

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Алтынова Надежда Витальевна
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 22.05.2026 15:54:41
Уникальный программный ключ:
462c2135e66a27da081de929bee6129e7d2f3758

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Чувашский государственный аграрный университет"

(ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ)

Кафедра Экономики, менеджмента и агроконсалтинга

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной
и научной работе



Л.М. Иванова

20.02.2026 г.

Б1.В.08

Организация продвижения туристических услуг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Направление подготовки 43.03.01 Сервис
Направленность (профиль) Сервис в туризме

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **6 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 216

в том числе:

аудиторные занятия 54

самостоятельная работа 154

Виды контроля на курсах:

зачет с оценкой 4

зачет 4

Распределение часов дисциплины по курсам

| Курс | 4 | | Итого | |
|--|-----|-----|-------|-----|
| | уп | рп | | |
| Лекции | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Практические | 34 | 34 | 34 | 34 |
| В том числе инт. | 16 | 16 | 16 | 16 |
| В том числе в форме практ. подготовки | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Итого ауд. | 54 | 54 | 54 | 54 |
| Контактная работа | 54 | 54 | 54 | 54 |
| Сам. работа | 154 | 154 | 154 | 154 |
| Часы на контроль | 8 | 8 | 8 | 8 |
| Итого | 216 | 216 | 216 | 216 |

Программу составил(и):

канд. экон. наук, доц., Абросимова Марина Сергеевна

При разработке рабочей программы дисциплины (модуля) "Организация продвижения туристических услуг" в основу положены:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 514).
2. Учебный план: Направление подготовки 43.03.01 Сервис
Направленность (профиль) Сервис в туризме, одобренный Ученым советом ФГБОУ ВО Чувашский ГАУ от 20.02.2026 г., протокол № 09.

Рабочая программа дисциплины (модуля) проходит согласование с использованием инструментов электронной информационно-образовательной среды Университета.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой Абросимова М.С.

Заведующий выпускающей кафедрой Абросимова М.С.

Председатель методической комиссии факультета Гаврилов В.Н., Таланова Н.В.

Директор научно-технической библиотеки Викторова В.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|-----|--|
| 1.1 | сформировать у будущих специалистов теоретические знания и практические навыки, позволяющие анализировать сервисную деятельность, историю развития сервиса, виды туристической деятельности, принципы классификации услуг и характеристики, теории организации обслуживания, продвижения туристических услуг, качество, безопасность, культура, современное состояние и перспективные инновации в совершенствовании сферы сервиса. |
|-----|--|

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

| | |
|---------------------|--|
| Цикл (раздел) ОПОП: | Б1.В |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: |
| 2.2 | Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: |

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| |
|--|
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) |
| УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами |
| УК-4.2 Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках |
| УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках |
| УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: <ul style="list-style-type: none">• внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям;• уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы;• критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия |
| УК-4.5 Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно |
| УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах |
| УК-5.1 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп |
| УК-5.2 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения |
| УК-5.3 Умеет недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции |
| ПК-2. Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонами |
| ПК-2.1 Владеет теоретическими и практическими приемами организации устных и письменных коммуникаций с заинтересованными сторонами |
| ПК-2.2 Проводит переговоры, презентации с потребителями, партнерами и клиентами |

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

| | |
|------------|---|
| 3.1 | Знать: |
| 3.1.1 | - место сервиса в жизнедеятельности человека, о способах и формах оказания туристических услуг; |
| 3.1.2 | - закономерности развития системы сервиса, сельского туризма, основы оценки эффективности использования ресурсного потенциала организаций сервиса; |
| 3.1.3 | - социально-экономическую сущность предпринимательства в сельском туризме; направления и методы исследования предпринимательской среды при создании собственного дела; основные этапы создания собственного дела. |
| 3.2 | Уметь: |
| 3.2.1 | - производить экономические расчеты эффективности использования ресурсного потенциала организаций туризма; анализировать результаты деятельности ремонтно-обслуживающих организаций; оценить экономическую эффективность ремонтных воздействий; |
| 3.2.2 | - обосновывать выбор сферы предпринимательской деятельности, способа начала её осуществления, организационно-правовой формы и масштаба предприятия при создании конкретного собственного дела; |

