ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ: Директор института Институт спорта, туризма и сервиса

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документоворога (Юхвю-Уральского государственного университета СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП Кому выдан: Эрлих В. В. Пользователь: егідкум дата подписання: 0112.2021

В. В. Эрлих

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П1.03 Практикум по виду профессиональной деятельности **для направления** 43.03.02 Туризм

уровень Бакалавриат

профиль подготовки Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

форма обучения заочная

кафедра-разработчик Туризм и социально-культурный сервис

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 516

Зав.кафедрой разработчика, д.пед.н., проф.

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота (ЮУргУ) (Ожно-Уральского государственного университета СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП Кому выдан: Третьякова Т. Н. Пользователь: tretiakovain Пата подписания 0.11.2 2021

Т. Н. Третьякова

Разработчик программы, доцент (-)

электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронныго документооборгат (ОУВТ) У ОХВО-ЭРАЛЬСКОЙ СОЗВО-ВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП Кому выдан: Назайнина Т. В. Пользовятель: лазайклару Пользовятель: лазайклару

Т. В. Назайкина

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной программы к.пед.н., доц.

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе эмектронного документооборога (ОХРГУ)

СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП

Кому выдан: Котлирова О. В. Пользователь: koliarovasv

Пат подписания 0 112 2021

О. В. Котлярова

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Практикум по виду профессиональной деятельности» является формирование универсальных и профессиональных компетенций способности управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6), способности разрабатывать туристский продукт на основе современных технологий (ПК-2), способности организовывать и проводить рекреационные, спортивнооздоровительные, туристские, краеведческие и анимационные мероприятия на объектах туристской инфраструктуры (ПК-3), способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий (ПК-4) Задачи дисциплины: сформировать у студентов способности управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни - познакомить студентов с методами разработки туристского продукта на основе современных технологий - обучить студентов организовывать и проводить рекреационные, спортивно-оздоровительные, туристские, краеведческие и анимационные мероприятия на объектах туристской инфраструктуры - развить способность к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий

Краткое содержание дисциплины

«Практикум по виду профессиональной деятельности» является одной из важнейших дисциплин направленной на повышение уровня подготовки к профессиональной деятельности по направлению 43.03.02 " Туризм". В результате усвоения дисциплины в ходе выполнения практических занятий применяются теоретические знания, развиваются и закрепляются навыки, необходимые для профессиональной деятельности

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения	Планируемые результаты
ОП ВО (компетенции)	обучения по дисциплине
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знает: сущность и социальную значимость профессии в сфере туризма; требования к профессиональной подготовленности к деятельности в туристской индустрии Умеет: осуществлять поиск, сбор и структурирование информации, необходимой для решения профессиональных задач в туристской индустрии Имеет практический опыт: планирования собственной стратегии профессионального развития
ПК-2 способен разрабатывать туристский продукт на основе современных технологий	Знает: технологии проектирования туристского продукта/программы/услуги при заданных критериях и нормативных требованиях Умеет: ставить задачи проектирования туристского продукта при заданных критериях и нормативных требованиях; разрабатывать

	_
	туристский продукт с учетом технологических, социально-экономических и других требований Имеет практический опыт: проектирования программ туров, экскурсионных программ и другие продуктов туристской деятельности
ПК-3 способен организовывать и проводить рекреационные, спортивно-оздоровительные, туристские, краеведческие и анимационные мероприятия на объектах туристской инфраструктуры	Знает: классификацию туроператоров и турагентов, технологические процессы взаимодействия туроператоров и турагентов на всех этапах формирования и продвижения туристского продукта Умеет: организовывать реализацию проектов туристских продуктов, взаимодействие туроператора и турагента Имеет практический опыт: организации и методами формирования ассортимента туристских продуктов
ПК-4 способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	Знает: понятия «пакет услуг (тур)», «класс обслуживания», «туристский маршрут» (типы туристских маршрутов), «программа обслуживания» Умеет: продвигать и реализовывать туристский продукт с использованием информационных и коммуникативных технологий Имеет практический опыт: продаж туристского продукта и отдельных туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин,	Перечень последующих дисциплин,
видов работ учебного плана	видов работ
Основы туризма,	
Экономика в туризме и гостиничном бизнесе,	
Культурно-исторические туристские ресурсы,	
Методика природоведческих экскурсий,	
Туристские ресурсы региона,	
Технологии туроперейтинга,	
Культурно-исторические туристские центры,	
Особо охраняемые природные территории для	
туризма и рекреации,	
Основы медицинских знаний,	
Менеджмент,	Обеспечение безопасности в туризме,
Сервисология,	Производственная практика, преддипломная
Региональное ресурсоведение,	практика (10 семестр)
История туристской деятельности,	
Краеведение,	
Психология,	
Информационное сопровождение экскурсионных	
услуг,	
Активные виды туризма,	
Организация экскурсионного обслуживания,	
Организация культурно-досуговой деятельности,	
Информационно-коммуникативные и гис-	
технологии в туризме,	

Производственная практика, сервисная практика	
(6 семестр)	

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Особо охраняемые природные территории для туризма и рекреации	Знает: понятие, сущность и классификацию особо охраняемых природных территорий мира, России и региона, понятие «экологический» туризм, разнообразие видов и форм экотуризма, ресурсную составляющую особо охраняемых природных территорий для разработки туристского продукта/услуги Умеет: выявлять специфику и дислокацию особо охраняемых природных территорий на территории России и региона, разрабатывать маршруты экологического туризма, экологических троп, разрабатывать содержание экомаршрутов в соответствии с концепцией экотуризма, осуществлять разработку туристского продукта/услуги на особо охраняемых природных территориях Имеет практический опыт: оценки туристского потенциала особо охраняемых природных территорий для целей туризма, по организации экологического туризма в национальных парках и природных территориях, определения потенциально возможных особо охраняемых природных территорий для создания туристских продуктов
Менеджмент	Знает: основные понятия, виды и технологии организационно- управленческой деятельности в туристской индустрии, базовые технологии управления в коллективе, основные этапы развития менеджмента с древнейших времен до наших дней, основные задачи и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской индустрии, базовую технологию управления саморазвитием на основе принципов образования и личностных характеристик Умеет: организовать работу функциональных подразделений предприятий туристской индустрии, организовывать работу исполнителей и управлять трудовыми коллективами в сфере туризма, организовать работу функциональных подразделений предприятий туристской индустрии и применять методы контроля деятельности структурных подразделений предприятий туристской индустрии, организовывать работу исполнителей и управлять трудовыми коллективами в сфере туризма Имеет практический опыт:

проектирования организационных отнош исходя из действующей нормативно-прав	211117
исуона из пайструистий и помужение и проучи	
* * *	овой
базы, осуществления организационно-	
управленческой деятельности внутри	
коллектива, определения целей и задач	
управления структурными подразделения	
предприятий туристской индустрии, при	ВИТИЯ
решений в туристской индустрии	
Знает: инновационные технологии в обла	
продвижения экскурсионных услуг, виды	
рекламы, средства распространения	
экскурсионных услуг с использованием	
современных технологий, технологии	_
проектирования, разработки и реализаци	
экскурсионных программ/услуг на основ	
современных технологий Умеет: использ	
Информационное сопровождение экскурсионных	
услуг	
модели экскурсионных программ/услуг в процесса проектирования на основе	pawkax
современных технологий Имеет практиче	-ский -
опыт: разработки рекламных материалов	
каталогов, брошюр для продвижении нов	
экскурсионных программ и услуг, создан	
вербальной модели экскурсионных	
программ/услуг в рамках проце	ecca
проектирования	
Знает: общие и специфические признаки	и
функции природоведческих экскурсий, о	
правила, нормы и технику безопасности	
проектировании и проведении природове	-
экскурсий Умеет: разрабатывать	7
природоведческие экскурсии различных	гипов и
применять различные метолические прис	
Методика природоведческих экскурсий ходе экскурсии, применять основные пра	
нормы и технику безопасности при реали	
природоведческих экскурсий Имеет	
практический опыт: использования прием	ЛОВ
показа и рассказа в ходе природоведческо	
экскурсии, ориентировании на местности	
навыками оказания первой доврачебной і	
Знает: культурные нормы и ограничения	
учетом обычаев, традиций и этикета,	
существующих в других культурах (стран	нах) и
регионах, понятие и сущность экскурсио	
деятельности в туризме, понятие и сущно	
общения в экскурсионной и туристской	
деятельности Умеет: строить программы	
Организация экскурсионного обслуживания обслуживания с учетом личностных псих	отипов
представителей иной культуры на основе	
толерантности к другим культурам, языка	
религиям, разрабатывать экскурсии и про	
экскурсионного обслуживания, применя	
клиентоориентированные технологии при	
организации экскурсионного обслуживан	
1 1 1 7 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	ŀ

	T
	экскурсионных программ, с учетом
	межкультурных норм и ограничений,
	проектирования экскурсионных программ и
	трансферов на основе современных технологий,
	коммуникации в экскурсионной деятельности
	Знает: особенности турпродукта как комплекса
	туристских услуг и результата агентско-
	операторского производства; уровни и формы
	туристского продукта; основы управления
	туристским продуктом и его жизненным циклом
	в рамках товарно-ассортиментной политики
	туроператоров и турагентов, формы
	представления ассортимента туроператора,
	основные понятия туристского рынка, схему
	туристского кругооборота; место и роль
	туроператоров и агентов на туристском рынке и в
	туристской индустрии; понятие и основные
	функции туроператоров и агентов; отличия
	туроператорской и турагентской деятельности;
	распределение турпродукта; взаимоотношения
	туроператоров и турагентов; подходы к
	классификации туроператоров и агентов,
	технологии разработки туристских
	продуктов/услуг на рынке внутреннего,
	въездного и выездного туризма Умеет:
	разрабатывать предложения по формированию
	ассортимента туристских продуктов: программ
	обслуживания, маршрутов и структуры поездок;
Технологии туроперейтинга	формировать предложение туроператоров,
	разрабатывать предложения по формированию
	ассортимента туристских продуктов: программ
	обслуживания, маршрутов и структуры поездок
	(в зависимости от целей поездок); формировать
	предложение туроператоров на основе рыночных
	исследований с использованием современного
	программного обеспечения, компетентно
	определять необходимую структуру и
	содержание туристского продукта Имеет
	практический опыт: формирования ассортимента
	туристских услуг и продуктов; реализации
	туристского продукта с использованием
	современных информационных и технологий,
	формирования ассортимента туристских услуг и
	продуктов; навыками решения практических
	задач, связанных с организацией путешествия;
	навыками получения, анализа и использования
	информации, а также современными
	информационными технологиями,
	необходимыми для организации путешествия, разработки туристских продуктов/ услуг на
	рынке внутреннего, въездного и выездного
	туризма
	Знает: технико-экономические особенности
Экономика в туризме и гостиничном бизнесе	
Экономика в туризме и гостиничном оизнесе	туристского продукта/услуги, его составные
Экономика в Туризме и гостиничном бизнесе	туристского продукта/услуги, его составные элементы; товарную, ресурсную, инвестиционную и ценовую политику

