Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 01.09.2025 10:44:02
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____Л.И. Задорожная
«_____» _____ 20___г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине	**Б1.О.28 Маркетинг в туризме**
по направлению подготовки	43.03.02 Туризм
по профилю подготовки (специализации)	Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
квалификация (степень) выпускника	бакалавр
форма обучения	Очная, Заочная,
год начала подготовки	2025

Майкоп

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки (специальности) 43.03.02 Туризм

Составитель рабочей программы:

доцент кафедры маркетинга, сервиса и туризма, доц., канд. экон. наук	Подписано простой ЭП 30.06.2025	Ханахок Зарема Аюбовна
(должность, ученое звание, степень)	(подпись)	(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Маркетинга, сервиса и туризма
(название кафедры)

Заведующий кафедрой:

24.07.2025	Подписано простой ЭП 24.07.2025	Кумпилова Анжелика Руслановна
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП
заведующий выпускающей кафедрой
по направлению подготовки (специальности)

24.07.2025	Подписано простой ЭП 24.07.2025	Кумпилова Анжелика Руслановна
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Согласовано:

НБ МГТУ
(название подразделения)

11.07.2025	Подписано простой ЭП 11.07.2025	И. Б. Берберьян
	(подпись)	(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является изучение и анализ теоретических основ маркетинга в туризме студентами для подготовки к принятию квалифицированных решений в сфере маркетинга

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- сделать рынок упорядоченным, «прозрачным» и предсказуемым;

- ограничить стихийность рынка путем регулирования некоторых рыночных процессов;

- сделать конкуренцию упорядоченной, подчиняющейся определенным ограничениям, исключить возможность недобросовестной конкуренции;

- подчинить производство и торговлю требованиям рынка, т.е. интересам потребителя;

- разработать и внедрить в рыночную деятельность принципы научно обоснованной технологии товародвижения и распределения;

- обеспечить высокую эффективность рекламной и другой маркетинговой деятельности по влиянию на рынок и формированию привлекательного образа товара в представлении потенциальных и фактических покупателей.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина относится к дисциплинам обязательной части и направлена на изучение технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов.

Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Организация туристской деятельности», «Туристско-рекреационное ресурсоведение», «Сервисная деятельность», «Менеджмент в туризме» и др.

Дисциплина «Маркетинг в туризме» является предшествующей для следующих дисциплин: «Экономика и предпринимательство в сфере туризма», «Инновации в туризме», «Реклама в туризме» и др.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

ОПК-4.1	Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионых маршрутов
ОПК-4.2	Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
ПКУВ-7.1	Проводит исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов
ПКУВ-7.2	Применяет современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма
ПКУВ-7.3	Использует методы анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
		За	Лек	Пр	СРП	СР		
Курс 2	Сем. 4	1	17	34	0.25	92.75	**144**	4

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)		Виды занятий					Итого часов	з.е.
		За	Контр	Лек	Пр	КРАт	Контроль	СР		
Курс 3	Сем. 5	1	1	6	6	0.25	3.75	128	**144**	

5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								Формы текущего/промежуточной контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАт	Контроль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
5	Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме	1-2	2		4				10		Блиц-опросТестирование
5	Концепция маркетинга в туризме	3-4	2		4				10		Блиц-опросТестирование
5	Система маркетинговой информации туристского предприятия	5-6	2		4				10		Блиц-опросТестирование
5	Маркетинговые исследования туристского рынка	7-8	2		4				10		Блиц-опросТестирование
5	Маркетинговые исследования туристского рынка	9-10	2		4				10		Блиц-опросТестирование
5	Маркетинговые исследования конкурентов	11-12	5		10				32,75		Блиц-опросТестирование
5	Фирменный стиль туристского предприятия	13-15	2		4				10		Блиц-опросТестирование
5	Промежуточная аттестация					0,25					
	ИТОГО:		**17**		**34**	**0.25**			**92.75**		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАт	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
5	Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме.Концепция маркетинга в туризме	1		1				18	
5	Система маркетинговой информации туристского предприятия	1		1				22	
5	Маркетинговые исследования туристского рынка	1		1				22	
5	Маркетинговые исследования туристского рынка	1		1				22	
5	Маркетинговые исследования конкурентов	1		1				22	
5	Фирменный стиль туристского предприятия	1		1				22	
5	Промежуточная аттестация					0,25	3,75		
	ИТОГО:	**6**		**6**		**0.25**	**3.75**	**128**	

