 70 -89 – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. – 50 - 69 – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. «Не зачтено» – менее 50 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1. Общее представление о проектной деятельности. Понятия проект, проектная и операционная деятельность.
2. Этапы проектной деятельности.
3. Цель проекта. Классификация проектов.
4. Особенности проектов различных типов. Социальные проекты
5. Понятие успешности проекта
6. Жизненный цикл проекта
7. Команда проекта
8. Участники проекта. Роли в проекте
9. Матрица ответственности. Методика RACI
10. Формирование эмпирической базы исследования (Методы).
11. Основные источники информации для проведения исследования
12. Подготовка анкетного опроса
13. Методы генерации идей
14. Понятие управления содержанием проекта. Определение содержания
15. Планирование управления содержанием
16. Что такое требование, потребность?
17. План управления требованиями
18. Переход от требований к планированию
19. Определение содержания (инструменты и методы)
20. Описание содержания проекта. Основные элементы
21. Современные виды проектов
22. Проекты акции и их виды
23. Образ продукта (шаблон образа продукта)
24. Прототип. MVP (minimum viable product). Какие бывают прототипы?
25. Что такое риск? Классификационные признаки
26. Какие существуют основные виды рисков?
27. В чем состоит различие между трудностями реализации проекта и рисками проекта?
28. Почему важно различать причины и последствия рисков?
29. Что такое управление рисками?
30. Стратегии реагирования на риск
31. Каковы основные шаги по управлению рисками?
32. Что содержится в документе «Реестр рисков»?
33. Бюджет проекта: Определение, назначение, способы представления
34. Разработка бюджета проекта
35. Сложности при составлении бюджета
36. Три составляющих эффективного выступления?
37. Какова структура и содержание презентации ИДЕИ проекта?
38. Каковы основные формы представления информации во время выступления?

Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд

Рассмотрено
на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г.

Рабочая программа дисциплины «Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО»

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм
Профиль подготовки: Государственное регулирование сферы туризма
Квалификация выпускника: Магистр
Форма обучения: Очная

2025

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от № 556 от 15.06.2017.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в факультативную часть Блока 1 учебных планов по программам подготовки магистров по направлению 43.04.02 Туризм.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре.

Цели и задачи дисциплины

получение обучающимися теоретических знаний о добровольчестве (волонтерстве) как ресурсе личностного роста и общественного развития;

формирование представлений о многообразии добровольческой (волонтерской) деятельности и мотивации добровольцев (волонтеров);

приобретение практических навыков в сфере организации труда добровольцев (волонтеров), взаимодействия с социально ориентированными некоммерческими организациями, органами власти и подведомственными им организациям.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	**УК-3**	УК-3.1. Планирует командную работу и формулирует ее цели, задачи	усвоено основное содержание, но излагается фрагментарно, не всегда последовательно, допускаются ошибки в изложении выводы и обобщения, неточности в использовании терминологии	выполняет не все операции действия, допускает ошибки в последовательности их выполнения, действие выполняется недостаточно осознанно	владеет не всеми необходимыми навыками, имеющийся опыт фрагментарен	Контактная работа: Лекции Лабораторный практикум Самостоятельная работа

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Волонтерство как ресурс личностного роста и общественного развития. Многообразие форм добровольческой (волонтерской) деятельности	2	2								14	Контрольная работа /50
Раздел 2. Организация работы с волонтерами. Взаимодействие с социально-ориентированными НКО, инициативными группами, органами власти и иными организациями	2	2								14	Контрольная работа/50
Всего:	**4**	**4**								**28**	**100**
Контроль, час											**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**36**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**1**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Волонтерство как ресурс личностного роста и общественного развития. Многообразие форм добровольческой (волонтерской) деятельности

Волонтерство как ресурс личностного роста и общественного развития. Многообразие форм добровольческой (волонтерской) деятельности

Раздел 2. Организация работы с волонтерами. Взаимодействие с социально-ориентированными НКО, инициативными группами, органами власти и иными организациями

Организация работы с волонтерами. Взаимодействие с социально-ориентированными НКО, инициативными группами, органами власти и иными организациями

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Событийное волонтерство : учебник для вузов / под общей редакцией М. А. Мазниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 155 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20658-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Певная, М. В. Управление волонтерством: международный опыт и локальные практики : монография / М. В. Певная ; под научной редакцией Г. Е. Зборовского. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 433 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-10984-9. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

Дополнительная литература:

1. Волонтерская деятельность. Событийное волонтерство : учебник для среднего профессионального образования — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20898-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru;

2. Фомина, О. Е. Организация волонтерской деятельности. Практический курс : учебное пособие для вузов / О. Е. Фомина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21261-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5.1. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование ресурса	Ссылка
1	Ассоциация по вопросам защиты информации	http://bis-expert.ru/
2	Специализированный сайт по тематике информационной безопасности, противодействие вредоносному программному коду	http://z-oleg.com/index.php
3	Официальный сайт Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE)	https://www.ieee.org/
4	Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации	https://docs.cntd.ru/
5	Официальный сайт журнала «Директор по безопасности»	http://www.s-director.ru/
6	Официальный сайт журнала «Информационная безопасность»	http://www.itsec.ru/main.php

5.2. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

свободно-распространяемое программное обеспечение:

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Контрольная работа	50-48 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 47-25 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 24-0 – менее 50% правильных ответов.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к контрольным работам

1. Понятие НКО, СО НКО, НКО - поставщики услуг в социальной сфере, НКо - исполнители общественно полезных услуг,

примеры.

2. Организационно-правовые формы НКО.

3. Количественные характеристики сектора негосударственных некоммерческих организаций в России.

4. Примеры добровольных объединений граждан России.

5. Примеры добровольных объединений граждан за рубежом.

6. Волонтерство как практика гражданского общества: понятие и явление.

7. Особенности функционирования СОНКО, отличия от государственных организаций и коммерческих компаний.

8. Виды ресурсов СОНКО, ресурсы как объект управления.

9. Технологии взаимодействия с частными и корпоративными донорами.

10. Мотивирование волонтеров и сотрудников СОНКО.

6.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:

Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
заданий билета	Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов «Зачтено» – 90-100 – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. – 70 -89 – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. – 50 - 69 – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. «Не зачтено» – менее 50 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1. Миссия и роли волонтерства.
2. Трудный и вдохновляющий опыт волонтерства.
3. Волонтерство как образ образ жизни современной молодежи.
4. Границы ответственности волонтера.
5. Методы поощрения волонтеров.
6. Волонтерство и его роль в системе социокультурных институтов.
7. Организация волонтерской службы в учреждениях разных типов и видов.
8. Система подготовки волонтеров и добровольцев по программе первичной профилактики наркозависимости, табакокурения и употребления ПАВ.
9. Методика работы волонтеров в условиях учреждений разных типов и видов. Семейное волонтерство.
10. Психолого-педагогическая специфика работы волонтеров с разновозрастной аудиторией.
11. Волонтерская служба в рамках реализации национальной программы развития молодежи.
12. Теория и практика волонтерского движения.
13. Концепция программы развития добровольческого движения.
14. Нормативно-правовая база деятельности волонтерской службы.
15. Основные направления волонтерской деятельности в учреждениях разных типов и видов.
16. Технология уличной работы.
17. Понятия, признаки и формы НКО.