	_
	предприятий туристической индустрии и
	гостиничного бизнеса, основные экономические
	категории и показатели туризма (объем
	туристского потока; состояние и развитие
	материально-технической базы: коечный фонд
	средств размещения, число мест предприятий
	питания, средний чек, доля рынка и т.п.) Умеет:
	рассчитывать базовые технико-экономические
	показатели предприятий туристской индустрии и
	гостиничного бизнеса и проводить их
	диагностику, выявлять экономические
	показатели развития рынка туризма: количество
	вьезжающих/ выезжающих туристов, количество
	туродней, денежные затраты, произведенные
	туристами за время поездок); структуру
	платежного баланса по статье «Туризм» Имеет
	практический опыт: использования метода direct-
	costing, методики расчета базовых технико-
	экономических показателей созданного
	туристского продукта/услуги, поиска, расчета и
	анализа экономических показателей развития
	туризма
	Знает: структуру туристской индустрии, виды
	туристской деятельности, основные
	характеристики, возможности, назначение
	составляющих сферы туризма, специфику
	туризма как особого вида деятельности и
	основные принципы функционирования
	туристской индустрии Умеет: применять методы
Основы туризма	обработки и интерпретации информации в
	туристской деятельности, самостоятельно
	приобретать, усваивать и применять
	практическую информацию анализировать события и ситуации в сфере туризма Имеет
	практический опыт: создания туристских
	программ в условиях региона, анализа
	информации об объектах инфраструктуры в
	региональном туризме
	Знает: основные понятия и виды активного
	туризма как формы массовой рекреации,
	основные правила, нормы и технику
	безопасности при проектировании и проведении
Активные виды туризма	активных форм туризма, возрастно-половые
	особенности развития физических качеств и
	формирования туристических навыков Умеет:
	выбирать типы и виды активного туризма в
	соответствии с физическим состоянием и
	подготовленностью туристов, применять
	основные правила, нормы и технику
	безопасности в туристском походе (пешем,
	водном, горном, спелео), планировать и
	проводить основные формы физкультурно-
	оздоровительных занятий туристической
	направленности с детьми дошкольного и
	школьного возрастов, взрослыми людьми с
	учетом санитарно-гигиенических,
<u> </u>	1 7

	T
	климатических, региональных и национальных условий Имеет практический опыт: составления
	и реализации программ спортивно-
	оздоровительного характера в активных видах
	туризма, составления инструкций по технике
	безопасности в туристском походе и проведения
	инструктажа, проведения туристских походов
	для различных групп людей (дети дошкольного и
	школьного возрастов, взрослыми людьми
	• • •
	различных возрастов)
	Знает: знать основные признаки неотложных
	состояний и алгоритм действий при оказании
	первой медицинской помощи, основные
	категории здорового образа жизни Умеет:
	определять признаки неотложных состояний и
	характер повреждений для определения
	способов оказания первой помощи, использовать
Основы медицинских знаний	современные методы самооценки здоровья и
основы медицинских эпапии	определять признаки неотложных состояний и
	характер повреждений для определения
	способов оказания первой помощи Имеет
	практический опыт: неотложной помощи при
	наиболее распространённых патологических
	состояниях, оценки уровня здоровья,
	гигиенической культуры и ресурсов личного
	здоровьесбережения
	Знает: сущность социально-исторических
	аспектов краеведения, основные понятия,
	методы и средства краеведческой
	исследовательской работы, объекты и источники
	краеведения Умеет: анализировать исторические,
	культурологические, литературные,
	искусствоведческие аспекты краеведения для
	развития регионального туризма, проводить
 Краеведение	краеведческие экскурсии по региону,
Красведение	
	разрабатывать содержание и методики
	проведения экскурсий в природу и на
	промышленное предприятие Имеет
	практический опыт: исследовательской
	деятельности в краеведении с целью создания
	концепций отдельных (социально-исторических)
	видов туризма в регионе, проведения научно-
	исследовательской краеведческой работы
История туристской деятельности	Знает: методологию анализа и синтеза
	исторических фактов и событий туристской
	индустрии, методологию анализа и синтеза
	исторических фактов и событий туристской
	индустрии Умеет: определять возможные пути
	решения современных проблем в области
	туризма на базе имеющегося многовекового
	опыта, определять возможные пути решения
	современных проблем в области туризма на базе
	имеющегося многовекового опыта Имеет
	практический опыт: проведения сравнительного
	анализа истории становления и развития
	туризма, проведения сравнительного анализа
	The second of th

r	T
	истории становления и развития туризма
	Знает: понятие и классификацию культурно-
	исторических центров России, номенклатуру
	исторических городов России, ресурсное
	обеспечение познавательного (культурно-
	исторического) вида туристской деятельности,
	специфику культурно-исторического развития
	отдельных территорий Умеет: проводить
	паспортизацию культурно-исторических центров
	и исторических городов России для целей
	туристской деятельности, используя
	статистические и другие методы обработки
	информации проводить анализ и выявлять
	туристско-рекреационный потенциал культурно-
Культурно, историнаския туристокия наштры	исторических центров и исторических городов России для целей туристской деятельности,
Культурно-исторические туристские центры	создавать концепции развития туризма
	региональных центров на основе имеющихся
	культурно-исторических ресурсов Имеет
	практический опыт: применения критериев
	оценки особенностей различных культурно-
	исторических центров, презентации информации
	о культурно-исторических центрах и
	экскурсионных объектах; методами получения и
	обработки информации о культурно-
	исторических объектах, в т. ч. навыками полевых
	исследований, анализа и сопоставления понятий
	«культурно-исторический центр», «памятники
	истории и культуры», «историко-культурное
	наследие» и др.
	Знает: методику массовых форм культурно-
	досуговых про-грамм; частные методики в
	культурно-досуговой деятельности (массовые,
	групповые, индивидуальные), сущность и формы
	социального взаимодействия при организации
	анимационной и культурно-досуговой
	деятельности, технологии разработки и
	проведения анимационных и культурно-
	досуговых программ в туризме Умеет:
	осуществлять постановку групповых и
	индивидуальных форм культурно-досуговой
	деятельности при проектировании и реализации
Организация культурно-досуговой деятельности	турпродукта, взаимодействовать в команде при
	организации анимационной и культурно-
	досуговой деятельности, разрабатывать и
	проводить анимационные и культурно-досуговые
	программы для туристов Имеет практический
	опыт: организации массового отдыха и досуга населения; использования сценарно-
	режиссерских технологий организации и
	проведения праздничных форм досуга, работы
	как с группами туристов, так и с
	индивидуальными туристами, при организации
	культурно-досуговой деятельности, разработки и
	реализации анимационных и культурно-
	досуговых программ для туристов
	досутовых программ для туристов

	Знает: туристские ресурсы региона, сущность,
	понятие и методологические основы
	регионального ресурсоведения, основные
	проблемы природопользования, реализующегося
	в различных регионах Российской Федерации
	Умеет: осуществлять оценку и проводить
	мониторинг туристских ресурсов региона,
Региональное ресурсоведение	решать задачи, связанные с определением
The state of the s	природно-ресурсного потенциала Имеет
	практический опыт: проведения мониторинга и
	паспортизации туристских ресурсов региона,
	выполнения практических задач, использования
	<u> </u>
	картографических материалов, понимания
	комплексного характера системы
	природопользованиярегиона.
	Знает: основные понятия психологии, типы
	темперамента, со-держание мотивации и
	психической регуляции поведения и
	деятельности человека, психологические основы
	функционирования познавательных, волевых и
	эмоциональных процессов для понимания
	собственных психологических особенностей
	управления временем Умеет: устанавливать
	гармоничные отношения в работе с клиентами,
	создавать благоприятный психологический
	климат в коллективе; изучать потребности
Психология	общества и личности, использовать
	психологические техники и методы тайм-
	менеджмента в собственной деятельности Имеет
	практический опыт: регулирования
	взаимоотношения людей: убеждения,
	доказательства, внушения и побуждения людей к
	необходимым действиям в процессе
	профессионального общения и совместной
	деятельности, развития мотивационно-волевой
	сферы личности для осуществления личностного
	развития и профессионального роста
	Знает: общие культурно-ценностные ориентиры
	в контексте имеющихся туристских ресурсов,
	понятие и классификацию культурно-
	исторических туристских ресурсов, роль и
	значение туристских ресурсов в организации
	туристских продуктов/услуг, знать туристские
Туристские ресурсы региона	ресурсы региона, сущность, понятие и
	методологические основы регионального
	ресурсоведения Умеет: устанавливать систему
	взаимосвязей между имеющимися культурно-
	историческими туристскими ресурсами и
	межкультурным разнообразием региона,
	использовать знания о туристских ресурсах
	региона в процессе формирования туристского
	продукта и с целью создания концепций
	регионального развития туризма и его отдельных
	видов, проводить оценку туристской
	привлекательности и мониторинг туристских
	ресурсов региона Имеет практический опыт:

	определения культурной привлекательности
	объектов туристских ресурсов региона,
	заполнения бланочной и нормативной
	документации для включения историко-
	культурных памятников в объекты туристской
	деятельности и экскурсионные маршруты,
	организации туристского продукта и создания
	концепций регионального туризма на основе
	имеющихся туристских ресурсов, создания
	инновационных турпродуктов в региональном
	туризме
	Знает: ресурсное обеспечение познавательного
	(культурно-исторического) вида туристской
	деятельности, общие культурно-ценностные
	ориентиры в контексте имеющихся туристских
	ресурсов, понятие и классификацию культурно-
	исторических туристских ресурсов, формы
	включения культурно-исторических ресурсов в
	систему туристского обслуживания Умеет:
	используя статистические и другие методы в
	процессе обработки информации проводить
	анализ и выявлять культурно-исторические
	туристские ресурсы для целей туристской
	деятельности, устанавливать систему
	взаимосвязей между имеющимися культурно-
Культурно-исторические туристские ресурсы	историческими туристскими ресурсами и
J. Jr. v. r. v. Jr. v. r. v. Jr.	межкультурным разнообразием региона,
	проводить отбор культурно-исторических
	ресурсов для включения в систему туристского
	обслуживания Имеет практический опыт:
	презентации информации о культурно-
	исторических туристских ресурсах, определения
	культурной привлекательности объектов
	туристских ресурсов региона, заполнения
	бланочной и нормативной документации для
	включения историко-культурных памятников в
	объекты туристской деятельности и
	экскурсионные маршруты, составления
	туристских продуктов на основе аттрактивности
	культурно-исторических ресурсов
	Знает: телекоммуникационные системы и
	компьютерные сети в туризме; туристские
	информационные системы, основные виды
	программных продуктов для работы с
	текстовыми, графическими, статистическими,
	изобразительными данными и их особенности,
	основные виды программных продуктов для
	продвижения туристского продукта Умеет:
	осуществлять деловую коммуникацию с
	использованием телекоммуникационные
	системы и туристских информационных систем,
	осуществлять эффективный информационный
	поиск в глобальных информационных сетях,
	использовать возможности современных
	использовать возможности современных информационных технологий для продвижения
	туристского продукта Имеет практический опыт:

использования информационно- коммуникативых и ГИС-гехнологий для осуществления делового общения и профессиональной деятельности в туризме, работы в техетовых и трафических редакторах, базах дапных, программах для обработки статистических данных, сервисах Интернета., работы с программными средствами для продвижения туристского продукта (редакторы для работы с техетом и разработки презентаций) Знает: понятийный аппарат теории потребноетсй, нерархию потребноетсй и психофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотивов и ценностей человека, нерархию потребноетей и психофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотивов и ценностей человека, нерархию потребноетей и психофизиологические возможности человека, оравилами и технику безопасности обстужнация потребителай в туристской индустрии Умест: эффективно управлять своим пременем, выстранять и реальзовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потреботелей, мотивов и пенностей, опраелять потребителасти и туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителай в туристской индустрии Имест практический опыт: критического восправтия личностных потребноетей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникации в процессе обслуживания потребителя: Туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и инутелние стандарты предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания и предприятия, основные технологические циклы и процессы обслуживания предприятия утринстских услуг, сопраменным гуринстеких услуг, ревызать предприятия и предприятии туринцустрии уместе по практике, предпагать мероприятия по решению проблем. (6 семестр)		<u> </u>
осуществления делового общения и профессиональной деятельности в туризме, работы в текстовых и графических редакторах, базах данных, программах для обработки статистических данных, средствами для продвижения туристского продукта (редакторы для работы с текстом и разработки презентаций) Знает: понятийный аппарат теории потребностей и пеихофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотимо и ценностей человека, нерархию потребностей и пеихофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотимо и ценностей человека, нерархию потребностей и пеихофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотимо и ценностей человека, предклам потребностей и пеихофизиологические возможности человека, правила и техныху безопасност обстаумнами потребностей и пеихофизиологические подклажнами потребностей, мотимов и пенностей, определять потребностей, мотимов и пенностей, определять потребностей, мотимов и пенностей, потресности обстаумнами потребностей, мотимов и пенностей, потремитель и туристской индустрии Имест практический опат: критического воспрактия значностных потребностей, мотимов и ценностей, осуществления кинстрориацированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей в предоставления качественных туристских услуг, технику безопасност на конкретном предприятии и внутресните стандарты предприятии и внутресните стандарты предприятии, осолуживания предоставления качественных потребителя туристских услуг, технику безопасност на конкретном предприятии на внутресние стандарты предприятии и внутресние стандарты предприятии, основные технологические пиклы и процессы обслуживания на предприятия туриндустрии, основные технологические пиклы и процессы обслуживания на предприятия туриндустры и культуры м культу		использования информационно-
осуществления делового общения и профессиональной деятельности в туризме, работы в текстовых и графических редакторах, базах данных, программах для обработки статистических данных, средствами для продвижения туристского продукта (редакторы для работы с текстом и разработки презентаций) Знает: понятийный аппарат теории потребностей и пеихофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотимо и ценностей человека, нерархию потребностей и пеихофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотимо и ценностей человека, нерархию потребностей и пеихофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотимо и ценностей человека, предклам потребностей и пеихофизиологические возможности человека, правила и техныху безопасност обстаумнами потребностей и пеихофизиологические подклажнами потребностей, мотимов и пенностей, определять потребностей, мотимов и пенностей, определять потребностей, мотимов и пенностей, потресности обстаумнами потребностей, мотимов и пенностей, потремитель и туристской индустрии Имест практический опат: критического воспрактия значностных потребностей, мотимов и ценностей, осуществления кинстрориацированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей в предоставления качественных туристских услуг, технику безопасност на конкретном предприятии и внутресните стандарты предприятии и внутресните стандарты предприятии, осолуживания предоставления качественных потребителя туристских услуг, технику безопасност на конкретном предприятии на внутресние стандарты предприятии и внутресние стандарты предприятии, основные технологические пиклы и процессы обслуживания на предприятия туриндустрии, основные технологические пиклы и процессы обслуживания на предприятия туриндустры и культуры м культу		
профессиональной деятельности в туризме, работы в текстовых и графических редакторах, базах данных, программах для обработки статистических данных, сервисах Интериста, работы с трограммытым средствами для продвижения туристского продукта (редакторы для работы с токстом и разработки презептаций) Знает: понятийный аппарат теории потребностей и психофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотивов и ценностей человека, исрархию потребностей и психофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотивов и ценностей человека, исрархию потребностей и психофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотивов и ценностей человека, правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристекой индустрии Умест: эффективно управлять своим временем, выстрациать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей, определять потребительский статус туристеких услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристекой индустрии Имеет практической оныт: критического восприятия личностных потребителей, мотивов и ценностей, осуществления клиенторментированных коммуникаций и предоставления качественных туристеких услуг, безопасного обслуживания потребителя туристеких услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятии, основные технологические процессы обслуживания туристок на предприятии, основные технологические пиклы и процессы обслуживания тррестем туристеких услуг, современные технологические процессы обслуживания туристок и предприятии, основные принципы организации коллективного труда, основыю корпоративной культуры и кразруму вывакит в проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предпагать мероприятия по решению проблем, осупсствлять обслуживание туристок на основе инновационных технологий в соговсствии с		
работы в текстовых и графических редакторах, базах данных, перограммах для обработки статистических данных, сервисах Интернета, работы с программинами средствами для продвижстия туристекого продукта (редакторы для работы с текстом и разработки презситаций) Знает: понятийный аппарат теории потребностей и петкофизнологические возможности человска, основные правила и технику безопасности обслуживания потребностей и петкофизнологические возможности человска, основные какаесфикамии пужд, мотивов и петком пределаторы потребностей и петкофизнологические возможности человска, правила и технику безопасности обслуживания потребнеталей в туристской индустрии Умеет: эффективно управлять своим временем, выстранизмы и реализовывать траскторню саморазвития неходя из структуры личностных потребностей, мотивов и пенностей, потребностей, мотивов и пенностей, потребнетальский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителя туристских услуг, скумуникации в процессе обслуживания потребителей туристок и предприятии и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятии, основные технологические процессы обслуживания туристок на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания туристок на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания туристок на предприятии, основные технологические приессы обслуживания туристок на предприятии, основные тринципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и кувазнать и в отчест оп практике, треуслать мероприятия по решение общение с потребителем туристок месте и указнать и в отчест оп практике, предлатать мероприятия по решение проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии о очнове иннова		
базах данных, программах для обработки статистических дапных, сервиеах Иптерпета, работы с программицми средствами для продвижения туристекого продукта (редакторы для работы с текстом и разработки презентаций) Знаст: полятийный аппарат теории потребностей и пеихофизиологические возможности человска, основные классификации нужд, мотивов и ценностей человска, исрархию потребностей и пеихофизиологические возможности человска, основные классификации нужд, мотивов и ценностей человска, исрархию потребностей и пеихофизиологические возможности человска, правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристекой индустрии Умест: эффективно управлять своим временем, выстранявать и реализовывать траскторию саморазвития неходя из структуры личностных потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребительский оплустрии Имест практический оплат: критического восприятия личностных потребнестей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей за предоставления качественных коммуникации в процесса обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания потребителя туристоких услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению пороблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
статистических дапшых, сервисах Интернета., работы с программными средствами для продвижения туристекого продукта (редакторы для работы с текстом и разработки презентаций) Зпаст: понятийный аппарат теории потребностей и пеихофизиологические возможности человска, основные классификации нужд, мотивов и ценностей человека, перархию потребностей и пеихофизиологические возможности человека, правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристекой индустрии Умест: эффективно управдять своим временем, выстранвать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребительский статус туристеких услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребительский статус туристеких услуг, применть правила и технику безопасности обслуживания потребительский отыт: критического восприятия личностных потребительский статус туристеких услуг, применты правила и технику безопасности обслуживания вотребительский индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, могивов и ценностей, осуществления клиситористированных туристеких услуг, безопасного обслуживания потребнеть в туристеких услуг, безопасного обслуживания потребитель туристеких услуг, современные технологические процессы обслуживания потребителя туристеких услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры и культуры межличностного общения на предприятия турисдети предприятия турисдески труда, основы корпоративной культуры и туриа, основы корпоративной культуры и туристом туруст, выявлять проблемы, связанные с нарушениями гехники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению пороблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инноващномых технологий в соответствии с		
работы с программыми средствами для продвижения туристского продукта (редакторы для работы с текстом и разработки презептаций) Знает: понятийный аппарат теории потребностей и пеихофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотивов и ценностей человека, нерархим опторебностей и пеихофизиологические возможности человека, правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Умеет: эффективно управлять своим времсием, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребистей, мотивов и ценностей, определять потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребистей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, суслуг, труистских услуг, суслуг, суслуг, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние станадатьы предприятии и внутренные станадаты предприятии, основные технологические пискы и процессы обслуживания трупстов на предприятии и культуры и культуры услуг, современные технологические пискы и процессы обслуживания на предприятиих туристских услуг, современные технологические пискы и процессы обслуживания на предприятии и процессы обслуживании туристов на предприятии и культуры и порешенно проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технолог		
продвижения туристского продукта (редакторы для работы с текстом и разработки презентаций) Знает: понятийный аппарат теории потребностей, иерархию потребностей и психофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотивов и ценностей человека, нерархию потребностей и психофизиологические возможности человека правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Умсет: эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей, определять потребностей, мотивов и ценностей, определять потребнителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиситорисптированных коммуникации и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителя туристскам услуг, технику безопасного и в момуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, современые технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, современые технологиеские принципы и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятии, основные технологические принципы обслуживания на предприятии, основные технологические пиклы и процессы обслуживания на предприятия хурицустрии, основные технологические принципы организации коллективного обслуживания на предприятии и культуры межличностного общение и предприятии туриндустрии Умеет; организовать обслуживания с нарабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решспию проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инноващионных технологий в соответствии с учазывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решспию проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инноващионных технологий в соответствии с		
дия работы с текстом и разработки презентаций) Знает: понятийный аппарат теории погребностей и психофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотивов и ценностей человека и правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Умеет: эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребителей, мотивов и ценностей, определять потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имест практический опыт: критического восприятия личностных потребителей, мотивов и ценностей, осуществления клистористированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей значностных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителя туристских услуг, семнику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятии, основные технологические пислы и процессы обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические пислы и процессы обслуживания предприятиих туриндустрии, основные гехнологические пислы и процессы обслуживания предприятиих туриндустрии, основные принципы организации моллективного общения на предприятии утриндустрии умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, вывалять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предпать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на осове инпомацющых технико безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предпать мероприятия по решению проблем,		
Знает: понятийный аппарат теории потребностей и пеихофизиологические возможности человека, основные классификации пужд, мотивов и ценностей человека, основные классификации пужд, мотивов и ценностей человека, перархимо потребностей и психофизиологические возможности человека, правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туриетской индустрии Умест: эффективно управлять своим времсием, выстранвать и реализовывать траскторию саморазвития исходя из структуры личпостных потребительский стагус туристских услуг, применять правама и технику безопасности обслуживания потребительский стагус туристских услуг, применять правама и технику безопасности обслуживания потребительский опыт: критического восприятия личпостных потребительский опыт: критического восприятия личпостных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клименториентированных коммуникации и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей: мотивов и пенностей, осуществления качественных туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические циклы и процессы обслуживания потребителя туристоки и процессы обслуживания предприятиях туриндустрии, основные технологические циклы и процессы обслуживания потребителя туристоких услуг, выявать проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решение пороблем, осуществлять обслуживание туристов па основе инповационных технологий в соответствии с очищеннями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов па основе инповационных технологий в соответствии с		
потребностей, верархию потребностей и психофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотивов и цепшостей человека, потребитетей и психофизиологические возможности человека, правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Умеет: эффективно управлять своим временем, высграивать и реализовывать траскторию саморазвития исхоля из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей, определять потребнеский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания питребностей, мотивов и ценностей, осуществления кличенториентированных коммупикаций и предоставления качественных туристеких услуг, безопасного обслуживания потребителей Знаст: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристеких услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятии, основные технологические процессы обслуживания эпотребителя туристеких услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов па предприятии, основные технологические процессы обслуживания в предприятиях туриндустрии, основные технологические процессы обслуживания в предприятия по труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятити туридустрии, основные технологические циклы и процессы обслуживания то по практику услуг, выявлять проблемы, семанные с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, семанные с нарушениями техном связанные с нарушениями техном связан		для работы с текстом и разработки презентаций)
потребностей, верархию потребностей и психофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, мотивов и цеппостей человека, перархию потребностей и психофизиологические возможности человека, правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Умеет: эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траскторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей, определять потребностей, мотивов и ценностей, определять потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживация потребителей в туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживация питребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристеких услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристоких услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятии, основные технологические процессы обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов па предприятии, основные технологические процессы обслуживания на предприятии, основные технологические процессы обслуживания в потребителя туристоких услуг, современные технологические процессы обслуживания потребителя туристоких услуг, современные технологические процессы обслуживания на предприятии и предприятии и культуры межличностного общение процескы обслуживания туристоких услуг, выявлять проблемы, семанные с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчетс по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инповационных технологий в соответствии с		Знает: понятийный аппарат теории
психофизиологические возможности человека, основные классификации нужд, могивов и ценностей человека и перасиристей и психофизиологические возможности человека, правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристеской индустрии Умест: эффективно управлять своим временем, выстранвать и реализовывать траскторию саморазвития исхоля из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей, определять потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителя туристских услуг, осуществляти праниции в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятии для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания предприятия предприятии, основные тринципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межсичностного общения на предприятии туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
основные классификации пужд, мотивов и ценностей человека , перархию потребностей и психофизиологические возможности человека, правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Умеет: эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траскторию саморазвития исхоля из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей, определять потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, обсуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятии для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические присссы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические присссы обслуживания туристов на предприятии и культурытуры и культуры основные технологические приссы обслуживания потребителем туристов на предприятия пруда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятити туридури умеет: организовать общение с потребителем туристоких услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
цепностей человска , нерархию потребностей и психофизиологические возможности человска, правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Умеет: эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опт: критического восприятия личностных потребителей, могивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей. Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия и внутренние стандарты предприятия и внутренние стандарты предприятия и основные технологические циклы и процессы обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиих услуги, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиих туриндустрии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятих туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятити туриндустрии. Укльтуры и культуры межличностного общения на предприятити турицтоких услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
психофизиологические возможности человека, правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Умеет: эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей, определять потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителея туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологических процессы обслуживания туристок на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания предприятих туриндустрии, основные технологические циклы и процессы обслуживания тредприятих туриндустрии, основные принципы организации коллективного турда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриа, стринстких услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристок на основе инновационных технологий в соответствии с		
правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Умеет: эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей, определять потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления кливенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей знате технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутрепние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристок процессы обслуживания и предприятии, основные технологические принсустрии, основные технологические принсустрии, основные технологические процессы обслуживания и предприятия утрупитустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туринстских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технико посложивание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
потребителей в туристекой индустрии Умест: эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и цепностей, определять потребительский статус туристских услуг, примсиять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториситированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятии и основные технологические процессы обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические циклы и процессы обслуживания предприятия туристоких услуг, основные технологические обслуживания предприятии условные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туринустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инповационных технологий в соответствии с		
Сервисология Семвератический статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиситориентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические пиклы и процессы обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические пиклы и процессы обслуживания порганизации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществять обслуживании туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
Сервисология Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей, определять потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия лия обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятия туринуют и услуг, современные технологические процессы обслуживания на предприятия туристов на предприятии основные технологические процессы обслуживания на предприятии туриндустрии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятия туристов общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей, определять потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современые технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
потребиселей, мотивов и ценностей, определять потребительский статус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятих туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению пробле, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
потребительский сатаус туристских услуг, применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиснториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасного тиристеких услуг, технику безопасного предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания готребителя туристских услуг, современные технологические циклы и процессы обслуживания готребителя туристских услуг, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятия туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с	Сервисопогия	
применять правила и технику безопасности обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знаст: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиих туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с	c op shown in his	
обслуживания потребителей в туристской индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятии и внутренние стандарты предприятии и обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические процессы обслуживания на предприятиих туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
индустрии Имеет практический опыт: критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		применять правила и технику безопасности
критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		обслуживания потребителей в туристской
критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		индустрии Имеет практический опыт:
потребностей, мотивов и ценностей, осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знаст: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания туристов на предприятии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
осуществления клиенториентированных коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания туристов на предприятии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
коммуникаций и предоставления качественных туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания туристов на предприятии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
туристских услуг, безопасного обслуживания потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания туристов на предприятии, основные принципы организации коллективного производственная практика, сервисная практика культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
потребителей Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
Знает: основные технологии профессиональной коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания туристов на предприятиих туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
коммуникации в процессе обслуживания потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
потребителя туристских услуг, технику безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		<u> </u>
безопасности на конкретном предприятии и внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
внутренние стандарты предприятия для обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
обслуживания потребителя туристских услуг, современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
современные технологические процессы обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного Производственная практика, сервисная практика (6 семестр) Культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
обслуживания туристов на предприятии, основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
основные технологические циклы и процессы обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		=
обслуживания на предприятиях туриндустрии, основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		обслуживания туристов на предприятии,
основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		основные технологические циклы и процессы
основные принципы организации коллективного труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		обслуживания на предприятиях туриндустрии,
Производственная практика, сервисная практика (6 семестр) труда, основы корпоративной культуры и культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		основные принципы организации коллективного
культуры межличностного общения на предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с	Производственная практика, сервисная практика	
предприятии туриндустрии Умеет: организовать общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с	1	
общение с потребителем туристских услуг, выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с	(**************************************	
выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
техники безопасности на рабочем месте и указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
указывать их в отчете по практике, предлагать мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
мероприятия по решению проблем, осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		
осуществлять обслуживание туристов на основе инновационных технологий в соответствии с		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
инновационных технологий в соответствии с		
сорремении ими тен пениндии миророй		
		современными тенденциями мировой
туриндустрии, анализировать условия		
деятельности при организации и разработке		деятельности при организации и разработке