| | |
|------------|---|
| 3.2.3 | - определять источники информации и методы исследования потенциальных конкурентов, потребителей и товаров на конкретном рынке при создании собственного дела. |
| 3.3 | Иметь навыки и (или) опыт деятельности: |
| 3.3.1 | - самостоятельного овладения методическими приемами оценки эффективности различных аспектов работы хозяйствующих субъектов; |
| 3.3.2 | - самостоятельного приобретения новых знаний в области бизнес-планирования с использованием современных образовательных технологий; способами обоснования приоритетных направлений развития организации в рыночных условиях хозяйствования; |
| 3.3.3 | - владения нормативно-законодательной базой, регламентирующей сервисную деятельность объектов туризма. |

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература | Инте ракт. | Прак. подг. | Примечание |
|---|----------------|-------|---|---------------------------|------------|-------------|---------------------|
| Раздел 1. Теоретические основы продвижения продукции | | | | | | | |
| Понятие и значение продвижения товаров и услуг /Лек/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1 Э2 | 0 | 0 | |
| Виды продвижения, их характеристики и конкретное применение /Лек/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1 Э2 | 2 | 0 | лекция-визуализация |
| Определение структуры и бюджета продвижения /Лек/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1 Э2 | 0 | 0 | |
| Основы организации деятельности предприятий в сфере туризма /Лек/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э4 Э5 | 2 | 0 | лекция-визуализация |
| Организация контроля качества услуг и продукции /Лек/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1 Э4 | 0 | 0 | |
| Организация обслуживания потребителей /Лек/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э2 Э3 | 0 | 0 | |
| Основы организации заработной платы на предприятиях сферы сервиса /Лек/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э2 Э3 | 0 | 0 | |

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|---------------------------|---|---|--|
| Понятие и значение продвижения товаров и услуг /Пр/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1 Э5 | 0 | 0 | |
| Виды продвижения, их характеристики и конкретное применение /Пр/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1 Э2 | 0 | 0 | |
| Стимулирование сбыта /Пр/ | 4 | 4 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э2 Э3 | 0 | 0 | |
| Факторы, определяющие структуру продвижения /Пр/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э2 Э5 | 0 | 0 | |
| Стадия жизненного цикла продукта (товара) /Пр/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э5 | 0 | 0 | |
| Основы организации деятельности предприятий в сфере туризма /Пр/ | 4 | 6 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1 Э5 | 2 | 0 | Виды интерактивных занятий: круглый стол; учебная дискуссия; деловая игра |
| Организация обслуживания потребителей /Пр/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э2 Э5 | 2 | 0 | Виды интерактивных занятий: круглый стол; учебная дискуссия; деловая игра |
| Основы организации заработной платы на предприятиях сферы сервиса /Пр/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э3 Э4 | 2 | 0 | Виды интерактивных занятий: круглый стол; учебная дискуссия; деловая игра |
| Понятие и значение продвижения товаров и услуг /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э4 Э5 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|---------------------------|---|---|-----------------------------|
| Виды продвижения, их характеристики и конкретное применение /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э5 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |
| Определение структуры и бюджета продвижения /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э5 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |
| Реклама. Прямые продажи /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1 Э5 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |
| Стимулирование сбыта /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э2 Э5 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |
| Факторы, определяющие структуру продвижения /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э2 Э5 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |
| Стадия жизненного цикла продукта (товара) /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э2 Э5 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |
| Основы организации деятельности предприятий в сфере туризма /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э3 Э5 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |
| Организация контроля качества услуг продукции /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э3 Э5 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |
| Основы организации заработной платы на предприятиях сферы сервиса /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э3 Э5 | 0 | 0 | Тестирование |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---------------------------------------|---|---|--|
| /Зачёт/ | 4 | 4 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | 0 | |
| Раздел 2. Анализ системы продвижения услуг | | | | | | | |
| Анализ программы продвижения продукции /Лек/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 | 0 | 0 | |
| Разработка программы по развитию системы продвижения услуг /Лек/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 | 2 | 0 | лекция-визуализация |
| Оценка экономической эффективности предлагаемой программы продвижения /Лек/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 | 0 | 0 | |
| Анализ программы продвижения продукции /Пр/ | 4 | 6 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 | 2 | 0 | Виды интерактивных занятий: круглый стол; учебная дискуссия; деловая игра |
| Анализ системы продвижения услуг /Пр/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 | 2 | 0 | Виды интерактивных занятий: круглый стол; учебная дискуссия; деловая игра |
| Разработка программы по развитию системы продвижения услуг /Пр/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 | 0 | 2 | участие в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью |
| Оценка экономической эффективности предлагаемой программы продвижения /Пр/ | 4 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 | 0 | 0 | |

