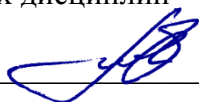


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.12.2025 14:09:03
Уникальный программный ключ:
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b172b88dd38f9301d8c2340974f9

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«Институт непрерывного образования»

Рассмотрено
на заседании кафедры естественнонаучных
и общегуманитарных дисциплин
Зав. кафедрой



Трубицын А.С.

3 ноября 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор АНО ВО «ИНО»



Цветлюк Л.С.

3 ноября 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии туристской деятельности

для направления подготовки

43.03.02 «Туризм», направленность (профиль):

«Технология и организация внутреннего и международного туризма»

Уровень бакалавриата

Квалификация выпускника

Бакалавр

Москва, 2025 г.

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: формировать у студентов знание основных категорий, понятий и принципов организации продвижения туристского продукта на рынок, а также системы государственного регулирования рекламной деятельности в туризме, основных маркетинговых исследований и инструментариев, применяемым в рекламировании услуг, методики создания рекламной продукции для предприятий туристской индустрии, особенностей оценки эффективности мероприятий по продвижению туристского продукта.

Задачи дисциплины:

- изучить особенности процесса продвижения туристского продукта на современном рынке услуг;
- изучить основные инструменты государственного регулирования рекламной деятельности в туризме и практику их применения;
- рассмотреть со студентами специфику туристской рекламы, связи с общественностью, стимулирование сбыта и личных продаж в туризме;
- ознакомить студентов с современной системой оценки эффективности мероприятий по продвижению туристского продукта.
- освоить навыки проведения мероприятий по продвижению туристского продукта.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Технологии туристской деятельности» включена в обязательный перечень ФГОС ВО 3++, в учебном плане включена в Часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1. ОПОП, на дисциплину отводится 6 зачетных единиц.

Студент, приступающий к изучению дисциплины, должен:

обладать знаниями:

- требования и стандарты по оказанию услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;
- основные классификации туристских услуг и их характеристики;
- типы маркетинговых исследований туристского рынка, вкусы потребителей, конкурентов, в том числе с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов

обладать умениями:

- обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания клиентов с учетом природных и социальных факторов;
- оценить качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон - осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в том числе с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

<i>Код компетенции, содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО</i>	<i>Индикатор достижения компетенции</i>	<i>Результаты обучения по дисциплине (модулю)</i>
---	---	---

<p>ПК – 3 - способен организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, с соблюдением норм профессиональной этики по отношению к туристам и коллегам</p>	<p>ПК-3.1. Знает: способы организации обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, с соблюдением норм профессиональной этики делового общения по отношению к туристам и коллегам</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы планирования и бюджетирования деятельности туристской фирмы; - способы организации обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, с соблюдением норм профессиональной этики делового общения по отношению к туристам и коллегам
	<p>ПК-3.2. Умеет: организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, с соблюдением норм профессиональной этики делового общения по отношению к туристам и коллегам</p>	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать и калькулировать себестоимость услуг, предоставляемых туристской фирмой; - организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, с соблюдением норм профессиональной этики делового общения по отношению к туристам и коллегам
	<p>ПК-3.3 Владеет: навыками организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, а также умением профессионально работать с клиентами и коллегами</p>	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, а также умением профессионально работать с клиентами и коллегами

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 216 часов, 6 зачетных единиц

Вид учебной работы	Всего часов	Курс									
		1		2		3		4		5	
Аудиторные занятия (всего)	112					64	48				

В том числе:											
Лекции	52					28	24				
Практические занятия (ПЗ)	40					28	12				
Семинары (С)											
Индивидуальные занятия (ИЗ)	20					8	12				
Самостоятельная работа (всего)	68					44	24				
В том числе:											
Курсовой проект (работа)											
Расчетно-графические работы											
Контрольная работа (в виде реферата)											
Вид промежуточной аттестации (<u>зачет с оценкой, экзамен</u>)	36					зач с оценк ой	36				
Общая трудоемкость: 216 часов, 6 з.ед.	216					108, 3 з.ед	108, 3 з.ед				