туров; осуществлять командный процесс обслуживания потребителей туристских услуг, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в процессе обслуживания потребителя Имеет практический опыт: коммуникации в процессе обслуживания потребителей туристских услуг, безопасного обслуживания потребителя туристских услуг, на основе международных и российских нормативноправовых актов, и внутренних стандартов предприятия, реализации технологических процессов в туристской деятельности и в процессе обслуживания потребителей туристских услуг, реализации технологического цикла обслуживания потребителей на основе клиенториентированных технологий, выполнения квалификационных требований, должностных инструкций и норм корпоративной культуры предприятий туриндустрии

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 26,75 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах Номер семестра 8 9		
Общая трудоёмкость дисциплины	144	72	72	
Аудиторные занятия:	16	8	8	
Лекции (Л)	0	0	0	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	8	8	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	0	
Самостоятельная работа (СРС)	117,25	59,75	57,5	
с применением дистанционных образовательных технологий	0			
Выполнение индивидуального кейс-задания для подготовки к тренингу "Организация продаж и продвижение турпродукта"	10	0	10	
подготовка к экзамену	17,5	0	17.5	
Индивидуальный проект	8	0	8	
Выполнение индивидуального кейс-задания для подготовки к тренингу "Дистанционное обслуживание туристов"	6	6	0	
Подготовка к зачету	4	4	0	
Разноуровневые задачи и задания по темам: Туристские формальности, Паспортно-визовые формальности, Таможенно-тарифное регулирование, Меры безопасности как разновидность туристских формальностей.	10	10	0	
Мультимедийная презентация "Особенности отельной базы.	3	0	3	

пляжного отдыха"			
Подготовка портфолио	7	0	7
Подготовка к тренингу "Дистанционное обслуживание туристов"	16	16	0
Мультимедийная презентация. Использование телекоммуникационных технологий в обслуживании туристов	2	2	0
Подготовка пакета документов на визу в Америку, Канаду, Австралию, Кипр, Шенген	13,75	13.75	0
Разноуровневые задачи и задания по теме "Организация и продвижение турпродукта"	12	0	12
Эссе "Анализ изменений в нормативно-правовом регулирование в разработке туристского продукта"	6	6	0
Мультимедийная презентация. Использование информационно- коммуникативных технологий в обслуживании туристов	2	2	0
Консультации и промежуточная аттестация	10,75	4,25	6,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	_	зачет	экзамен

5. Содержание дисциплины

No	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
раздела	1	Всего	Л	П3	ЛР
1	Технологические новации в туристской сфере	2	0	2	0
2	Туристские формальности	6	0	6	0
3	Турагентская деятельность, взаимодействия туроператоров и турагентов	4	0	4	0
4	Продвижение туристского продукта с использованием современных технологий	4	0	4	0

5.1. Лекции

Не предусмотрены

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	<u>№</u> раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол- во часов
1	1	Тренинг "Дистанционное обслуживание туристов"	2
2		Теоретические и организационные основы туристских формальностей. Туристские формальности отдельных стран мира. Меры безопасности как разновидность туристских формальностей. Нормативно-правовое регулирование в разработке туристского продукта	2
3		Паспортно-визовые формальности . Таможенно-тарифное регулирование	2
4	2	Медицинские формальности	2
5	3	Организация пляжного отдыха. Ведущие туроператоры. Особенности проектирования и реализации турпродукта. Отельная база популярных пляжных курортов для россиян.	1
6	3	Организация культурно-познавательных туров. Ведущие туроператоры. Особенности проектирования и реализации турпродукта. Особенности инфраструктуры.	1
7	,	Организация оздоровительных туров. Ведущие туроператоры. Особенности проектирования и реализации турпродукта. Особенности инфраструктуры.	1

8		Организация спортивных туров. Ведущие туроператоры. Особенности проектирования и реализации турпродукта. Особенности инфраструктуры.	1
9	4	Тренинг «Организация продаж и продвижения турпродукта»	4

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

	Drywa wysywa CDC
	Выполнение СРС
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, гл
Выполнение индивидуального кейс- задания для подготовки к тренингу "Организация продаж и продвижение турпродукта"	Туроперейтинг: Учебное Пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская – Находка: филиал 89694-124-8
подготовка к экзамену	Туроперейтинг: Учебное Пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская – Находка: филиал 89694-124-8 Шмелёва М.В. Туристские формальности: учебно-методическое по
Индивидуальный проект	Туроперейтинг: Учебное Пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская – Находка: филиал 89694-124-8 Шмелёва М.В. Туристские формальности: учебно-методическое по
Выполнение индивидуального кейс- задания для подготовки к тренингу "Дистанционное обслуживание туристов"	Туроперейтинг: Учебное Пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская – Находка: филиал 89694-124-8
Подготовка к зачету	Фрейнкина, И. А. Документационное обеспечение управления предприятий тург направлениям 100400.62 Туризм" и 101100.62 "Гостиничное дело" И. А. Фрейнк ЮУрГУ Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2013 202, [1] с. электрон. в Римская – Находка: филиал ФГБОУ ВПО «ВГУЭС» в г. Находке, 2014. – 128 с. I учебно-методическое пособие / М.В. Шмелёва. – Ульяновск: УлГУ, 2019. – 30 с.
формальности,	Социально-культурный сервис и туризм: Тестовые задания: учебное пособие для сервис и туризм» и 100201 «Туризм»/ под ред. Т.Н. Третьяковой, Н.Н. Нохриной ЮУрГУ, 2011. – Ч.1 – 115 с.
Мультимедийная презентация "Особенности отельной	Электронные каталоги туроператоров https://pegast.ru/agency/cooperation/catalogstour.com/news.html?id=7019952&utm_source=admitad▮=c8a3c0d816fee41e.https://www.pac.ru/clb/help/catalogs/