| | | | | | | | |
|--|---|----|---|---------------------------------------|---|---|-----------------------------|
| Анализ программы продвижения продукции /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |
| Анализ системы продвижения услуг /Ср/ | 4 | 12 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |
| Анализ маркетинговой деятельности предприятия /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |
| Разработка программы по развитию системы продвижения услуг /Ср/ | 4 | 10 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 | 0 | 0 | Изучение учебного материала |
| Оценка экономической эффективности предлагаемой программы продвижения /Ср/ | 4 | 12 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 | 0 | 0 | Тестирование |
| /ЗачётСОц/ | 4 | 4 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-2.1 ПК-2.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | 0 | |

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Примерный перечень вопросов к зачету

1. Понятие об услуге и сервисной деятельности. Функции сферы услуг.
2. Структура сферы услуг и классификация типов и видов услуг.
3. Общероссийские классификаторы услуг населению.
4. Теория постиндустриального общества.
5. Этапы развития услуг в России.
6. Эволюция понятия «товар».
7. Характеристики услуг. Отличие услуги от материально-вещественного товара.
8. Определение ценности услуги. Модель ценности услуги.
9. Определение потребительской среды в сфере услуг. Классификации клиентов, их потребности.
10. Факторы, влияющие на покупательское поведение.
11. Специфические аспекты покупки услуг. Поведение потребителей деловых услуг.
12. Система сервисных операций.
13. Система предоставления услуг.
14. Система маркетинга услуг.
15. Пространство контакта, процесс контакта между клиентом и исполнителем, содержание контакта.
16. Работа с жалобами потребителей, принципы эффективного решения конфликтных ситуаций.
17. Основные методы предоставления услуг. Формы обслуживания.
18. Показатели качества услуги. Модель качества услуг. Сервисные гарантии.
19. Объекты стандартизации и номенклатура показателей качества услуг.
20. Методы определения величины показателей качества. Ответственность продавца (исполнителя) перед потребителем.

| |
|---|
| 21. Основные определения и понятия жизненного цикла услуг. |
| 22. Управление этапами жизненного цикла сопутствующих услуг. |
| 23. Конкурентная окружающая среда. Выбор целевых потребителей. |
| 24. Стратегии создания конкурентных преимуществ. Роль стандартизации и дифференциации в выборе товарной политики. |
| 25. Основные подходы к осуществлению сервиса. Основные задачи системы сервиса. |
| 5.2. Примерный перечень вопросов к экзамену |
| Не предусмотрен |
| 5.3. Тематика курсовых работ (курсовых проектов) |
| Не предусмотрено |
| 5.4. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля |
| Темы докладов |
| 1. Сервис как общественное и экономическое явление. |
| 2. Социальные предпосылки сервисной деятельности. |
| 3. Структура и виды сервисной деятельности. |
| 4. Основные правила обслуживания населения. |
| 5. Качество услуг и обслуживание |
| 6. Этика и психология сервисной деятельности. |
| 7. Понятие «услуга» и ее место в сервисной деятельности. |
| 8. Функции сферы услуг. |
| 9. Структура сферы услуг. |
| 10. Классификации типов и видов услуг. |
| 11. Эволюция понятия «товар». |
| 12. Отличие услуги от материально-вещественного товара. |
| 13. Модель ценности услуги. |
| 14. Классификации клиентов и их потребности. |
| 15. Факторы, влияющие на покупательское поведение. |
| 16. Понятие «сервисное общество». |
| 17. Определение ценности услуги. |
| 18. Определение потребительской среды в сфере услуг. |
| 19. Методы определения показателей качества оказания услуг. |
| 20. Стратегии создания конкурентных преимуществ, основанных на высоком уровне обслуживания. |