5. Содержание дисциплины

5.1.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Формируемые компетенции	Образовательные технологии (интерактивные формы проведения занятий)	Оценочные средства
1.	Основные понятия и категории политики продвижения	Предмет и задачи курса. Реклама в системе продвижения туристского продукта. Понятие «реклама». История рекламной деятельности. Реклама как форма коммуникации. Место рекламы в маркетинге туризма. Общие методические положения создания рекламы в туризме. Функции, принципы, цели, классификация видов рекламы в туризме. Реклама в системе маркетинг-микс.	ПК-3	Эвристический, проблемный, наглядный, репродуктивный методы преподавания	Тесты, реферат
2.	Законодательная база политики продвижения	Нормативно-правовая база функционирования рекламного бизнеса. Особенности функционирования рекламного бизнеса в сфере туризма. Основные средства распространения рекламы, их	ПК-3	Эвристический, проблемный, наглядный, репродуктивный методы преподавания	Тесты, реферат

		положительные и отрицательные стороны. Выбор оптимальных средств распространения рекламы в туризме. Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта турфирмы.			
3.	Особенности создания рекламы, оценки эффективности и рекламных кампаний	<p>Создание рекламного обращения. Уникальное торговое предложение. Реклама и психология потребителя. Модели потребительского поведения и этапы принятия решения о покупке в туризме.</p> <p>Особенности оценки эффективности рекламы в туризме. Разработка рекламного бюджета.</p> <p>Товарный знак и его использование в туризме. Особенности рекламы и паблик рилейшнз в туризме. Цели, принципы и основные средства реализации «паблик рилейшнз». Взаимодействие рекламы и «паблик рилейшнз» при проведении комплексной рекламной кампании.</p> <p>Особенности корпоративной рекламы в туризме. Внутренний менеджмент туристского предприятия и создание положительного имиджа. Использование корпоративной рекламы в международной и отечественной рекламной деятельности в сфере туризма.</p>	ПК-3	Эвристический, проблемный, наглядный, репродуктивный методы преподавания	Тесты, реферат

5.1.2. Самостоятельная работа студентов: указываются виды самостоятельной работы студентов по разделам и темам, а также формы контроля самостоятельной работы обучающихся

№ п.п.	Наименование раздела дисциплины (темы)	Виды самостоятельной работы студентов	Формы контроля самостоятельной работы студентов
1.	<i>Основные понятия и категории политики продвижения</i> Функции, принципы, цели, классификация видов рекламы в туризме. Реклама в системе маркетинг-микс.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Изучение литературы по теме. ✓ Подготовка к промежуточному тестированию по разделу ✓ Выполнение реферата ✓ Подготовка к практическому занятию 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Заслушивание и обсуждение рефератов ✓ Проверка тестов
2.	<i>Законодательная база политики продвижения</i> Выбор оптимальных средств	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Изучение литературы по теме. ✓ Подготовка к 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Заслушивание и обсуждение рефератов

	распространения рекламы в туризме. Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта турфирмы.	промежуточному тестированию по разделу ✓ Выполнение реферата ✓ Подготовка к практическому занятию	✓ Проверка тестов
3.	Особенности создания рекламы, оценки эффективности рекламных кампаний Особенности корпоративной рекламы в туризме. Внутренний менеджмент туристского предприятия и создание положительного имиджа. Использование корпоративной рекламы в международной и отечественной рекламной деятельности в сфере туризма.	✓ Изучение литературы по теме. ✓ Подготовка к промежуточному тестированию по разделу ✓ Выполнение реферата ✓ Подготовка к практическому занятию	✓ Заслушивание и обсуждение рефератов ✓ Проверка тестов

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лек ц.	Прак т. зан.	Инд. зан.	СРС	Курс. проек т.	Кон троль	Всего час.
1.	Основные понятия и категории политики продвижения	20	16	6	24			66
2.	Законодательная база политики продвижения	16	12	6	24			58
3.	Особенности создания рекламы, оценки эффективности рекламных кампаний	16	12	8	20			56
4.	Контроль (зачет с оценкой, экзамен)							36
	Всего	52	40	20	68			216