Подготовка портфолио	Туроперейтинг: Учебное Пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская – Находка: филиал 89694-124-8
Подготовка к тренингу "Дистанционное обслуживание туристов"	Туроперейтинг: Учебное Пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская – Находка: филиал 89694-124-8
	Морозов, М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и 230500 "Социалкультур. сервис и туризм" М. А. Морозов, Н. С. Морозова 5-е
Подготовка пакета документов на визу в Америку, Канаду, Австралию, Кипр, Шенген	https://ru.usembassy.gov/ru/ https://www.international.gc.ca/country-pays/russia-russi https://www.vfsglobal.com/en/individuals/index.html https://russia.embassy.gov.au/ms http://www.mfa.gov.cy/mfa/Embassies/embassy_moscow.nsf/All/F316813FF1591923
Разноуровневые задачи и задания по теме "Организация и продвижение турпродукта"	Социально-культурный сервис и туризм: Тестовые задания: учебное пособие для сервис и туризм» и 100201 «Туризм»/ под ред. Т.Н. Третьяковой, Н.Н. Нохриной, ЮУрГУ, 2011. – Ч.1 – 115 с.
	http://ivo.garant.ru/#/doclist/13336:3 http://ivo.garant.ru/#/doclist/13353:5 http://ivo.g https://tourism.gov.ru/contents/documenty/normativno-pravovie-akty
Мультимедийная презентация.	Морозов, М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и 230500 "Социалкультур. сервис и туризм" М. А. Морозов, Н. С. Морозова 5-е

6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ KM	Се- местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Bec	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи- тыва- ется в ПА
1	8	Текущий контроль	Тренинг «Дистанционное обслуживание туристов»	1	20	19-20 баллов – Студент свободно ориентируется в туристской терминологии. Знает понятия «пакет услуг (тур)», «класс обслуживания», «туристский маршрут» (типы туристских маршрутов), «программа	зачет

						обслуживания». Способен продвигать	
						и реализовывать туристский продукт	
						с использованием информационных и	
						коммуникативных технологий.	
						Владеет технологией продаж	
						туристского продукта и отдельных	
						туристских услуг с использованием	
						информационных и	
						информационных и коммуникативных технологий	
						15-18 баллов – Студент достаточно	
						•	
						свободно ориентируется в туристской	
						терминологии иногда обращаясь к	
						письменному тексту конспектов.	
						Способен продвигать и	
						реализовывать туристский продукт с	
						использованием информационных и	
						коммуникативных технологий	
						опираясь на инструкции. Владеет	
						основами технологии продаж	
						туристского продукта и отдельных	
						туристских услуг с использованием	
						информационных и	
						коммуникативных технологий	
						10-14 баллов – Выступающий не	
						вполне убедителен и уверен в	
						материале, частично нарушена	
						логика и техника реализовывать	
						туристский продукт с	
						использованием информационных и	
						коммуникативных технологий	
						допускаются множественные	
						ошибки, затрудняющие общее	
						понимание.	
						≤ 10 баллов – Теоретический	
						материал, терминология и технология	
						обслуживания не проработаны,	
						изложение нелогично, представлен с	
L						грубыми ошибками.	
						18-20 баллов – Студент свободно	
						ориентируется в технологии	
						проектирования услуги при заданных	
						критериях и нормативных	
						требованиях, осуществляет поиск,	
			Т			сбор и структурирование	
			Теоретические и			информации, необходимой для	
			организационные			решения поставленной задачи.	
		Текущий	основы туристских	4	20	Расчеты произвелены верно	
2	8	контроль	формальностей.	1	20	формуляры заполнены без ошибок.	зачет
		110111 P 001B	Решение			15-17 баллов – Студент	
			практических			ориентируется в технологии	
			задач.			проектирования услуги при заданных	
						критериях и нормативных	
						требованиях, осуществляет поиск,	
						сбор и структурирование	
						информации, необходимой для	
						решения поставленной задачи следуя	
						решения поставленной задачи следуя	

	T	T	1				ı
						инструкции. Расчеты произведены	
						верно, формуляры заполнены без	
						существенных ошибок.	
						10-14 баллов – Студент слабо	
						ориентируется в технологии	
						проектирования услуги при заданных	
						критериях и нормативных	
						требованиях, затруднен поиск, сбор и	
						структурирование информации,	
						необходимой для решения	
						поставленной задачи следуя	
						инструкции. Расчетах допущены	
						недочеты и формуляры заполнены с	
						ошибками.	
						≤ 10 баллов – Студент не	
						ориентируется в технологии	
						проектирования услуги при заданных	
						критериях и нормативных	
						требованиях, не может осуществить	
						поиск, сбор и структурирование	
						информации, необходимой для	
						решения поставленной задачи следуя	
						инструкции. Расчеты не верны,	
						формуляры заполнены с ошибками.	
						9-10 баллов – Студент свободно	
						ориентируется в технологии	
						проектирования услуги при заданных	
						критериях и нормативных	
						требованиях, осуществляет поиск, сбор и структурирование	
						информации, необходимой для	
						решения поставленной задачи.	
						Список документов определен верно,	
						формуляры заполнены без ошибок.	
						8 баллов – Студент ориентируется в	
						технологии проектирования услуги	
						при заданных критериях и	
						нормативных требованиях,	
			Паспортно-визовые			осуществляет поиск, сбор и	
	0	Текущий	формальности.		1.0	структурирование информации,	
3	8	контроль	Таможенно-	1	10	необходимой для решения	зачет
		1	тарифное			поставленной задачи следуя	
			регулирование			инструкции. Список документов	
						определен верно, формуляры	
						заполнены без существенных	
						ошибок.	
						6-7 баллов – Студент слабо	
						ориентируется в технологии	
						проектирования услуги при заданных	
						критериях и нормативных	
						требованиях, затруднен поиск, сбор и	
						структурирование информации,	
						необходимой для решения	
						поставленной задачи следуя	
						инструкции. Список документов и	
		1	1			формуляры заполнены с ошибками.	I

						≤ 5 баллов — Студент не ориентируется в технологии проектирования услуги при заданных критериях и нормативных требованиях, не может осуществить поиск, сбор и структурирование информации, необходимой для решения поставленной задачи следуя инструкции. Список документов определен не верно, формуляры заполнены с ошибками.	
4	8	Текущий контроль	Медицинские формальности	1	10	9-10 баллов — Студент свободно ориентируется в технологии проектирования услуги при заданных критериях и нормативных требованиях, осуществляет поиск, сбор и структурирование информации, необходимой для решения поставленной задачи. Расчеты произведены верно, формуляры заполнены без ошибок. 8 баллов — Студент ориентируется в технологии проектирования услуги при заданных критериях и нормативных требованиях, осуществляет поиск, сбор и структурирование информации, необходимой для решения поставленной задачи следуя инструкции. Расчеты произведены верно, формуляры заполнены без существенных ошибок. 6-7 баллов — Студент слабо ориентируется в технологии проектирования услуги при заданных критериях и нормативных требованиях, затруднен поиск, сбор и структурирование информации, необходимой для решения поставленной задачи следуя инструкции. Расчетах допущены недочеты и формуляры заполнены с ошибками. ≤ 5 баллов — Студент не ориентируется в технологии проектирования услуги при заданных критериях и нормативных требованиях, не может осуществить поиск, сбор и структурирование информации, необходимой для решения поставленной задачи следуя инструкции. Расчеты не верны, формуляры заполнены с ошибками.	зачет
5	8	Проме-	Тест	-	45	45 баллов – 46-50 правильных	зачет

		1			ı	I	
		жуточная				ответов.	
		аттестация				40 баллов – 43-45 правильных	
						ответов.	
						35 баллов – 38-42 правильных	
						ответов.	
						30 баллов – 34-37 правильных	
						ответов.	
						25 баллов – 30-33 правильных	
						ответов.	
						0-20 баллов – 1-29 правильных	
						ответов.	
						9-10 баллов – Студент свободно	
						ориентируется в туристской	
						терминологии. Знает понятия «пакет	
						услуг (тур)», «класс обслуживания»,	
						«туристский маршрут» (типы	
						туристских маршрутов), «программа	
						обслуживания». Способен продвигать	
						и реализовывать туристский продукт	
						с использованием информационных и	
						коммуникативных технологий.	
						Владеет технологией продаж	
						туристского продукта и отдельных	
						туристских услуг с использованием	
						информационных и	
						коммуникативных технологий	
						8 баллов – Студент достаточно	
						свободно ориентируется в туристской	
						терминологии иногда обращаясь к	
						письменному тексту конспектов.	
			Организация			Способен продвигать и	
			пляжного отдыха.			реализовывать туристский продукт с	
6	9	Текущий	Особенности	1	10		экзамен
		контроль	отельной базы.		10	коммуникативных технологий	01100011011
			Подготовка			опираясь на инструкции. Владеет	
			презентаций			основами технологии продаж	
						туристского продукта и отдельных	
						туристских услуг с использованием	
						информационных и	
						коммуникативных технологий	
						6-7 баллов – Выступающий не вполне	
						убедителен и уверен в материале,	
						частично нарушена логика и слабое	
						предствление о технике	
						реализовывать туристский продукт с	
						использованием информационных и	
						коммуникативных технологий	
						допускаются множественные	
						ошибки, затрудняющие общее	
						понимание.	
						пониманис. ≤ 5 баллов – Теоретический	
						материал, терминология не	
						проработаны, изложение нелогично,	
						прорасотаны, изложение нелогично, представлен с грубыми ошибками.	
-		Такалич	Oppositioning			9-10 баллов – Студент свободно	
7	9	Текущий	Организация	1	10	3	экзамен
		контроль	оздоровительных			ориентируется в туристской	

	1			1		T			
			туров. терминологии. Знает понятия «пакет						
			Особенности.			услуг (тур)», «класс обслуживания»,			
			проектирования и			«туристский маршрут» (типы			
			реализации			туристских маршрутов), «программа			
			турпродукта			обслуживания». Способен продвигать			
						и реализовывать туристский продукт			
						с использованием информационных и			
						коммуникативных технологий.			
						Владеет технологией продаж			
						туристского продукта и отдельных			
						туристских услуг с использованием			
						информационных и			
						коммуникативных технологий			
						8 баллов – Студент достаточно			
						свободно ориентируется в туристской			
						терминологии иногда обращаясь к			
						письменному тексту конспектов.			
						Способен продвигать и			
						реализовывать туристский продукт с			
						использованием информационных и			
						коммуникативных технологий			
						опираясь на инструкции. Владеет			
			основами технологии продаж						
						туристского продукта и отдельных			
						туристских услуг с использованием			
			информационных и						
			коммуникативных технологий						
						6-7 баллов – Выступающий не вполне			
						убедителен и уверен в материале,			
						частично нарушена логика и техника			
						реализовывать туристский продукт с			
						использованием информационных и			
						коммуникативных технологий			
						допускаются множественные			
						ошибки, затрудняющие общее			
						понимание.			
						топимание. ≤ 5 баллов – Теоретический			
						материал, терминология и технология			
						обслуживания не проработаны,			
						изложение нелогично, представлен с			
						грубыми ошибками.			
						9-10 баллов – Выступающие			
						свободно ориентируется в			
						представляемом материале, без			
						опоры на письменный текст,			
						-			
						материал логично выстроен мысль излагается свободно, содержание			
						· -			
0	9	Текущий	Организация	1	10	соответствует теме, идеи	DIMBOS COT		
8	9	контроль	спортивных туров	1	10	сформулированы четко, изложены	экзамен		
		_				ясно, логично и полно, выводы			
						обоснованы, на вопросы			
						преподавателя дается полный и			
						развернутый ответ.			
						Студенты свободно ориентируются в			
						туристской терминологии. Знают			
						понятия «пакет услуг (тур)», «класс			