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Маркетинг в туризме», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
4,5	Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме	2	1		Социально-экономическая сущность маркетинга. Понятие маркетинга, аспекты определения сущности маркетинга. Специфика маркетинга услуг. Понятие услуги. Основные черты услуг. Сущность и содержание маркетинга в туризме. Понятие маркетинга в туризме. Функции маркетинга в туризме	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ПКУВ-7.1; ПКУВ-7.2; ПКУВ-7.3;	Знать: основные понятия, цели и задачи маркетинга в туризме. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками определения роли и функций маркетинга в рыночной экономике.	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
4,5	Концепция маркетинга в туризме	2			Уровни маркетинга в туризме. Маркетинг коммерческих предприятий. Маркетинг некоммерческих предприятий. Основные условия применения и принципы маркетинга в туризме. Основные условия осуществления маркетинговой деятельности. Принципы маркетинга в туризме. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Понятие турагента и туроператора. Функции турагента и туроператора. Маркетинг туризма на национальном уровне. Туристская политика государства. Имидж страны. Основные условия маркетинга и принципы в туризме. Технология реализации	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ПКУВ-7.1; ПКУВ-7.2; ПКУВ-7.3;	Знать: уровни маркетинга в туризме, условия осуществления маркетинговой деятельности. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками применения маркетинга в туризме.	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					концепции маркетинга на туристском предприятии. Выделение основных этапов реализации концепции маркетинга на предприятии: анализ рыночных возможностей, выбор целевого сегмента, маркетинговой стратегии, разработка комплекса маркетинга и вспомогательных систем маркетинга			
4,5	Система маркетинговой информации туристского предприятия	2	1		Классификация маркетинговой информации. Достоинства и недостатки первичной и вторичной информации. Система внутренней маркетинговой информации. Источники внутренней информации. Система внешней маркетинговой информации Источники внутренней информации. Система сбора первичной маркетинговой информации. Методы сбора первичных маркетинговых данных. Система анализа маркетинговой информации. Типичные методы прогнозирования	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ПКУВ-7.1; ПКУВ-7.2; ПКУВ-7.3;	Знать: понятие системы маркетинговой информации, системы анализа маркетинговой информации. Уметь: выявлять источники внутренней и внешней информации. Владеть: навыками классификации маркетинговой информации, методикой сбора первичных маркетинговых данных.	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
4,5	Маркетинговые исследования туристского рынка	2	1		Структура туристского рынка. Классификация рынка туризма по разным признакам. Оценка конъюнктуры рынка. Этапы исследования конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка. Понятие емкости и доли рынка	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ПКУВ-7.1; ПКУВ-7.2; ПКУВ-7.3;	Знать: структуру туристского рынка. Уметь: оценить конъюнктуру рынка. Владеть: навыками определения емкости и доли рынка.	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
4,5	Маркетинговые исследования туристского рынка	2	1		Структура туристского продукта. Уровни туристского продукта.	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ПКУВ-7.1; ПКУВ-7.2; ПКУВ-7.3;	Знать: этапы жизненного цикла туристского продукта. Уметь:	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					Позиционирование продукта. Схема позиционирования и ошибки при позиционировании. Жизненный цикл туристского продукта. Этапы жизненного цикла туристского продукта.		выделять уровни туристского продукта. Владеть: навыками определения жизненного цикла туристского продукта.	
4,5	Маркетинговые исследования конкурентов	5	1		Конкурентная среда туристского предприятия. Факторы, влияющие на конкурентную среду тур. предприятия. Элементы анализа конкурентов. Понятие целевого рынка. Этапы выбора целевого рынка. Стратегии охвата рынка. Построение конкурентной карты рынка. Понятие конкурентной карты рынка. Показатели, применяемые для составления конкурентной карты.	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ПКУВ-7.1; ПКУВ-7.2; ПКУВ-7.3;	Знать: элементы анализа конкурентов, понятие целевого рынка. Уметь: определять факторы, влияющие на конкурентную среду туристского предприятия. Владеть: навыками построения конкурентной карты рынка.	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
4,5	Фирменный стиль туристского предприятия	2	1		Основные понятия и цели формирования фирменного стиля. Толкования фирменного стиля. Товарный знак Понятие товарного знака	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ПКУВ-7.1; ПКУВ-7.2; ПКУВ-7.3;	Знать: основные понятия и цели формирования фирменного стиля. Уметь: оценивать эффективность использования фирменного стиля. Владеть: навыками формирования фирменного стиля.	, Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
4,5	Промежуточная аттестация						Знать: Уметь: Владеть:	
							Знать: Уметь: Владеть:	
	ИТОГО:	**17**	**6**					

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
4,5	Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме	Социально-экономическая сущность маркетинга. Понятие маркетинга, аспекты определения сущности маркетинга. Специфика маркетинга услуг. Понятие услуги. Основные черты услуг. Сущность и содержание маркетинга в туризме. Понятие маркетинга в туризме. Функции маркетинга в туризме	4	1	
4,5	Концепция маркетинга в туризме	Уровни маркетинга в туризме. Маркетинг коммерческих предприятий. Маркетинг некоммерческих предприятий. Основные условия применения и принципы маркетинга в туризме. Основные условия осуществления маркетинговой деятельности. Принципы маркетинга в туризме. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Понятие турагента и туроператора. Функции турагента и туроператора. Маркетинг туризма на национальном уровне. Туристская политика государства. Имидж страны. Основные условия маркетинга и принципы в туризме. Технология реализации концепции маркетинга на туристском предприятии. Выделение основных этапов реализации концепции маркетинга на предприятии: анализ рыночных возможностей, выбор целевого сегмента, маркетинговой стратегии, разработка комплекса маркетинга и вспомогательных систем маркетинга	4		
4,5	Система маркетинговой информации туристского предприятия	Классификация маркетинговой информации. Достоинства и недостатки первичной и вторичной информации. Система внутренней маркетинговой информации. Источники внутренней информации. Система внешней маркетинговой информации Источники внутренней информации. Система сбора первичной маркетинговой информации. Методы сбора первичных маркетинговых данных. Система анализа маркетинговой информации. Типичные методы прогнозирования	4	1	
4,5	Маркетинговые исследования туристского рынка	Структура туристского рынка. Классификация рынка туризма по разным признакам. Оценка конъюнктуры рынка. Этапы исследования конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка. Понятие емкости и доли рынка	4	1	
4,5	Маркетинговые исследования туристского рынка	Структура туристского продукта. Уровни туристского продукта. Позиционирование продукта. Схема позиционирования и ошибки при позиционировании. Жизненный цикл туристского продукта. Этапы жизненного цикла туристского продукта.	4	1	
4,5	Маркетинговые исследования конкурентов	Конкурентная среда туристского предприятия. Факторы, влияющие на конкурентную среду тур. предприятия. Элементы анализа конкурентов. Понятие целевого рынка. Этапы выбора целевого рынка. Стратегии охвата рынка. Построение конкурентной карты рынка. Понятие конкурентной карты рынка. Показатели, применяемые для составления конкурентной карты.	10	1	
4,5	Фирменный стиль туристского предприятия	Основные понятия и цели формирования фирменного стиля. Толкования фирменного стиля. Товарный знак Понятие товарного знака	4	1	
4,5	Промежуточная аттестация				
	ИТОГО:		**34**	**6**	