6. Индивидуальные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость (час.)
5.	Основные понятия и категории политики продвижения	Общие методические положения создания рекламы в туризме. Функции, принципы, цели, классификация видов рекламы в туризме.	6
6.	Законодательная база политики продвижения	Основные средства распространения рекламы, их положительные и отрицательные стороны. Выбор оптимальных средств распространения рекламы в туризме.	6
7.	Особенности создания рекламы, оценки эффективности рекламных кампаний	Товарный знак и его использование в туризме. Особенности рекламы и паблик рилейшнз в туризме. Цели, принципы и основные средства реализации «паблик рилейшнз». Взаимодействие	8

		рекламы и «паблик рилейшнз» при проведении комплексной рекламной кампании.	
	Всего		20

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	Основные понятия и категории политики продвижения	Предмет и задачи курса. Реклама в системе продвижения туристского продукта. Понятие «реклама». История рекламной деятельности. Реклама как форма коммуникации. Место рекламы в маркетинге туризма.	16
2.	Законодательная база политики продвижения	Нормативно-правовая база функционирования рекламного бизнеса. Особенности функционирования рекламного бизнеса в сфере туризма.	12
3.	Особенности создания рекламы, оценки эффективности рекламных кампаний	Создание рекламного обращения. Уникальное торговое предложение. Реклама и психология потребителя. Модели потребительского поведения и этапы принятия решения о покупке в туризме. Особенности оценки эффективности рекламы в туризме. Разработка рекламного бюджета.	12
	Всего		40

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

8.1. Описание оценочных средств текущего контроля успеваемости

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый в ходе аудиторных и самостоятельных занятий по учебному курсу контроль уровня знаний, умений, навыков и опыта деятельности студента в течение семестра.

Тестирование

Тест проводится в рамках текущего контроля успеваемости. Тест состоит из 20 заданий, относящихся к одной теме. Все задания одного уровня трудности. Тестирование осуществляется письменной форме, на выполнение теста отводится 40 минут, студентам предлагается одна попытка. Результаты тестирования доступны студентам и преподавателю после его завершения.

Процедура оценивания результатов теста: один балл за каждый правильный ответ.

Примерные тестовые задания

1. Продвижение туристского продукта – это...

- А) комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, издание каталогов, буклетов и др.)
- Б) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем

В) комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта

Г) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и др.).

2. Туристский продукт – это...

А) право на тур, приобретаемое у турфирмы

Б) комплекс услуг по размещению, питанию, перевозке, экскурсионному обслуживанию и других услуг, приобретаемые туристом

В) тур, предоставляемый турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

Г) право на тур, включающий в себя комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные и другие услуги, предоставляемые турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

3. Какие особенности, характеризуют групповые туры:

А) доступность массовому туристу

Б) предоставляют туристу больше независимости и самостоятельности

В) турист обязан подчиняться установленному порядку

Г) высокая стоимость тура

4. Понятие – гостеприимство - многогранно и складывается из множества составляющих факторов, допишите еще один фактор и раскройте его содержание:

А) внимательное отношение тех, кто предоставляет туристский продукт, к просьбам и пожеланиям клиента (по принципу, что мы можем еще для вас сделать?);

Б) забота об облегчении ориентации туристов в получении услуг (информация внутри фирмы, об объектах в путеводителях и буклетах на понятном туристу языке и др.);

В) благожелательное отношение к туристам, которое должно быть возведено в принцип обслуживания

5. С точки зрения особенностей поведения людей можно выделить четыре основных типа клиентов турфирмы:

А) оседлый тип

Б) оседло-мобильный тип

В) мобильный тип

Г) кочевой тип.

Какому типу клиентов соответствует следующее описание: клиенты с небольшим или средним доходом. В этой группе находится значительное число пожилых людей и лиц молодого возраста. У молодежи преобладает стремление к пляжному отдыху, с определенным уровнем комфорта. Эта группа предпочитает селиться в отелях средней категории. Для данного типа туристов важно проведение экскурсий и обязательно развлекательных вечерних и ночных программ, придают большое значение покупке сувениров.

6. Туроператоры и турагенты при продвижении и продаже туристского продукта уровень обслуживания по туру условно обозначают следующими категориями:

- А) «люкс»
- Б) первый класс
- В) туристский класс
- Г) экономический класс.