обслуживания», «туристский маршрут» (типы туристских маршрутов), «программа обслуживания». Способны продвигать и реализовывать туристский продукт с использованием информационных и коммуникативных технологий. Владеют технологией продаж туристского продукта и отдельных туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий 8 баллов – Выступающие достаточно свободно ориентируется в представляемом материале, иногда обращаясь к письменному тексту, логика изложения в целом не нарушена, не препятствующие общему пониманию, содержание соответствует теме, идеи сформулированы четко, изложены ясно, выводы сделаны частично или не всегда обоснованы, на вопросы преподавателя дается понятный ответ. Студенты Способен продвигать и реализовывать туристский продукт с использованием информационных и коммуникативных технологий опираясь на инструкции. Владеет основами технологии продаж туристского продукта и отдельных туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий 6-7 баллов – Выступающий не вполне убедителен и уверен в представляемом материале, текст доклада читается, частично нарушена логика изложения материала, допускаются множественные ошибки, на вопросы преподавателя даются краткие и несодержательные ответы. Содержание частично соответствует теме, идеи сформулированы не четко, есть недочеты в логике и полноте изложения, выводы обоснованы недостаточно убедительно. ≤ 5 баллов – Материал не проработан, изложен нелогично, представлен с грубыми ошибками, ответы на вопросы выступающие дать затрудняется. Содержание не соответствует теме, идеи

						сформулированы нечетко, нелогично	
						и обрывочно, выводов нет.	
9	9	Текущий контроль	Организация культурно- познавательных туров	1	10	9-10 баллов — Студент свободно ориентируется в туристской терминологии. Знает понятия «пакет услуг (тур)», «класс обслуживания», «туристский маршрут» (типы туристских маршрутов), «программа обслуживания». Способен продвигать и реализовывать туристский продукт с использованием информационных и коммуникативных технологий. Владеет технологией продаж туристского продукта и отдельных туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий 8 баллов — Студент достаточно свободно ориентируется в туристской терминологии иногда обращаясь к письменному тексту конспектов. Способен продвигать и реализовывать туристский продукт с использованием информационных и коммуникативных технологий опираясь на инструкции. Владеет основами технологии продаж туристского продукта и отдельных туристского продукта и отдельных туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий 6-7 баллов — Выступающий не вполне убедителен и уверен в материале, частично нарушена логика и техника реализовывать туристский продукт с использованием информационных и коммуникативных технологий допускаются множественные ошибки, затрудняющие общее понимание. ≤ 5 баллов — Теоретический материал, терминология и технология обслуживания не проработаны, изложение нелогично, представлен с грубыми ошибками.	экзамен
10	9	Текущий контроль	Тренинг Организация продаж и продвижение турпродукта	1	20	18-20 баллов — Логотип и слоган отражают основной замысел туристского продукта. Учтены все этапы. План-график мероприятий последователен и развернут. Оптимальный выбор его элементов аргументирован обоснован. Безошибочное соотнесение бюджета. Исчерпывающее и точное описание замысла и позиции продукта и постановка целей и задач для	экзамен