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
4,5	Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме		1-2	10	18	
4,5	Концепция маркетинга в туризме		3-4	10		
4,5	Система маркетинговой информации туристского предприятия		5-6	10	22	
4,5	Маркетинговые исследования туристского рынка		7-8	10	22	
4,5	Маркетинговые исследования туристского рынка		9-10	10	22	
4,5	Маркетинговые исследования конкурентов		11-12	33	22	
4,5	Фирменный стиль туристского предприятия		13-15	10	22	
4,5	Промежуточная аттестация					
	ИТОГО:			**93**	**128**	

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Учебным планом не предусмотрено

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Хамирзова С.К. (Майкопский государственный технологический университет). Маркетинг : учебное пособие / С.К. Хамирзова. - Майкоп : Магарин О.Г., 2011. - 264 с.	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=1000053038&DOK=02EFA2&BASE=0007AA
Методические указания по изучению дисциплины «Основы маркетинга» : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью программа бакалавриата Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / Минобрнауки России, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и сервиса, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Ханахок З.А. - Майкоп : Б.и., 2020. - 31 с. - Библиогр.: с. 26 (11 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100059197
338.48 М 54 Методическое пособие по выполнению контрольных работ по дисциплине "Маркетинг в туризме"	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=1000059774

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 337 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019076-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2084408	https://znanium.ru/catalog/document?id=432228
Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 166 с. - ISBN 978-5-394-02710-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2083012	https://znanium.ru/catalog/document?id=431628
Семенова, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие для бакалавров / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2023. — 204 с. — ISBN 978-5-394-05170-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/137760.html	https://www.iprbookshop.ru/137760.html
Дурович, А.П. Маркетинг в туризме : учебное пособие / А.П. Дурович. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 316 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. -	https://znanium.ru/catalog/document?id=400300
Ключевская, И.С. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие / И.С. Ключевская. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 236 с. - (Высшее образование- Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=391635. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-014427-6. - ISBN 978-5-16-106954-7	http://znanium.com/catalog/document?id=391635
Баумгартен, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия. Практикум : учебное пособие / Л.В. Баумгартен. - Москва : Вузовский учебник, 2024. - 216 с. - ЭБС Знаниум.	https://znanium.ru/catalog/document?id=437436
Василенко, Н. В. Экономика сферы услуг : учебник / Н.В. Василенко. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 439 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/996072. - ISBN 978-5-16-014659-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1981647	https://znanium.ru/catalog/document?id=426018
Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва :	https://znanium.ru/catalog/document?id=435080

Название	Ссылка
Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2024. — 282 с. — (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-9558-0163-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2079503	

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионых маршрутов			
4	5		Маркетинг в туризме
2	2		Ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет			
4	5		Маркетинг в туризме
2	2		Ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
ПКУВ-7.1 Проводит исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов			
12	12		География туризма
4	5		Маркетинг в туризме
78	89		Инновации в туризме
3	3		География Адыгеи
3	3		География международного туризма
4	4		Исследовательская практика
6	6		Проектно-технологическая практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
5	5		Формирование и управление территориальн о-рекреационными системами
5	6		Туристско-рекреационное проектирование
4	5		Туристско-рекреационное ресурсоведение
ПКУВ-7.3 Использует методы анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма			
12	12		География туризма
4	5		Маркетинг в туризме
78	89		Инновации в туризме
3	3		География Адыгеи
3	3		География международного туризма
4	4		Исследовательская практика
6	6		Проектно-технологическая практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Выполнение и защита

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	**ЗФО**	**ОЗФО**	
			выпускной квалификационной работы
5	6		Туристско-рекреационное проектирование
5	5		Формирование и управление территориальн о-рекреационными системами
4	5		Туристско-рекреационное ресурсоведение
ПКУВ-7.2 Применяет современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма			
78	89		Инновации в туризме
4	4		Исследовательская практика
6	6		Проектно-технологическая практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
3	3		География Адыгеи
3	3		География международного туризма
5	6		Туристско-рекреационное проектирование
5	5		Формирование и управление территориальн о-рекреационными системами
4	5		Маркетинг в туризме
12	12		География туризма
4	5		Туристско-рекреационное ресурсоведение