7. Какому классу соответствует приведенная характеристика уровня обслуживания клиентов:

Обычно этим классом пользуются студенты и малообеспеченные люди. Программы этого класса предусматривают минимум услуг и невысокого уровня. Размещение в гостиницах 1-2 звезд, в хостелах, общежитиях, в малых частных или кооперативных гостиницах, предусматривающих сервис по принципу самообслуживания: питание может не предоставляться вообще, может быть запланирован завтрак по типу шведского стола, с ассортиментом блюд по типу континентального завтрака; перелет, как правило, чартерными авиарейсами; встреча и проводы могут быть организованы на общественном транспорте.

7. Международная биржа по туризму в Берлине (ITB) проводится ежегодно:

- А) в начале марта;
- Б) во второй декаде ноября;
- В) в конце января
- Г) в конце марта

8. Под предметом агентского соглашения понимается:

- А) поручение реализации туристского продукта
- Б) передача турпродукта
- В) купля-продажа турпродукта
- Г) всё указанное выше

Шкала оценивания результатов теста

Количество верно выполненных заданий теста	Количество баллов
1	0,5
2	0,5
3	0,5
4	0,5
5	0,5
6	0,5
7	0,5
8	0,5
9	0,5
10	0,5

Реферат

При составлении реферата рекомендуется следующая логика построения работы. В начале следует показать значимость рассматриваемой проблемы в широком контексте, затем – в более узком – в прикладном значении. На втором этапе следует структурировать саму проблему: причины первого, второго и третьего уровней; генезис проблемы и ее последствия: близкие, ожидаемые, известные и отдаленные – наименее изученные. Рекомендуется на данном этапе

формализовать результаты с помощью таких способов, как диаграмма «средства», «связей», и их аналогов. На третьем этапе следует сфокусировать внимание на одной, конкретной, сравнительно обособленной причине возникновения проблемы, рассмотреть ее детально, и предложить свой особый (ранее не разработанный) вариант решения. Завершая работу над рефератом, следует показать, какие последствия будет иметь предложенное автором решение, сначала в узком, затем в широком контексте (это позволяет «закольцевать» тему, вернуться к началу реферата – постановке проблемы). Тематика не исчерпывается темами, предлагаемыми преподавателем. Студент вправе сформулировать тему самостоятельно. Тема должна быть утверждена преподавателем заблаговременно, до начала выполнения работы.

Примерные темы рефератов

1. Фирменный стиль организаций в сфере туризма и гостеприимства
2. Психологические методы воздействия рекламы
3. Товарный знак и его особенности в рекламе туристских услуг
4. Реклама туристских услуг и психология поведения потребителей
5. Особенности рекламы в сфере туризма
6. Тенденции развития туризма
7. Планирование в туристической фирме
8. Роль сферы обслуживания в общественно-экономической жизни страны
9. Факторы, влияющие на развитие сферы обслуживания
10. Тенденции развития сферы обслуживания
11. Признаки классификации услуг. и т.д.

Критерии оценивания реферата

№п/п	Примерные критерии оценки реферата	Количество баллов
1.	Титульный лист	Без ошибок – 2 С незначительными ошибками – 1 Существенные ошибки – 0
2.	Оглавление	Без ошибок – 2 С незначительными ошибками – 1 Существенные ошибки – 0
3.	Введение	Раскрыты актуальность, цели и задачи – 3 Раскрыты либо актуальность, либо цели и задачи – 1 Не раскрыты ни актуальность, ни цели и задачи
4.	Содержание основной части	Связная логика изложения, выполнены задачи, поставленные во введении – 4 Задачи выполнены, логика изложения нарушена – 2-3 В изложении основной части присутствует более 50 % некорректных заимствований – 1 Текст основной части представляет собой некорректные заимствования – 0
5.	Заключение	Сделаны выводы, в соответствие с поставленными задачами, изложением основной части – 3 Приведены выводы, не связанные с поставленными задачами, материалом, изложенным в основной части – 1 Выводы не приведены – 0
6.	Список использованной	Унифицированный список в соответствии с ГОСТ – 2 Унифицированный список – 1