рекламного агентства. 14-18 баллов — Логотип и слоган не четко отражают основной замысел туристского продукта. В план-график мероприятий допущены небольшие негочности. Оптимальный выбор его элекситов артументирован обоснован, Безонибочное сооттесение биркста. Иечериывающее и точное описание замыса, и нозиции продукта и постановка пелей и задач для рекламного агентства. 12-14 баллов — Логотип и слоган не отражают основной замысел туристского продукта. При разработке плана допущена непоследовательность в этапы, инструменты продвижения выбраны приблизительно, отсустствует артументация. В соотнесении бюджета допущены опибки, сумымы затрат округислы. При определении конкурситных преимуществ допущена значимая опибка, ист постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов — Логотип и слоган не разработан. План не оставлен. Затружентов прозвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентые определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов — Логотиском обоснованные двяжение воготомнения, приведение примеров в подтверждение своето мнения, приведение примеров в подтверждение своето мнения и артументации, ист примеров подтверждение своето мнения, отращненный запас туристекой герминологии, опибки.		1	1		1		1	
нетко отражают основной замысел туристского продукта. В план-график мероприятий допущены небольние негочности. Оптимальный выбор его заментов артументирован обоснован. Безопибочное соотнесение бюджета. Исчерпывающее и точное описание замысла и позиции продукта и постановки ценей и задач для рекламного агентства. 12-14 баллов — Логотип и слоган пе отражают основной замысел туристского продукта. При разработке плана допущена непоследовательность в этапах, выплущены зателимые этапа. Миструменты продвижения выбраны приблизительно, отсуствует аргументация. В соотнесении болжета допущена ободжета допущена инфинациальный приблизительно, отсуствует аргументация. В соотнесении конкурситных предмущенть допущена заначимаю защибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентетва. ≤ 12 баллов — Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурситные предмущества предвижения обоснованные развернутые ответы на вопросы предвижения отсутствует. Зба-40 баллов — Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы предвижение своето мнения, приведение примеров в подтверждение своето мнения, приведение примеров в подтверждение; описки. 24-20 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, по нет своето мнения, приведение примеров подтверждение; описки. 24-20 баллов — Кратке ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказываваны своето мнения и аргументации, ист примеров в подтверждение; описки. 24-20 баллов — Кратке ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывавание обосно мнения и аргументации, ист примеров в подтверждение; описки. 24-20 баллов — Кратке ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывавание обосно мнения и аргументации, ист примеров в подтверждение своето мнения, отравниченый запас туристской							±	
туристского продукта. В план-график мероприятий долущены небольшие петочности. Оптимальный выбор его элементов аргументирован обосновал. Есзопинбочное соотвесение бюджета. Исчерпывающее и точное описание замысла и позиции продукта и постановка целей и задва для рекламного агентства. 12-14 быдлов — Логотип и слоган не отражают основной замыссл. Туристского продукта. При разработке плана допущена пеноследовательность в этапах, выпущены значимые этапы. Инструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументация. В соотнесении бюджета допущены значимые этапы. Обиджета допущены значимые этапы. Инструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументация. В соотнесении бюджета токруглены. При определении конкурситных предимущества выбора инструментов поставлен. Затрудияется в выборе инструментов продвижения. Волжет не разработан. План не составлен. Затрудияется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замыссл не сформулирован. Конкурентные совето мнения, приведение примеров в подтверждение; описбки. 36-24 бадлов — Разгернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своето мнения, приведение примеров в подтверждение; описбки. 24-20 бадлов — Кратке ответы на вопросы преподавателя, по нет своето мнения, приведение описбки и артументации, нет примеров в подтверждение совото мнения и артументации, нет примеров в подтверждение совото мнения, ограниченный залае туристской								
мероприятий допущены небольшие источности. Оптимальный выбор сто элементов артументирован обоснован. Безопибочное соотнесение бюджета. Исчерпывающее и точное описание замысла и позиции продукта и постанова ценей и задач для рекламного агентства. 12-14 баллов — Логоти и слоган не отражают основной замыссл туристского продукта. При разработке плана допушена непоследовательность в этапах, выпушены значимые определении бюдукста допущена изачимае опибки, суммы заграт округлены. При определении конкурентных преимуществ допушена значимае опибка, цет постаноки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов — Логотии и слоган не разработан. План не составлен. Затуриляется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не рединстичен. Конкурентные преимущества не определены. Замыссл не сформунирован. Компешия продвуждение выструментов продвижения разработан. План не составлен. Затуриляется в епоределены. Замыссл не сформунирован. Компешия продвуждение обесновальной терминологии; допускаются отдельные меляке опибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение смосто мисния дин нет докодов в гоподтверждение, опибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, по нет смоето мисния и на вопросы преподавателя, по нет смоето мисния и на вопросы преподавателя, трудности при высказавании своето мнения и авторменные и авторменные окого мнения и авторменные и авторменные запас туристской подавателя, трудности при высказавании своето мнения и артументации, нет примеров в подтверждение, опибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказавании своето мнения и артументации, нет примеров в подтверждение, опибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказавании своето мнения и артументации, нет примеров в подтверждение осого мнения и артументац							•	
неточности. Оптимальный выбор его элементов аргументирован обоснован. Безошнбочное соотнесение бюджета. Исчернывающее и точное описание замысла и позиции продукта и постановка целей и задач для рекламного агентства. 12-14 баллов – Логотип и слоган не отражают основной замысле туристского продукта. При разработке плана допушена непоследовательность в этапах, выпущены значимые этапы. Инструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументация. В соотнесении бюджета голуписны опибки, сумыл затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ удопущена значимая опшбки, сумыл затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ допушена значимая опшбки, емпьотатовку преимуществ постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов – Логотип и слоган пе разработан. План не составлен. Затурудижетоя не выборе инструментов продижения. Бюджет пе среалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов – Поточески обоснованных развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие опшбки. 36-24 баллов – Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своето мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, но нет своето мнения и авторыем нето подтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, но нет своето мнения и авторующей на вопросы преподавателя, но нет своето мнения и преподавателя на вопросы преподавателом от нето подтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателом от нето подтверждение; ошибки. 24-22 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателом от нето и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, от рамнением объекта нето подаватель. В подтверждение своего мнения, от рамнением								
завментов аргументирован обоснован. Безошибочное соотнесение бюджета. Исчерпывающее и точное описание замысла и поэтини продукта и постановка целей и задач для рекламного агентства. 12-14 бадлов — Логотип и слоган не отражают основной замыссат туристского продукта. При разработке плана допущена непоследовательность в этапах, выпущены заничмые отеутствует аргументы продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументым. В соотпессиии бюджета допущены описки, суммы затрат окрутлены. При определении конкурентных преимуществ допущена значимая опибка, ист постановки нелей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 бадлов — Логотип и слоган не разработан. План пе составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества пе определены. Замысел пе сформущирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 бадлов — Воточески обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение свосто мнения, приведение примеров в подтверждение свосто мнения, приведение примеров в подтверждение своето мнения и аргументации, нет примеро								
обоспован. Безошибочное соотнесение бюджета. Исчернывающее и точное описание замысла и позиции продукта и постановка целей и задач для рекламного агситства. 12-14 баллов — Логотип и слотан не отражают основной замысел туристекого продукта. При разработке плана допущена пепсоследовательность в этапах, выпущены значимые этапы. Инструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументация. В соотнесении бюджета лопущена опиобки, суммы затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ долучена значимая опиобка, ест постановки целей и задач для рекламного агситства. ≤ 12 баллов — Логотип и слотан не разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов — Логотип и догота не вопросы преподваятеля, выражение сового мнения, пираеленые промеров в подтверждение сового мнения, пирока и абор профессиональной терминологии; допускаются отдельные колкис опибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподваятеля, но нет своего мнения, пирока и абор профессиональной терминологии; допускаются отдельные колкис опибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподваятеля, но нет своего мнения и при высказавании своего мнения и аргумстващин, нет примеров в подтверждение сового мнения и аргумстващин, ег примеров в подтверждение сового мнения и аргумствавании своего мнения и аргумствавании своего мнения и аргумствавании своего мнения и аргумстванный запас туристской							неточности. Оптимальный выбор его	
рекламного агентства. Променатестация Променатестация Вопросы к экзамену Променатестация Вопросы к экзамену Вопросы преподавателя, выражение своего мисния, пирокий пабор профессиональной терминологии; допускаются отлельные мелкие ошибки. Занамен при нег доворов в подтверждение своего мисния, пирокаютия допускаются отлельные мелкие ошибки. Занамен при нег доворов в подтверждение своето мисния и авопросы преподавателя, по нег своего мисния и авопросы преподавателя, по нег своего мисния и аргументации, нет примеров в подтверждение своето мисния и аргументации, нет примеров в подтвержденые запамен точеные в подтверждение своето мисния и аргументации, нет примеров в подтвержденые запамен точеные в подтверждение своето мисния и аргументации, нет примеров в подтвержденые запамен точеные в подтверждение своето мисния и аргументации, нет примеров в подтвержденые запамен точеные замен							элементов аргументирован	
Исчерпывающее и точное описание замысла и позитии пролукта и постановка целей и задач для рекламного агентства. 12-14 баллов — Логотип и слоган не отражают основной замыесл туриетского продукта. При разработке плана допущена непоследовательность в этапах, выпущены значимые этапы. Инструменты продимення непоследовательность в этапах, выпущены значимые этапы. Инструменты продимення выбраны приблизительно, отсутствует аргументация. В соотнесении бюджета допущены ошибки, суммы затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ допущена значимая ошибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов — Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Затрудивется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Кописпия и присредения отчетствует. Зб-40 баллов — Потически обосноващые развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение свосто мнения, широкий набор профессиональной термипологии; допускаются отзетына вопросы преподавателя, но нет свосто миспия, присредение ответы на вопросы преподавателя, но нет свосто миспия пли ист доводов в гот подтверждение своето мнения и артументации, ист примеров в подтверждение своето мнения и артументация, ист примеров в подтверждение своето мнения и артументация и тет примеров в подтверждение своето мнения и артументация, ист примеров в подтверждение своето мнения и артументация и тет примеров в подтверждение своето мнения и артументация и тет примеров в подтверждение своето мнения и артументация и тет примеров в подтверждение своето мнения и артументация и тет примеров в подтвержение своето мнения и артументация и тет п							обоснован. Безошибочное	
замысла и позиции продукта и постановка целей и задач для рекламного агентства. 12-14 баллов — Логотип и слогап пе отражают основной замыссл туристекого продукта. При разработке плана допущена непоследовательность в этапах, выпущены значимые этапы. Инструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументания. В соотнесении бюджета допущены ошибки, суммы затрат окрутствы. При определении конкурентных преимуществ допущены ошибки, суммы затрат окрутствы. При определении конкурентных преимущетв допушена значимая опибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов — Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Воджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов — Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие опибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения и аргументации нет примеров в подтверждение своего мнения и аргументации в также от веты на вопросы преподавателя, то неточеское от веты на вопросы преподавателя, то неточеское от от веть на вопросы преподавателя, то неточеское от от веть на вопросы преподавателя на предода на предода на предода на прег							соотнесение бюджета.	
замысла и позиции продукта и постановка целей и задач для рекламного агентства. 12-14 баллов — Логотип и слогап пе отражают основной замыссл туристекого продукта. При разработке плана допущена непоследовательность в этапах, выпущены значимые этапы. Инструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументания. В соотнесении бюджета допущены ошибки, суммы затрат окрутствы. При определении конкурентных преимуществ допущены ошибки, суммы затрат окрутствы. При определении конкурентных преимущетв допушена значимая опибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов — Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Воджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов — Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие опибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения и аргументации нет примеров в подтверждение своего мнения и аргументации в также от веты на вопросы преподавателя, то неточеское от веты на вопросы преподавателя, то неточеское от от веть на вопросы преподавателя, то неточеское от от веть на вопросы преподавателя на предода на предода на предода на прег							Исчерпывающее и точное описание	
постановка целей и задач для рекламного агентетва. 12-14 баллов — Логотип и слоган не отражают основной замысел туристского продукта. При разработке плана допущена пспоследовательность в этапах, выпушены значимые этапы. Инструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументы продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументы продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументы продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументым ремирищены ошибки, суммы затрат окруплены. При определении бюджета допушена значимая ошибки, суммы затрат окруплены. При определении конкурентных премуществ постановки целей и задач для рекламного агентетва. ≤ 12 баллов – Логотип и слогап пе разработан. План пе составлен. Затрудивется в выборе инструментов предвижения. Вюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества пс определены. Замысел пе сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов – Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение свосто мисния, приведение примеров в подтверждение свосто мисния, и допускаются отдельные мелкие опибки. 36-24 баллов – Разгернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет свосто мисния или пст доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании свосто мисния и артументации, нет примеров в подтверждение свосто мисния и артументации нет примеров в подтверждение свосто мисния и артументации нет примеров в подтверждение свосто мисния и артументации в применение объеменение объеменение объеменение								
рекламного агентства. 12-14 баллов — Логотип и слоган не отражают основной замысел туристского продукта. При разработке плана допущена пенословательность в этапах, выпущены значимые этапы. Инструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументация. В соотпесении бюджета допущены ошибки, суммы затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ допущены опибки, ето постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов — Логотип и слогап пе разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Болжет не реалистичен. Конкурентные преимущества пе определены. Замысел не сформулирован. Конненция продвижения отсутствует. 36-40 баллов — Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, въражение свосто миения, пирокий набор профессиональной терминологии; допускаются отгельные мелкие опибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет среминологии; допускаются отгуление мелкие опибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет среминологии; допускаются отгуленые мелкие опибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, по нет среминологии; допускаются отгуленные мелкие опибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, по нет опоттверждение; опибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании свосто мисшия и артументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
отражают основной замысел туристского продукта. При разработке плана долущена пепоследовательность в этапах, выпущены значимые этапы. Инструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументация. В соотпесении бюджета допущены опибки, суммы затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ допущена значимыя опибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. < 12 балдов − Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов предвижения. Бюджет пе реалистичен. Конкурентные преимущества пе определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов − Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своето мнения, приведение примеров в подтверждение своето мнения, ими режение своето мнения, приредение примеров в подтверждение; опибки. 36-24 баллов − Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своето мнения или нет доводов в его подтверждение; опибки. 24-20 баллов − Краткие ответы на вопросы преподавателя, но нет своето мнения или нет доводов в его подтверждение; опибки. 24-20 баллов − Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своето мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своето мнения, ограниченый запас туристской							рекламного агентства.	
туристского продукта. При разработке плапа допушена непоследовательность в этапах, выпущены значимые этапы. Ийструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументация. В соотнесении бюджета допущены ошибки, суммы затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ допущена значимая ошибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов – Логотии и слоган не разработан. План не составлен. Затрудияется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентных преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов – Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные менкие ошибки. 36-24 баллов – Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения и нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, то нет своего мнения и нет доводов в гоподтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своето мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							12-14 баллов – Логотип и слоган не	
туристекого продукта. При разработке плапа допущена непоследовательность в этапах, выпущены значимые этапы. Ииструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументация. В соотнесении бюджета допущены ошибки, суммы затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ допущена значимая ошибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баплов — Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Загрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентных преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. Зб-40 баллов — Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражещие своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные менкие опнобки. Зб-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет сеоего мнения и нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своето мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							отражают основной замысел	
разработке плана допущена непоследовательность в этапах, выпущены значимые этапа. Инструменты продвижения выбраны приблизитсльно, отсутствует аргументация. В соотнесении бюджета допущены опибки, суммы затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ допущена значимая ошибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов — Логотип и слоган не разработан. Плап не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформущорован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов — Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, щирокий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, по нет совего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументие; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументие, оправление; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, прудности при высказывании своего мнения и аргументие, ограниченный запас туристской							=	
непоследовательность в этапах, выпущены значимые этапы. Ииструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументация. В соотпесении бюджета допущены ошибки, суммы затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ допущена значимая оппибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов – Логотии и слоган не разработан. План не составлен. Затрудияется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества пе определены. Замысен не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. Зб-40 баллов – Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподаватсля, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своето мнения, пирокий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов – Развернутые ответы на вопросы преподавателя, по пет сотдельные мелкие ошибки. 34-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, то пет сотдельные мелкие ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, то пет совето мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, то пет совето мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, то пет совето мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своето мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своето мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своето мнения, ограниченный запас туристской								
выпущены значимые этапы. Инструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументация. В соотнесении бюджета допущены ошибки, суммы затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ допущена значимая ошибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов – Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет пе реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов – Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своето мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие опибки. 36-24 баллов – Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своето мнения или нет доводов в его подтверждение; опибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своето мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своето мнения, ограниченный запае туристеской							<u> </u>	
Инструменты продвижения выбраны приблизительно, отсутствует аргументация. В соотнесении бюджета допущены ошибки, суммы затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ допущена значимая ошибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов – Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов – Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие опибки. 36-24 баллов – Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; опибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запае туриетской								
приблизительно, отсутствует аргументация. В соотнесении бюджета допушены ошибки, суммы заграт округлены. При определении конкурентных преимуществ допущена значимая ошибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов – Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов – Логотически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, пирокий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие опибки. 36-24 баллов – Развернутые ответы на вопросы преподавателя, по нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; опибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
аргументация. В соотнесении бюджета допущены ошибки, суммы затрат округлены. При определении конкурентных преимуществ допущена значимая ошибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов — Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов — Логотически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своето мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, приведение и доводов в подтверждение своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченый запас туристской								
бюджета допущены ошибки, суммы заграт округлены. При определении конкурентных преимуществ допущена значимая ошибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов — Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества ие определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов — Логичски обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, щинокий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения и интерминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения и интерминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 24-20 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							-	
Вопросы к экзамену Проме- жуточная аттестация Вопросы к экзамену Вопросы преподавателя, но нет своего мнения и при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
Проме- Вопросы к экзамену Вопросы к экзамену Вопросы преподавателя, по пет бовето мнения или нет доводов в его подтверждение; ощобки. 24-20 баллов − Развернутые ответы на вопросы преподавателя, по нет своего мнения и арргументов продтижение ответы на вопросы преподавателя, по нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ощобки. 24-20 баллов − Краткие ответы на вопросы преподавателя, по нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ощобки. 24-20 баллов − Краткие ответы на вопросы преподавателя, по нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ощобки. 24-20 баллов − Краткие ответы на вопросы преподавателя, по нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ощобки. 24-20 баллов − Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							1	
Допущена значимая ошибка, нет постановки целей и задач для рекламного агентства. ≤ 12 баллов — Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов — Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие опшобки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запае туристской							1 1	
Проме- жуточная аттестация Вопросы к экзамену Обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; опшебки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
рекламного агентства. ≤ 12 баллов — Логотип и слоган не разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. З6-40 баллов — Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
11 9 Проме- жуточная аттестация Вопросы к экзамену 140 Вопросы к экзамену 140 Проме- жуточная аттестация 150 Вопросы к экзамену 140 Вопросы преподавателя, но нет своего мнения и и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, привеста на вопросы преподавателя, но нет своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение; ошибки. 24-20 баллов − Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской 150 ката не разработан. План не составлены не разработан. План не составлены на вопросы преподавателя, выражение своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской 150 ката не разработан. План не составлен. Затрудняет не резагработан. План не составлен. Затрудняет не резаграции своетом не резагработан. План не составлен. Затрудняет не резаграния. Выборо мнения подставление в подтверждение своетом нения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
разработан. План не составлен. Затрудняется в выборе инструментов продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов – Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов – Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							<u> </u>	
Проме- проме- жуточная аттестация Вопросы к экзамену Вопросы к экзамену Вопросы к экзамену Вопросы к экзамену Вопросы промения и детумента ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
продвижения. Бюджет не реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов – Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов – Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							* *	
реалистичен. Конкурентные преимущества не определены. Замысел не сформулирован. Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов – Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов – Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
Проме- жуточная аттестация Вопросы к экзамену Вопросы к экзамену Вопросы к экзамену Вопросы к экзамену Вопросы к экзамения отертация привереждение обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов – Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							-	
Проме- жуточная аттестация Вопросы к экзамену Вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							7 1	
Концепция продвижения отсутствует. 36-40 баллов — Логически обоснованные развернутые ответы на вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
Проме- жуточная аттестация Вопросы к экзамену Вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
Проме- жуточная аттестация Вопросы к экзамену Вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
Вопросы преподавателя, выражение своего мнения, приведение примеров в подтверждение своего мнения, широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов – Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов – Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
Проме- жуточная аттестация Вопросы к экзамену Вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							1	
Проме- вопросы к экзамену Вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
Промежуточная аттестация Вопросы к экзамену - 40 Широкий набор профессиональной терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
Проме- жуточная аттестация Вопросы к экзамену - 40 Терминологии; допускаются отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							<u> </u>	
Промежуточная аттестация Вопросы к экзамену - 40 Отдельные мелкие ошибки. 36-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
Промежуточная аттестация Вопросы к экзамену - 40 Зб-24 баллов — Развернутые ответы на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							_ = ·	
Вопросы к экзамену - 40 на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
11 9 жуточная аттестация экзамену - 40 на вопросы преподавателя, но нет своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской			Проме-	D			1 2	
экзамену своего мнения или нет доводов в его подтверждение; ошибки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской	11	9	-	•	_	40		экзамен
подтверждение; ошиоки. 24-20 баллов — Краткие ответы на вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской		-	_	экзамену				
вопросы преподавателя, трудности при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской			.,					
при высказывании своего мнения и аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской								
аргументации, нет примеров в подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							1 1	
подтверждение своего мнения, ограниченный запас туристской							-	
ограниченный запас туристской							аргументации, нет примеров в	
							<u> </u>	
терминологии, ошибки.								
							терминологии, ошибки.	
≤ 20 баллов – Неадекватные ответы,					L		\leq 20 баллов — Неадекватные ответы,	

		непонимание вопросов преподавателя, ограниченный запас понятийного аппарата, большое	
		количество ошибок.	