| 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | | | | |
|--|---|---|-------------------|--------------------|
| 6.1. Рекомендуемая литература | | | | |
| 6.1.1. Основная литература | | | | |
| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
| Л1.1 | Нефедова А. С. | Основы туристического сервиса: учебное пособие | Чита: ЗабГУ, 2022 | Электронный ресурс |
| Л1.2 | Батоева С. А. | Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие | Чита: ЗабГУ, 2021 | Электронный ресурс |
| 6.1.2. Дополнительная литература | | | | |
| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
| Л2.1 | Матвеева Л. Д. | Туристические ресурсы. Культура и традиции народов мира | Уфа: УГНТУ, 2022 | Электронный ресурс |
| 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | | | |
| Э1 | Сервер органов государственной власти Российской Федерации | | | |
| Э2 | Государственный комитет Российской Федерации по статистике | | | |
| Э3 | Мониторинг экономических показателей | | | |
| Э4 | РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера) | | | |
| Э5 | Федеральный образовательный портал «Экономика, образование и менеджмент» (электронный ресурс) | | | |
| 6.3.1 Перечень программного обеспечения | | | | |
| 6.3.1.1 | ОС Windows XP | | | |
| 6.3.1.2 | SuperNovaReaderMagnifier | | | |
| 6.3.1.3 | Office 2007 Suites | | | |
| 6.3.1.4 | MozillaFirefox | | | |
| 6.3.1.5 | Справочная правовая система КонсультантПлюс | | | |

| | |
|--|--|
| 6.3.1.6 | Электронный периодический справочник «Система Гарант» |
| 6.3.2 Перечень информационных справочных систем | |
| 6.3.2.1 | Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ». Полнотекстовый, обновляемый. Доступ по локальной сети академии |
| 6.3.2.2 | Электронная библиотечная система издательства «Лань». Полнотекстовая электронная библиотека. Индивидуальный неограниченный доступ через фиксированный внешний IP адрес академии неограниченному количеству пользователей из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. http://e.lanbook.com |

| 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | | | |
|---|-----------|--------------------------------------|---|
| Аудитория | Вид работ | Назначение | Оснащенность |
| 123 | СР | Помещение для самостоятельной работы | Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (19 шт.), столы (17 шт.), компьютерный стол 6-и местный (3 шт.), стулья ученические (34 шт.), стулья п/м (18 шт.), стеллажи с литературой, видеоувеличитель Optelec Wide Screen (1 шт.) |
| 23б | СР | Помещение для самостоятельной работы | Демонстрационная техника (интерактивная доска Hitachi Starboard FX-63 D (1 шт.), ноутбук Acer Asp T2370 (1 шт.), проектор Toshiba (1 шт.)), стол полированный (3 шт.), стол ученический (7 шт.), стол компьютерный (11 шт.), стул (20 шт.), стулья, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (10 шт.) |
| 35а | Лек | Учебная аудитория | Стол преподавателя (1 шт.), столы (30 шт.), стулья (60 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска аудиторная (1 шт.), трибуна (1 шт.), демонстрационное оборудование (белая лаковая магнитно-маркерная доска (1 шт.), проектор Toshiba (1 шт.) и учебно-наглядные пособия |
| 38а | Пр | Учебная аудитория | Стол преподавателя (1 шт.), столы (17 шт.) (3-хместных - 6, 2-хместных - 11), стулья (38 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), трибуна (1 шт.), демонстрационное оборудование (экран рулонный настенный (1 шт.), проектор Acer (1 шт.), ноутбук Acer (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия |
| 45а | Пр | Учебная аудитория | Стол преподавателя (1 шт.), столы (6 шт.), стулья (18 шт.), стул преподавателя (1 шт.), доска (1 шт.), стол компьютерный (10 шт.), стулья (10 шт.), демонстрационное оборудование (компьютер Intel G32603 3 GHz 3 М (10 шт.), полотно рулонное (1 шт.)) и учебно-наглядные пособия |