	литературы	Список приведен в свободной форме – 0
7.	Сроки сдачи реферата	Реферат сдан вовремя – 1 Нарушены сроки сдачи – 0
8.	Форматирование	Без нарушений – 1 С нарушениями – 0
9.	Орфография и пунктуация	Не выявлены грубые ошибки – 1 Имеются грубые орфографические и пунктуационные ошибки – 0
10.	Количество страниц	Равно или больше 20 – 1 Меньше 20 страниц – 0
11.	Всего баллов	20

8.2 Описание оценочных средств промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена

Количество баллов по дисциплине определяется как сумма баллов текущего контроля. Если студента не устраивает полученная оценка, в спорных случаях может проводиться оценивание в форме ответа на вопросы.

Показатели и критерии оценивания на экзамене. Шкала оценивания

ПК – 3 - способен организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, с соблюдением норм профессиональной этики по отношению к туристам и коллегам	ПК-3.1. Знает: способы организации обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, с соблюдением норм профессиональной этики делового общения по отношению к туристам и коллегам	Знает: - основы планирования и бюджетирования деятельности туристской фирмы; - способы организации обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, с соблюдением норм профессиональной этики делового общения по отношению к туристам и коллегам
	ПК-3.2. Умеет: организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, с соблюдением норм профессиональной этики делового общения по отношению к туристам и коллегам	Умеет: - планировать и калькулировать себестоимость услуг, предоставляемых туристской фирмой; - организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, с соблюдением норм профессиональной этики делового общения по отношению к туристам

		и коллегам
	ПК-3.3 Владеет: навыками организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, а также умением профессионально работать с клиентами и коллегами	Владеет: - навыками организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их потребностей, используя инновационные технологии при подготовке и проведении экскурсионных программ и индивидуальных туров, а также умением профессионально работать с клиентами и коллегами
«отлично»/зачтено	Студент продемонстрировал сформированность компетенции на повышенном уровне, а именно знания, умения и владения материалом. <i>Готов решать задачи повышенной сложности, принимать решения в условиях неполной определенности.</i>	
«хорошо»/зачтено	<i>Студент продемонстрировал сформированность компетенций на базовом уровне: знания и умения, отвечает в целом верно, но с отдельными неточностями, не носящими принципиального характера. Не все термины употреблены правильно, присутствуют отдельные некорректные утверждения и грамматические / стилистические погрешности изложения. Ответы не проиллюстрированы примерами в должной мере.</i>	
«удовлетворительно»/зачтено	<i>Студент продемонстрировал сформированность компетенций на пороговом уровне: знания фрагментарны, верные выводы перемежаются с неверными. Упущены содержательные блоки, необходимые для полного раскрытия темы. Студент в целом ориентируется в тематике учебного курса, но испытывает проблемы с раскрытием конкретных вопросов.</i>	
«неудовлетворительно»/незачтено	<i>Студент не продемонстрировал сформированности компетенций, нет нужных знаний, умений и владений. Ответы на вопросы отсутствуют либо не соответствуют содержанию вопросов. Ключевые для учебного курса понятия, содержащиеся в вопросах, трактуются ошибочно.</i>	

Промежуточный контроль в виде зачета с оценкой по дисциплине «Технологии туристской деятельности» проводится в экзаменационную сессию на 3 курсе (5 семестр) по утвержденным билетам (каждый билет включает три вопроса), экзамен проводится на 3 курсе (6 семестр) по утвержденным билетам (каждый билет включает три вопроса). При отличной успеваемости и 100% посещаемости студенту может быть выставлен экзамен по итогам текущей успеваемости.

Вопросы промежуточного контроля по дисциплине «Технологии туристской деятельности» (зачет с оценкой)

1. Понятие и сущность рекламы, определение рекламы международной торговой палатой, типы рекламы
2. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций в сфере туризма

3. История развития туристской рекламы, особенности ее становления в России
4. Цели и функции рекламы, типовой рекламный план как часть маркетингового плана
5. Реклама как социальный институт (реклама для потребителей и для туристского бизнеса), психологические особенности отношения к рекламе
6. Классификация видов рекламы в туризме
7. Классификация средств распространения рекламы, их преимущества и недостатки
8. Реклама и стадии жизненного цикла туристской услуги
9. Виды рекламных сообщений: по способу выражения; по целям и задачам; по возможностям обратной связи
10. Этапы разработки рекламного проекта. и т.д.