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	Собеседование	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения
зачет	Тест	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	№ KM 123456789101										
	2 20,112211121	1	2	2 3	4	- 5	56	7	8	9	10	11
УК-6	Знает: сущность и социальную значимость профессии в сфере туризма; требования к профессиональной подготовленности к деятельности в туристской индустрии	+	-++				⊦	Н	- +		+ -	+
УК-6	Умеет: осуществлять поиск, сбор и структурирование информации, необходимой для решения профессиональных задач в туристской индустрии	+	-++		- -		⊦⊣		-+	-+-	+ -	+
УК-6	Имеет практический опыт: планирования собственной стратегии профессионального развития	+	- +	- -	-						+ -	+
ПК-2	Знает: технологии проектирования туристского продукта/программы/услуги при заданных критериях и нормативных требованиях		+	-	- -		H			-	+ -	+
ПК-2	Умеет: ставить задачи проектирования туристского продукта при заданных критериях и нормативных требованиях; разрабатывать туристский продукт с учетом технологических, социально-экономических и других требований		+		- -					-	+ -	+
ПК-2	Имеет практический опыт: проектирования программ туров, экскурсионных программ и другие продуктов туристской деятельности		+								+ -	+
ПК-3	Знает: классификацию туроператоров и турагентов, технологические процессы взаимодействия туроператоров и турагентов на всех этапах формирования и продвижения туристского продукта	+					+			-	+ -	+
ПК-3	Умеет: организовывать реализацию проектов туристских продуктов, взаимодействие туроператора и турагента	+	-							_	+ -	+
ПК-3	Имеет практический опыт: организации и методами формирования ассортимента туристских продуктов	+	_							-	+ -	+
ПК-4	Знает: понятия «пакет услуг (тур)», «класс обслуживания», «туристский маршрут» (типы туристских маршрутов), «программа обслуживания»	+	-				++		-+	-+-	+ -	+
ПК-4	Умеет: продвигать и реализовывать туристский продукт с использованием информационных и коммуникативных технологий	+						H	+	+-	+ -	+
ПК-4	Имеет практический опыт: продаж туристского продукта и отдельных туристских услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий	+						Η	+	+-	+ -	+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

- 1. Морозов, М. А. Информационные технологии в социальнокультурном сервисе и туризме. Оргтехника [Текст] учеб. для вузов по специальности 230500 "Социал.-культур. сервис и туризм" М. А. Морозов, Н. С. Морозова. - 5-е изд., стер. - М.: Академия, 2007. - 238, [1] с. ил.
- 2. Фрейнкина, И. А. Документационное обеспечение управления предприятий туриндустрии [Текст: непосредственный] учеб. пособие по направлениям 100400.62 Туризм" и 101100.62 "Гостиничное дело" И. А. Фрейнкина; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Туризм и соц.-культур. сервис; ЮУрГУ. Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2013. 202, [1] с. электрон. версия
- 3. Дерябин, А. В. Теория и методология социально-экономических исследований [Текст: непосредственный] учеб. пособие по направлению "Туризм" А. В. Дерябин, А. В. Дерябина, И. А. Фрейнкина; Юж.-Урал. гос. унт, Каф. Туризм и социал.-культур. сервис; ЮУрГУ. Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2016. 130, [1] с. электрон. версия
- 4. Чудновский, А. Д. Информационные технологии управления в туризме [Текст] учеб. пособие для вузов А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. 2-е изд., стер. М.: КНОРУС, 2007. 100, [1] с.
- 5. Чудновский, А. Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве [Текст] учеб. пособие для вузов А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. 2-е изд., стер. М.: КноРус, 2006

б) дополнительная литература:

- 1. Аванесова, Г. А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности 100103 "Социал.-культур. сервис и туризм" Г. А. Аванесова. М.: Аспект Пресс, 2006. 235, [1] с.
- 2. Александрова, А. Ю. Международный туризм [Текст] учеб. пособие для вузов по геогр. специальностям А. Ю. Александрова. М.: Аспект Пресс, 2001. 463, [1] с. ил.
- 3. Боголюбов, В. С. Экономика туризма [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности 080502 "Экономика и упр. на предприятии туризма и гостинич. хоз-ва" В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. М.: Академия, 2005. 189, [1] с.
- 4. Ветитнев, А. М. Курортное дело [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности 100103 "Социал.-культур. сервис и туризм" А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлева. 2-е изд., стер. М.: КноРус, 2007
- 5. Дерябин, А. В. Теория и методология социально-экономических исследований [Текст: непосредственный] учеб. пособие по направлению "Туризм" А. В. Дерябин, А. В. Дерябина, И. А. Фрейнкина; Юж.-Урал. гос. унт, Каф. Туризм и социал.-культур. сервис; ЮУрГУ. Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2016. 130, [1] с. электрон. версия
- 6. Самойленко, А. А. География туризма [Текст] учеб. пособие для вузов по специальностям 230500 "Социал.-культур. сервис и туризм", 061100

- "Менеджмент организации" А. А. Самойленко. 3-е изд. Ростов н/Д; Краснодар: Феникс: Неоглори, 2008. 359 с. ил.
- 7. Соболева, Е. А. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы [Текст] учеб. пособие по специальностям "Менеджмент орг." и "Туризм" Е. А. Соболева, И. И. Соболев; Рос. междунар. акад. туризма. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2006. 109, [2] с.
- 8. Соколова, М. В. Мировая культура и искусство Учеб. пособие для вузов по специальности 230500 Социал.-культур. сервис и туризм М. В. Соколова. М.: Академия, 2004. 362, [2] с. ил.
- 9. Солонкина, О. В. Психодиагностика в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] учеб. пособие для вузов по специальностям сервиса О. В. Солонкина, Д. М. Рамендик. М.: Академия, 2004. 221, [1] с. ил.
- в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке: Не предусмотрены
- г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:
 - 1. Шмелёва М.В. Туристские формальности: учебно-методическое пособие / М.В. Шмелёва. Ульяновск: УлГУ, 2019. 30 с
 - 2. Социально-культурный сервис и туризм. Тестовые задания. Часть 1. учебное пособие для студентов специальностей 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» и 100201 «Туризм»/ под ред. Т.Н. Третьяковой, Н.Н. Нохриной, Ю.А. Сыромятниковой. Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2011 Ч.1 115 с
 - 3. Туроперейтинг: Учебное Пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская Находка: филиал ФГБОУ ВПО «ВГУЭС» в г. Находке, 2014. 128 с. ISBN 978-5-89694-124-8

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

- 1. Шмелёва М.В. Туристские формальности: учебно-методическое пособие / М.В. Шмелёва. Ульяновск: УлГУ, 2019. 30 с
- 2. Социально-культурный сервис и туризм. Тестовые задания. Часть 1. учебное пособие для студентов специальностей 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» и 100201 «Туризм»/ под ред. Т.Н. Третьяковой, Н.Н. Нохриной, Ю.А. Сыромятниковой. Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2011 Ч.1 115 с
- 3. Туроперейтинг: Учебное Пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская Находка: филиал ФГБОУ ВПО «ВГУЭС» в г. Находке, 2014. 128 с. ISBN 978-5-89694-124-8

Электронная учебно-методическая документация

Нет

Перечень используемого программного обеспечения:

- 1. Microsoft-Windows(бессрочно)
- 2. Microsoft-Office(бессрочно)
- 3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (https://edu.susu.ru)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

	1	, , , , , , , , , , , , , , , , , , ,
Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	308 (7P)	Стол преподавателя (сервер) — 1 шт. 2. Телевизор — 1 шт. 3. Рабочее место с компьютером — 9 шт. 4. Принтер — 1 шт. 5. Коммутатор — 1 шт. 6. Шкаф для документов — 1 шт. 7. Сплит-система LG UT24/UU24 504 ауд. — 1. Мультимедийный проектор - 1 шт., экран - 1 шт., компьютер - 1 шт. акустическая система - 1 шт. 2. Доска - 1 шт., шкаф для документов - 3 шт. 3. Рабочее место преподавателя - 1 место 405 ауд. — 1. Стол преподавателя — 1 шт. 2. Доска — 1 шт. 3. Экран — 1 шт. 4. Компьютер — 1 шт. 5. Мультимедийный проектор — 1 шт. 6. Акустическая система — 1 шт. 7. Кондиционер — 1 шт. 8. Информационная доска (поворотная) — 1 шт
Зачет,диф.зачет	308 (7P)	Стол преподавателя (сервер) — 1 шт. 2. Телевизор — 1 шт. 3. Рабочее место с компьютером — 9 шт. 4. Принтер — 1 шт. 5. Коммутатор — 1 шт. 6. Шкаф для документов — 1 шт. 7. Сплит-система LG UT24/UU24 504 ауд. — 1. Мультимедийный проектор - 1 шт., экран - 1 шт., компьютер - 1 шт. акустическая система - 1 шт. 2. Доска - 1 шт., шкаф для документов - 3 шт. 3. Рабочее место преподавателя - 1 место 405 ауд. — 1. Стол преподавателя — 1 шт. 2. Доска — 1 шт. 3. Экран — 1 шт. 4. Компьютер — 1 шт. 5. Мультимедийный проектор — 1 шт. 6. Акустическая система — 1 шт. 7. Кондиционер — 1 шт. 8. Информационная доска (поворотная) — 1 шт.
Экзамен	308 (7P)	Стол преподавателя (сервер) — 1 шт. 2. Телевизор — 1 шт. 3. Рабочее место с компьютером — 9 шт. 4. Принтер — 1 шт. 5. Коммутатор — 1 шт. 6. Шкаф для документов — 1 шт. 7. Сплит-система LG UT24/UU24 504 ауд. — 1. Мультимедийный проектор - 1 шт., экран - 1 шт., компьютер - 1 шт. акустическая система - 1 шт. 2. Доска - 1 шт., шкаф для документов - 3 шт. 3. Рабочее место преподавателя - 1 место 405 ауд. — 1. Стол преподавателя — 1 шт. 2. Доска — 1 шт. 3. Экран — 1 шт. 4. Компьютер — 1 шт. 5. Мультимедийный проектор — 1 шт. 6. Акустическая система — 1 шт. 7. Кондиционер — 1 шт. 8. Информационная доска (поворотная) — 1 шт