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
ПКУВ-7: Способен находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма					
ПКУВ-7.1 Проводит исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов					
Знать: современные методы географических исследований, наиболее эффективные способы поиска научной информации, современные методы обработки и интерпретации географических данных	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, контрольная работа, зачет
Уметь: самостоятельно находить и использовать различные источники	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
информации в рамках географических исследований; планировать и осуществлять контроль за обработкой географических данных в рамках разработки и проектирования туристского продукта.					
Владеть: навыками работы с картографическими материалами; способами самостоятельного поиска и использования различных источников информации по проекту туристского продукта	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-7: Способен находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма					
ПКУВ-7.2 Применяет современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма					
Знать: принципы и методологию поиска, анализа и обработки научной информации в сфере туризма.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, контрольная работа, зачет
Уметь: находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма в решении профессиональных задач	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками поиска, анализа и обработки научной информации в сфере туризма; навыками анализа и систематизации теоретических и практических знаний, связанных с решением исследовательских задач в сфере туризма.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-7: Способен находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма					
ПКУВ-7.3 Использует методы анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма					
Знать: современную теорию и методологию	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, контрольная работа, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
прогнозирования туристской деятельности; систему прогнозов, основные виды прогнозов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристской индустрии					
Уметь: определять перспективные направления туристской деятельности и формировать стратегию туристского предприятия на основе прогнозов; применять современные подходы к прогнозированию туристской индустрии и использовать современные технологии в процессах прогнозирования туристской деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: методами анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта					
ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионых маршрутов					
Знать: методы маркетинговых исследований и мониторинга туристского рынка; методы научного исследования; средства выполнения исследований;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, контрольная работа, зачет
Уметь: осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, разработки и продвижения	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
нового туристского продукта, экскурсионного маршрута; проводить комплексный анализ потенциала регионов с выдачей рекомендаций по его дальнейшему использованию для различных видов туристской деятельности; осуществлять маркетинговое планирование деятельности туристских предприятий; организовывать маркетинговый контроль деятельности туристских предприятий.					
Владеть: навыками проведения «кабинетных» прикладных и «полевых» исследований рынка туристских услуг	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта					
ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет					
Знать: принципы организации продаж и продвижения туристского продукта; современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, контрольная работа, зачет
Уметь: организовывать продажи и продвижение туристского продукта;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.					

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов:

1. Маркетинг в коммерческом секторе.

2. Маркетинг в некоммерческом секторе.

3. Маркетинг в глобальном масштабе.

4. Ценность продукта для потребителя и его удовлетворение.

5. Привлечение и удержание потребителей

6. Влияние факторов маркетинговой среды на деятельность предприятия

7. Обзор методов прогнозирования и измерения спроса.

8. Экспертные оценки как источник маркетинговой информации.

9. Метод фокус-группы в маркетинговых исследованиях.

10. Система обеспечения маркетинговых решений

12. Перспективы использования сегментационного подхода в организации маркетинговой деятельности предприятия

12. Стратегии маркетинга на различных этапах жизненного цикла товара.

13. Решения в области товарных линий.

14. Принятие решений в области торговых марок.

15. Оптимизация структуры предлагаемого ассортимента товаров.

16. Маркетинговые стратегии в сфере обслуживания.

17. Предоставление сопутствующих услуг

18. Инициирование изменения цен и реакция на ценовые изменения.

19. Взаимосвязь спроса, предложения и цены.

20. Управление каналом распределения.

21. Динамика каналов распределения.

22. Сотрудничество, конфликты и конкуренция в каналах распределения.

23. Тенденции в розничной торговле.

24. Тенденции в оптовой торговле.

25. Маркетинговая логистика.

26. Создание общего бюджета на продвижение.

27. Разработка системы сбыта.

28. Выбор рекламной идеи.

29. Управление службой сбыта.

30. Фирменный стиль предприятия.

Тестовые задания

1. Где потребляются туристские услуги и товары?

1.в гостиницах;

2.в месте их производства;

3.на транспорте;

4.на предприятиях питания;

5.по месту проживания клиента.

2. Назовите долю товаров и услуг в туризме:

1.10 и 90%;

2.20 и 80%;

3.30 и 70%;

4.25 и 75%;

5.15 и 85%.

3. К чему сводится результат туристской деятельности?

1.к туристскому продукту;

2.к реализации услуг;

3.к удовлетворению потребностей;

4.к повышению качества услуг;

5.к получению прибыли.

4. Как называется любая услуга, удовлетворяющая те или иные потребности туристов и подлежащая оплате с их стороны?

1.обслуживание туриста;

2.платная услуга;

3.туристский продукт;

4.реализация туристского продукта;

5.удовлетворение потребностей.

5. Что является основным туристским продуктом?

1.пакет услуг;

2.гостиничное обслуживание;

3.транспортные перевозки;

4.экскурсионные услуги;

5.комплексное обслуживание.

6. По отношению к чему спрос на туристские услуги чрезвычайно эластичен?

1.к демографическим особенностям;

2.к сезонным колебаниям;

3.к уровню дохода и ценам;

4.к возрастным характеристикам;

5.к географическим особенностям.

7. В связи с какими колебаниями спроса на услуги присутствует так называемый феномен насыщения?