Вопросы промежуточного контроля по дисциплине «Технологии туристской деятельности» (экзамен)

1. Основные разделы рекламного сообщения, их типовые композиции
2. Рекламная стратегия турфирмы, факторы ее определяющие
3. Алгоритм разработки рекламной кампании и их классификация
4. Медиапланирование в туризме. Медиаканалы, их характеристики, критерии выбора
5. Характеристики медианосителей
6. Этапы формирования статьи рекламного бюджета
7. Методы расчета рекламного бюджета турфирмы
8. Подходы к определению эффективности рекламной деятельности в туризме
9. Экономическая эффективность рекламной деятельности в туризме
10. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности в туризме. и т.д.

8.3 Описание бально-рейтинговой системы оценивания результатов обучения студентов Технологическая карта рейтинговых баллов Дисциплина «Технологии туристской деятельности»

№	Вид задания	Расшифровка	Количество баллов	Минимум-максимум
1	Работа на практических и индивидуальных занятиях (12)	Выступление с докладом презентацией	0-10 баллов	0-50 баллов
		Решение кейс-заданий	0-10 баллов	0-50 баллов
2	Бонусные баллы	Участие (победа) в конкурсах, олимпиадах по направлению подготовки	5 (20) баллов	5 (20) баллов
		Участие в научной жизни института – выступление на конференциях; публикационная активность (по направлению подготовки)	5 (20) баллов	5 (20) баллов

3	Итоговый контроль (предусмотрен при отсутствии должного количества набранных баллов – 0-59 // при желании студента получить более высокую оценку (не более чем на 1 балл)	Ответ студента по вопросам билета	0-30 баллов	0-30 баллов
Всего баллов за текущий контроль		100		

Итого: для получения аттестации необходимо набрать (с учетом выполнения каждого пункта):

Отлично: 91-100 баллов

Хорошо: 75-90 баллов

Удовлетворительно: 60-74 балла

Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку

Наименование оценки	Сумма баллов	Числовой эквивалент
Отлично	91-100	5
Хорошо	79-90	4
Удовлетворительно	60-74	3
Неудовлетворительно	0-59	2

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоение территорий : учебное пособие : [16+] / А. В. Трухачев, Ю. М. Елфимова, В. А. Фурсов [и др.] ; Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра туризма и сервиса. – Ставрополь : Секвойя, 2021. – 61 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701001>
2. Амирова, З. Б. Инфраструктура туризма и гостеприимства : учебное пособие : [16+] / З. Б. Амирова ; Московская государственная академия водного транспорта, Кафедра гостиничного и туристического бизнеса. – Москва : Альтаир : МГАВТ, 2014. – 85 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429691>

б) дополнительная литература

1. Кулагина, Е. В. Технологии рекреации и анимации : учебное пособие / Е. В. Кулагина, Ю. В. Сливкова ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2017. – 96 с. : табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493340>
2. Макринова, Е. И. Технологии продаж в туризме и гостеприимстве : учебное пособие : [16+] / Е. И. Макринова, Т. Ю. Симонова, Е. О. Святая. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 180 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=690378>

в) информационные технологии:

1. Персональные компьютеры
2. Доступ в Интернет
3. Проектор
4. Система VOTUM

г) программное обеспечение:

1. Windows 7
2. LibreOffice Writer
3. LibreOffice Calc
4. LibreOffice Impress

д) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. <http://biblioclub.ru> – Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» Договор №96-09/2025 от 12.09.2025 г.
2. <http://lib.icone.ru> - Электронная библиотечная система АНО ВО «ИНО»
3. <http://edu.ru> – Федеральный портал «Российское образование»
4. <https://www.minobrnauki.gov.ru> – сайт Министерства науки и высшего образования РФ
5. <http://prlib.ru> – Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина
6. <http://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека
7. <http://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека
8. <http://elibrary.rsl.ru> – Российская государственная библиотека
9. <http://elibrary.ru> – Научная электронная библиотека «Elibrary»

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В АНО ВО «ИНО» предусмотрены учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических/индивидуальных занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Аудитории, в которых проводятся занятия по дисциплине, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (в электронном виде - презентаций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин, рабочим учебным программам дисциплин.