| 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) |
|--|
| <p>Методика изучения курса предусматривает наряду с лекциями и практическими занятиями, организацию самостоятельной работы студентов, проведение консультаций, руководство докладами студентов для выступления на научно-практических конференциях, осуществление текущего, промежуточного форм контроля.</p> <p>Система знаний по дисциплине «Организация продвижения туристических услуг» формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники и учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизацию своих теоретических знаний.</p> <p>Для освоения дисциплины студентами необходимо:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. посещать лекции, на которых в сжатом и системном виде излагаются основы дисциплины: даются определения понятий, законов, которые должны знать студенты. Студенту важно понять, что лекция есть своеобразная творческая форма самостоятельной работы. Надо пытаться стать активным соучастником лекции: думать, сравнивать известное с вновь получаемыми знаниями, войти в логику изложения материала лектором, следить за ходом его мыслей, за его аргументацией, находить в ней кажущиеся вам слабости. Во время лекции можно задать лектору вопрос, желательно в письменной форме, чтобы не мешать и не нарушать логики проведения лекции. Слушая лекцию, следует зафиксировать основные идеи, положения, обобщения, выводы. Работа над записью лекции завершается дома. На свежую голову (пока еще лекция в памяти) надо уточнить то, что записано, обогатить запись тем, что не удалось зафиксировать в ходе лекции, записать в виде вопросов то, что надо прояснить, до конца понять. Важно соотнести материал лекции с темой учебной программы и установить, какие ее вопросы нашли освещение в прослушанной лекции. Тогда полезно обращаться и к учебнику. Лекция и учебник не заменяют, а дополняют друг друга. 2. посещать практические занятия, к которым следует готовиться и активно на них работать. Задание к практическому занятию выдает преподаватель. Задание включает в себя основные вопросы, задачи, тесты и рефераты для самостоятельной работы, литературу. Практические занятия начинаются с вступительного слова преподавателя, в котором называются цель, задачи и вопросы занятия. В процессе проведения занятий преподаватель задает основные и дополнительные вопросы, организует их обсуждение. На практических занятиях разбираются тестовые задания и задания, выданные для самостоятельной работы, заслушиваются реферативные выступления. Студенты, пропустившие занятие, или |

не подготовившиеся к нему, приглашаются на консультацию к преподавателю. Практическое занятие заканчивается подведением итогов: выводами по теме и выставлением оценок.

3. систематически заниматься самостоятельной работой, которая включает в себя изучение нормативных документов, материалов учебников и статей из научной литературы, написание докладов, рефератов, эссе. Задания для самостоятельной работы выдаются преподавателем.

4. под руководством преподавателя заниматься научно-исследовательской работой, что предполагает выступления с докладами на научно-практических конференциях и публикацию тезисов и статей по их результатам.

5. при возникающих затруднениях при освоении дисциплины «Организация продвижения туристических услуг», для неуспевающих студентов и студентов, не посещающих занятия, проводятся еженедельные консультации, на которые приглашаются неуспевающие студенты, а также студенты, испытывающие потребность в помощи преподавателя при изучении дисциплины.

При изучении дисциплины «Организация продвижения туристических услуг» следует усвоить:

знания по организации продвижения сервисных услуг;

организацию основного производства на предприятиях сферы услуг,

технологии обслуживания клиентов, контроля качества услуг и продукции;

навыки технико-экономического анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия;

методы научного решения вопросов развития и повышения эффективности производства и услуг для удовлетворения потребностей населения.

Требования, предъявляемые к выполнению контрольных заданий.

При выполнении контрольных заданий следует:

1. Получить четкий ответ на все вопросы, содержащиеся в контрольном задании.

2. Максимально четко изложить способ выполнения контрольного задания.

3. Оформить задание в соответствии с предъявленными требованиями.

4. По возможности, осуществить проверку полученных результатов.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ

в 20__ /20__ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № ____ от _____

Заведующий выпускающей кафедрой _____

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ

в 20__ /20__ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № ____ от _____

Заведующий выпускающей кафедрой _____

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ

в 20__ /20__ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № ____ от _____

Заведующий выпускающей кафедрой _____

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ

в 20__ /20__ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № ____ от _____

Заведующий выпускающей кафедрой _____

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ

в 20__ /20__ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № ____ от _____

Заведующий выпускающей кафедрой _____

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ

в 20__ /20__ учебном году

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры, протокол № ____ от _____

Заведующий выпускающей кафедрой _____