1.сезонными;

2.ценовыми;

3.финансовыми;

4.социальными;

5.политическими.

8. Чем отличается предложение туристских услуг?

1.статичностью;

2.постоянством;

3.однообразием;

4.негибким производством;

5.разнообразием.

9. Какие факторы существенно влияют на маркетинг в туризме?

1.социальные;

2.ценовые;

3.сезонные;

4.финансовые;

5.специфические особенности туристского продукта.

10. Сколько главных функций туристского маркетинга выделяет Всемирная туристская организация?

1.одну;

2.две;

3.три;

4.четыре;

5.п

В**опросы к зачету**

1. Социально-экономическая сущность маркетинга.

2. Специфика маркетинга услуг.

3. Сущность и содержание маркетинга в туризме.

4. Уровни маркетинга в туризме.

5. Основные условия применения и принципы маркетинга в туризме.

6. Основные условия осуществления маркетинговой деятельности.

7. Принципы маркетинга в туризме.

8. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга.

9. Маркетинг туризма на национальном уровне

10. Классификация маркетинговой информации.

11. Система внутренней маркетинговой информации.

12. Система внешней маркетинговой информации

13. Система сбора первичной маркетинговой информации.

14. Система анализа маркетинговой информации.

15. Структура туристского рынка.

16. Оценка конъюнктуры рынка.

17. Определение емкости рынка.

18. Структура туристского продукта.

19. Позиционирование продукта..

20. Жизненный цикл туристского продукта.

21. Конкурентная среда туристского предприятия.

22. Построение конкурентной карты рынка.

23. Основные понятия и цели формирования фирменного стиля.

24. Товарный знак

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетвори-тельно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании

	доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетво-рительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

– связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

– объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

– справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

– систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

– закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка,

между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Методические указания по изучению дисциплины «Основы маркетинга» : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью программа бакалавриата Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / Минобрнауки России, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и сервиса, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Ханахок З.А. - Майкоп : Б.и., 2020. - 31 с. - Библиогр.: с. 26 (11 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100059197&DOK=0C7029&BASE=0007AA
338.48 М 54 Методическое пособие по выполнению контрольных работ по дисциплине "Маркетинг в туризме" / Майкоп. гос. технол. ин-т, Каф. маркетинга и логистики ; [сост. Г.С. Писарева]. - Майкоп : Изд-во МГТИ, 2000. - 26 с. - Библиогр.: с.25	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=1000059774
Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 337 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019076-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2084408	https://znanium.ru/catalog/document?id=432228
Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 166 с. - ISBN 978-5-394-02710-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2083012	https://znanium.ru/catalog/document?id=431628
Семенова, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие для бакалавров / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2023. — 204 с. — ISBN 978-5-394-05170-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/137760.html	https://www.iprbookshop.ru/137760.html
Дурович, А.П. Маркетинг в туризме : учебное пособие / А.П. Дурович. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 316 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. -	https://znanium.ru/catalog/document?id=400300
Ключевская, И.С. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие / И.С. Ключевская. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 236 с. - (Высшее образование- Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=391635. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-014427-6. - ISBN 978-5-16-106954-7	http://znanium.com/catalog/document?id=391635
Баумгартен, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия. Практикум : учебное пособие / Л.В. Баумгартен. - Москва : Вузовский учебник, 2024. - 216 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=355236. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-9558-0425-5. - ISBN 978-5-16-102778-3. - ISBN 978-5-16-010780-6	https://znanium.ru/catalog/document?id=437436

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Василенко, Н. В. Экономика сферы услуг : учебник / Н.В. Василенко. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 439 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/996072. - ISBN 978-5-16-014659-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1981647	https://znanium.ru/catalog/document?id=426018
Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва :	https://znanium.ru/catalog/document?id=435080

Название	Ссылка
Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2024. — 282 с. — (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-9558-0163-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2079503	

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". – Москва, 2011 - – URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов.BOOK.RU Коллекция Сервис и туризм : сайт / ЭБС BOOK.RU. - Москва, - URL: https://www.book.ru/cat/578/1. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. http://znanium.com/catalog/ IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". – Саратов, 2010 - . – URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - – URL: https://нэб.рф/. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/ eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . – URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: https://cyberleninka.ru// - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная

электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/ Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. /index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya Федеральное агентство по туризму : сайт. – 2005. – URL: https://tourism.gov.ru/. - Текст: электронный. Современный отель : медиа-ресурс для владельцев, управляющих и специалистов гостиничного бизнеса : сайт. – Санкт-Петербург, 2007. - . – URL: http://www.hotelexecutive.ru// - Текст: электронный.Искусство гостеприимства.. Новости, события, тренды. Новые концепции и форматы отелей.Управление отелем, развитие бизнеса. Инвестиции в гостиничный бизнес. Финансы. Гостиничная недвижимость. Маркетинг, реклама, PR в гостиничном бизнесе. Законы и нормативы. Персонал гостиницы. Он-лайн журнал. https://tourism.gov.ru/ ProHotelia : гостиничный бизнес on-line : сайт / Powered by ProHotelia. – [б.м.], 2009. - . – URL: http://prohotelia.com/novosti/. - Текст: электронный.Портал для профессионалов гостиничного и ресторанного бизнеса. На страницах портала – новости гостиничной индустрии, исследования и статистика, обзоры ключевых событий и тенденций в гостиничном бизнесе, новые технологии и примеры эффективных решений для продвижения отелей, отельные «фишки», интервью с успешными отельерами и экспертами туристического рынка, советы и рекомендации ведущих юристов, а также календарь отраслевых событий http://prohotelia.com/about/ Russia.travel : национальный туристический портал : сайт / Министерство экономического развития РФ, Федеральное агентство по туризму. – [Москва], 2017. - . – URL: https://russia.travel/info/about/. - Текст: электронный.Russia.travel - информационно-познавательный проект, посвященный путешествиям по России. Деятельность портала направлена на создание единого информационного ресурса в сфере туризма, предоставляющего доступную и полную информацию о туристических возможностях России. Russia.travel знакомит читателя более чем с 20 тысячами достопримечательностей, которые включают в себя объекты историко-культурного наследия, природные памятники и заповедные зоны, традиционные ремесла и известные российские бренды. На портале публикуются популярные туристические маршруты, новости, статьи познавательного толка, анонсы мероприятий, происходящих во всех уголках России, рассказы о самобытности каждого региона, создаются спецпроекты, посвященные важнейшим туристическим направлениям. На портале вы можете узнать о ближайших событиях, найти достопримечательности поблизости и построить маршрут, а также предложить свой контент. http://russia.travel/info/about/ HotLine.travel : спорт, здоровье и красота : онлайн-журнал о жизни в туризме / Медиахолдинг Банко. – [Москва], 2011. - . – URL: https://www.tourdom.ru/hotline/. - Текст: электронный.Портал открыт в 2011 году и ежедневно привлекает 5–6 тысяч уникальных пользователей, заинтересованных в получении аналитической информации о трендах и событиях в турбизнесе. Разделы сайта: Авиаперевозка и транспорт; Обзоры и аналитика; Визы и посольства; Лицензирование и страхование; Стратегии компаний; Проекты; Законотворчество; Банкротства; Турпродукты; Техника продаж и многие другие. http://www.hotline.travel/about/ Российская цивилизация в пространстве, времени и мировом контексте. Образовательный ресурс : [сайт] / Центр политических и международных исследований, Российская ассоциация политической науки. – [Москва], 2014. - . – URL: http://рос-мир.рф/. - Текст: электронный.Ресурс является междисциплинарным и содержит сведения, статьи, материалы и иллюстрации по таким областям знания, как теория цивилизаций, российская история, государственное и общественное устройство России, географическая и социально-экономическая информация о России, российская культура, положение и политика России в международной системе. http://рос-мир.рф/ Туризм и гостеприимство : научно-практический журнал : сайт / Полесский государственный университет (Республика Беларусь). – Пинск, 2014 - . – URL: http://ojs.polessu.by/TG/index. - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный.В научно-практическом журнале публикуются оригинальные результаты исследований по широкому кругу проблем туризма и гостеприимства. http://ojs.polessu.by/TG/about Сервис plus : научный журнал : сайт / Российский государственный университет туризма и сервиса. – Черкизово (Московская область), 2007. – URL: http://philosoph.ru/polnotekstovyi-arkhiv. - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный.Научное издание по актуальным проблемам теории и методологии сервиса. Публикуются работы в сфере гуманитарных наук, затрагивающих проблемы туризма и сервиса. Журнал рассчитан на широкий круг читателей, интересующихся

опытом межотраслевых исследований. Входит в Перечень ВАК.TURIZM.RU - официальный портал об отдыхе, путешествиях и туризме : сайт – Москва, 2005. – URL: https://www.turizm.ru/. - Текст: электронный. КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. – URL: http://www.consultant.ru/about/. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. http://philosoph.ru/polnotekstovyi-arkhiv DOAJ (Directory of Open Access Journals) : каталог журналов открытого доступа : [сайт] / Лундский университет (Швеция). – Лунд, 2003. - . – URL: https://www.doaj.org/. - Текст: электронный.Каталог содержит полнотекстовые журналы из всех областей знаний, включая: право, политические и социальные науки, бизнес и экономику, историю. Журналы представлены более чем на 10 языках. Отдельные издания требуют свободной регистрации. Просмотр журналов по названиям и по рубрикам, постатейный поиск. Полные тексты статей в формате PDF и HTML. http://www.doaj.org/

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме Социально-экономическая сущность маркетинга. Понятие маркетинга, аспекты определения сущности маркетинга. Специфика маркетинга услуг. Понятие услуги. Основные черты услуг. Сущность и содержание маркетинга в туризме. Понятие маркетинга в туризме. Функции маркетинга в туризме	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПКУВ-7.1 ПКУВ-7.2 ПКУВ-7.3
Концепция маркетинга в туризме Уровни маркетинга в туризме. Маркетинг коммерческих предприятий. Маркетинг некоммерческих предприятий. Основные условия применения и принципы маркетинга в туризме. Основные условия осуществления маркетинговой деятельности. Принципы маркетинга в туризме. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Понятие турагента и туроператора. Функции турагента и туроператора. Маркетинг туризма на национальном уровне. Туристская политика государства. Имидж страны. Основные условия маркетинга и принципы в туризме. Технология реализации концепции маркетинга на туристском предприятии. Выделение основных этапов реализации концепции маркетинга на	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПКУВ-7.1 ПКУВ-7.2 ПКУВ-7.3