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

Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно- наглядных	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным
---	---

пособий и используемого программного обеспечения	планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
Учебная аудитория №5 Оснащение: Стул с пюпитром – 48 шт. Стол преподавателя – 1 шт. Стул преподавателя – 1 шт. Экран большого размера – 1 шт. Меловая доска – 1 шт. Ноутбук - 1 шт. Проектор INFocus -1 шт.	115114, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Даниловский, наб. Дербеневская, д. 11, этаж № 1, нежилое помещение, площадью 479.2 м2 (часть нежилого помещения)
Помещение для самостоятельной работы Оснащение: Стул с пюпитром – 25 шт. Стол преподавателя – 1 шт., Стул преподавателя – 1 шт. Персональный компьютер с периферией, с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Организации. – 1 шт. МФУ - 1 шт.	115114, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Даниловский, наб. Дербеневская, д. 11, этаж № 1, нежилое помещение, площадью 479.2 м2 (часть нежилого помещения)

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

11.1 Методические рекомендации (материалы) для преподавателя

Для лучшего усвоения материала студентами преподавателю рекомендуется в первую очередь ознакомить их с программой курса и кратким изложением материала курса, представленного в образовательной программе дисциплины. Далее на лекционных занятиях преподаватель должен довести до студентов теоретический материал согласно тематике и содержанию лекционных занятий, представленных в рабочей программе. При проведении практических занятий полученные теоретические знания необходимо закрепить рассмотрением вопросов (контрольных заданий) по каждой отдельной теме. После изучения на лекциях каждой темы закрепления и лучшего усвоения материала на практических занятиях рекомендуется провести опрос студентов по представленным вопросам для самопроверки. Завершить изучение дисциплины целесообразно выполнением тестов для проверки усвоения учебного материала. Подобный подход позволит студентам логично и последовательно осваивать материал и успешно пройти итоговую аттестацию в виде экзамена.

Обеспечение студентов инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Учебно-методические материалы обучающимся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудио файла,
- 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.

Рекомендации и тематические разработки лекционного курса

В ходе реализации данной дисциплины предполагается активное использование различных видов и форм проведения учебных занятий при осуществлении учебной и научно-исследовательской деятельности.

При аудиторной работе планируется проведение:

- проблемных лекций, позволяющих более разносторонне и менее субъективно доносить материал занятия до студентов, привлекать студентов к обсуждению наиболее острых проблем по дисциплине, демонстрировать «открытый», дискуссионный, «живой» характер знания в сфере гостиничной деятельности;

- практических занятий на основе «кейс-метода» - моделирования ситуации, воспроизводящей реальный объект, явление, проблему, создающие прецедент «погружения» в деятельность в сфере услуг;

- практикумов для решения комплексных и сложных проблемных ситуаций;

- дискуссий и дебатов как форм проведения семинарских занятий;

- презентаций с использованием специальных программных сред.

Очень важным представляется введение инновационных форм обучения (метода конкретных ситуаций моделирования и прогнозирования, дискуссии, круглого стола, рецензирования художественного материала и т.д.), позволяющих акцентировать внимание на актуальных проблемах дисциплины.

Мыслительный процесс всегда направлен на решение какой-либо задачи; преподавателю, заинтересованному в том, чтобы он протекал активнее, важно знать, что в этом процессе различают несколько основных этапов. Начальной фазой является осознание проблемной ситуации. Чтобы она возникла, при изложении нового материала следует коротко рассказать о состоянии вопроса по теме занятия и остановиться на «белом пятне», на том, что раньше не было известно науке.

Смысл первой фазы изложения материала – разбудить потребность в получении знаний. Источник мышления – потребность личности. Само выявление проблемной ситуации является актом мышления. Умение поставить вопрос, увидеть проблему там, где она есть, – первый признак мыслящего человека. Если в процессе изучения темы у студентов не возникает вопросов, это может свидетельствовать о том, что они не включены в мыслительную работу. Одной из причин такого явления может быть то, что уровень излагаемого материала значительно превышает уровень подготовленности студентов.