предприятии: анализ рыночных возможностей, выбор целевого сегмента, маркетинговой стратегии, разработка комплекса маркетинга и вспомогательных систем маркетинга				
Система маркетинговой информации туристского предприятия Классификация маркетинговой информации. Достоинства и недостатки первичной и вторичной информации. Система внутренней маркетинговой информации. Источники внутренней информации. Система внешней маркетинговой информации Источники внутренней информации. Система сбора первичной маркетинговой информации. Методы сбора первичных маркетинговых данных. Система анализа маркетинговой информации. Типичные методы прогнозирования	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПКУВ-7.1 ПКУВ-7.2 ПКУВ-7.3
Маркетинговые исследования туристского рынка Структура туристского рынка. Классификация рынка туризма по разным признакам. Оценка конъюнктуры рынка. Этапы исследования конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка. Понятие емкости и доли рынка	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПКУВ-7.1 ПКУВ-7.2 ПКУВ-7.3
Маркетинговые исследования туристского рынка Структура туристского продукта. Уровни туристского продукта. Позиционирование продукта. Схема позиционирования и ошибки при позиционировании. Жизненный цикл туристского продукта. Этапы жизненного цикла туристского продукта.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПКУВ-7.1 ПКУВ-7.2 ПКУВ-7.3
Маркетинговые исследования конкурентов Конкурентная среда туристского предприятия. Факторы, влияющие на конкурентную среду тур. предприятия. Элементы анализа конкурентов. Понятие целевого рынка.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПКУВ-7.1

Этапы выбора целевого рынка. Стратегии охвата рынка. Построение конкурентной карты рынка. Понятие конкурентной карты рынка. Показатели, применяемые для составления конкурентной карты.		систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	пособия	ПКУВ-7.2 ПКУВ-7.3
Фирменный стиль туристского предприятия Основные понятия и цели формирования фирменного стиля. Толкования фирменного стиля. Товарный знак Понятие товарного знака	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПКУВ-7.1 ПКУВ-7.2 ПКУВ-7.3

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
7-Zip Свободная лицензия
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - – URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов.BOOK.RU Коллекция Сервис и туризм : сайт / ЭБС BOOK.RU. - Москва, - URL: https://www.book.ru/cat/578/1. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. http://znanium.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. – Саратов, 2010 - . – URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - – URL: https://нэб.рф/. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . – URL: https://elibrary.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: https://cyberleninka.ru// - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. URL: https://lib.mkgtu.ru/index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya

Название
Федеральное агентство по туризму : сайт. – 2005. – URL: https://tourism.gov.ru/. - Текст: электронный. Современный отель : медиа-ресурс для владельцев, управляющих и специалистов гостиничного бизнеса : сайт. – Санкт-Петербург, 2007. - . – URL: http://www.hotelexecutive.ru// - Текст: электронный.Искусство гостеприимства.. Новости, события, тренды. Новые концепции и форматы отелей.Управление отелем, развитие бизнеса. Инвестиции в гостиничный бизнес. Финансы. Гостиничная недвижимость. Маркетинг, реклама, PR в гостиничном бизнесе. Законы и нормативы. Персонал гостиницы. Он-лайн журнал. https://tourism.gov.ru/
ProHotelia : гостиничный бизнес on-line : сайт / Powered by ProHotelia. – [б.м.], 2009. - . – URL: http://prohotelia.com/novosti/. - Текст: электронный.Портал для профессионалов гостиничного и ресторанного бизнеса. На страницах портала – новости гостиничной индустрии, исследования и статистика, обзоры ключевых событий и тенденций в гостиничном бизнесе, новые технологии и примеры эффективных решений для продвижения отелей, отельные «фишки», интервью с успешными отельерами и экспертами туристического рынка, советы и рекомендации ведущих юристов, а также календарь отраслевых событий http://prohotelia.com/about/
Russia.travel : национальный туристический портал : сайт / Министерство экономического развития РФ, Федеральное агентство по туризму. – [Москва], 2017. - . – URL: https://russia.travel/- Текст: электронный.Russia.travel - информационно-познавательный проект, посвященный путешествиям по России. Деятельность портала направлена на создание единого информационного ресурса в сфере туризма, предоставляющего доступную и полную информацию о туристических возможностях России. Russia.travel знакомит читателя более чем с 20 тысячами достопримечательностей, которые включают в себя объекты историко-культурного наследия, природные памятники и заповедные зоны, традиционные ремесла и известные российские бренды. На портале публикуются популярные туристические маршруты, новости, статьи познавательного толка, анонсы мероприятий, происходящих во всех уголках России, рассказы о самобытности каждого региона, создаются спецпроекты, посвященные важнейшим туристическим направлениям. На портале вы можете узнать о ближайших событиях, найти достопримечательности поблизости и построить маршрут, а также предложить свой контент. http://russia.travel/info/about/
HotLine.travel : спорт, здоровье и красота : онлайн-журнал о жизни в туризме / Медиахолдинг Банко. – [Москва], 2011. - . – URL: https://www.tourdom.ru/hotline/. - Текст: электронный.Портал открыт в 2011 году и ежедневно привлекает 5–6 тысяч уникальных пользователей, заинтересованных в получении аналитической информации о трендах и событиях в турбизнесе. Разделы сайта: Авиаперевозка и транспорт; Обзоры и аналитика; Визы и посольства; Лицензирование и страхование; Стратегии компаний; Проекты; Законотворчество; Банкротства; Турпродукты; Техника продаж и многие другие. http://www.hotline.travel/about/
Туризм и гостеприимство : научно-практический журнал : сайт / Полесский государственный университет (Республика Беларусь). – Пинск, 2014 - . – URL: http://ojs.polessu.by/TG/index. - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный.В научно-практическом журнале публикуются оригинальные результаты исследований по широкому кругу проблем туризма и гостеприимства. http://ojs.polessu.by/TG/about

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - – URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов.BOOK.RU Коллекция Сервис и туризм : сайт / ЭБС BOOK.RU. - Москва, - URL: https://www.book.ru/cat/578/1. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. http://znanium.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. – Саратов, 2010 - . – URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - – URL: https://нэб.рф/. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится

Название
более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. URL: https://lib.mkgtu.ru/index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya
Федеральное агентство по туризму : сайт. – 2005. – URL: https://tourism.gov.ru/. - Текст: электронный. Современный отель : медиа-ресурс для владельцев, управляющих и специалистов гостиничного бизнеса : сайт. – Санкт-Петербург, 2007. - . – URL: http://www.hotelexecutive.ru// - Текст: электронный.Искусство гостеприимства.. Новости, события, тренды. Новые концепции и форматы отелей.Управление отелем, развитие бизнеса. Инвестиции в гостиничный бизнес. Финансы. Гостиничная недвижимость. Маркетинг, реклама, PR в гостиничном бизнесе. Законы и нормативы. Персонал гостиницы. Он-лайн журнал. https://tourism.gov.ru/
Russia.travel : национальный туристический портал : сайт / Министерство экономического развития РФ, Федеральное агентство по туризму. – [Москва], 2017. - . – URL: https://russia.travel/ - Текст: электронный.Russia.travel - информационно-познавательный проект, посвященный путешествиям по России. Деятельность портала направлена на создание единого информационного ресурса в сфере туризма, предоставляющего доступную и полную информацию о туристических возможностях России. Russia.travel знакомит читателя более чем с 20 тысячами достопримечательностей, которые включают в себя объекты историко-культурного наследия, природные памятники и заповедные зоны, традиционные ремесла и известные российские бренды. На портале публикуются популярные туристические маршруты, новости, статьи познавательного толка, анонсы мероприятий, происходящих во всех уголках России, рассказы о самобытности каждого региона, создаются спецпроекты, посвященные важнейшим туристическим направлениям. На портале вы можете узнать о ближайших событиях, найти достопримечательности поблизости и построить маршрут, а также предложить свой контент. http://russia.travel/info/about/
ProHotelia : гостиничный бизнес on-line : сайт / Powered by ProHotelia. – [б.м.], 2009. - . – URL: http://prohotelia.com/novosti/. - Текст: электронный.Портал для профессионалов гостиничного и ресторанного бизнеса. На страницах портала – новости гостиничной индустрии, исследования и статистика, обзоры ключевых событий и тенденций в гостиничном бизнесе, новые технологии и примеры эффективных решений для продвижения отелей, отельные «фишки», интервью с успешными отельерами и экспертами туристического рынка, советы и рекомендации ведущих юристов, а также календарь отраслевых событий http://prohotelia.com/about/
HotLine.travel : спорт, здоровье и красота : онлайн-журнал о жизни в туризме / Медиахолдинг Банко. – [Москва], 2011. - . – URL: https://www.tourdom.ru/hotline/. - Текст: электронный.Портал открыт в 2011 году и ежедневно привлекает 5–6 тысяч уникальных пользователей, заинтересованных в получении аналитической информации о трендах и событиях в турбизнесе. Разделы сайта: Авиаперевозка и транспорт; Обзоры и аналитика; Визы и посольства; Лицензирование и страхование; Стратегии компаний; Проекты; Законотворчество; Банкротства; Турпродукты; Техника продаж и многие другие. http://www.hotline.travel/about/
Туризм и гостеприимство : научно-практический журнал : сайт / Полесский государственный университет (Республика Беларусь). – Пинск, 2014 - . – URL: http://ojs.polessu.by/TG/index. - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный.В научно-практическом журнале публикуются оригинальные результаты исследований по широкому кругу проблем туризма и гостеприимства. http://ojs.polessu.by/TG/about

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (5-5-16)385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул. Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул. Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 54 посадочных места, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader GC, Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024 1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус Kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 №203-20122401
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-11) 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул. Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул. Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 32 посадочных места, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader GC, Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024 1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус Kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 №203-20122401
Помещение для хранения и профилактического обслуживания оборудования: информационно-технический отдел, г. Майкоп, ул. Первомайская, 191, каб. 318	Технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader GC, Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024 1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус Kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 №203-20122401
Помещение для самостоятельной работы обучающихся: читальный зал МГТУ, г. Майкоп, ул. Первомайская, 191, 3 этаж	Компьютерное оснащение с выходом в интернет на 30 посадочных мест, оснащенные специализированной мебелью (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника/принтеры, сканеры, ксерокс)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader GC, Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024 1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус Kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 №203-20122401