Следующим после осознания проблемной ситуации этапом мыслительного процесса является выработка гипотезы, т.е. предположения о возможных путях решения задачи и ее ожидаемом результате. После осознания гипотезы возникает необходимость ее проверки.

Завершающей фазой мыслительного процесса является фиксация достигнутого в нем решения проблемы – суждение по данному вопросу. В результате мыслительного процесса (т.е. в результате разрешения какой-либо задачи) студент должен выявить некоторые существенные взаимосвязи, отсутствие которых в его представлении делает ситуацию проблемной.

Выявление этих взаимосвязей происходит с помощью мыслительных операций: сравнения, анализа и синтеза, индукции и дедукции, абстракции и обобщения, классификации.

Культура речи преподавателя, вне всякого сомнения, – наиболее важное из средств обучения. Она организует, направляет и восприятие, и осмысление наглядного, документального и другого учебного материала. Преподаватель не просто показывает схему, таблицу, картину, он ведет по ней рассказ, дает объяснение.

В этой связи возникает необходимость научиться выбирать методы устного изложения. Знать функции изложения: повествовательно-описательную, доказательную, логическую и их роль в формировании культуры личности.

Основные понятия:

1. Формы устного изложения:

- монологическая – рассказ, сообщение, лекция;
- диалогическая – беседа;

2. Функции изложения:

- повествовательно-описательная;
- доказательная;
- логическая.

Под технологией процесса обучения понимается совокупность приемов, способов действия, используемых преподавателями для формирования культуры личности.

Эффективен **эвристический метод преподавания**. Организация занятия предполагает, что преподаватель ставит проблему, формулирует противоречия, помогает занимающимся обнаружить проблемную ситуацию, делит изложение материала на постепенно усложняющиеся этапы, а студенты самостоятельно делают «открытия» на каждом этапе. Такая структура при эвристическом методе соответствует этапам мыслительной деятельности.

Преподаватель, подбадривая занимающихся, настраивает на то, что задача посильна для них, что все получится, что они способны хорошо работать, и не ограничивает, не связывает мышление студентов, не ставит перед ними барьеров типа: «материал сложный, получится не у всех», «вряд ли многие решат эту задачу», «самим разобраться трудно – обращайтесь за помощью».

Проблемный метод – при этом методе преподаватель начинает изложение нового материала с постановки вопроса. Затем, рассуждая вслух, высказывает предположения, различные точки зрения и обсуждает их со студентами, доказывает истину экспериментом, проведенным самими студентами, или рассказывает об исследованиях, проведенных учеными, стараясь сделать обучаемых соучастниками научного поиска.

Наглядным называется такое обучение, *при котором представления и понятия формируются у студентов на основе непосредственного восприятия изучаемых ими явлений с помощью их изображений*. Наглядное обучение на занятиях играет особую роль. Студенты лишены возможности непосредственно взаимодействовать с объектом исследования. Поэтому важным способом закрепления знаний выступает наглядность, визуализация предмета обсуждения. В обучении используются многообразные наглядные средства, где можно выделить 3 группы: предметные, изобразительные, условно-графические.

Репродуктивный метод создает лишь базу знаний; используя его, преподаватель сам излагает факты, формулирует доказательства и выводы, сам акцентирует внимание на главном, сам ведет студентов по тропе познания, требуя от них простого воспроизведения, сказанного преподавателем.

Продуктивные методы способствуют развитию интеллектуальных, эмоциональных и волевых качеств эстетического сознания. Частично-поисковый, проблемный и исследовательский методы способствуют развитию как наглядно-образного, логического мышления, так и творческого.

Организация обратной связи – наиболее трудная часть работы преподавателя. Так, например, *опрос предполагает развитие языковой культуры и мышления, способности давать развернутый, полный, логически последовательный и аргументированный ответ. Мы не можем ограничиться только изложением фактов, главное в ответе студента – рассуждения, самостоятельный анализ, объяснение явлений*.

Одним из видов технологии процесса, обучения является игра. Игра по своей природе представляет собой деятельность человека – труд, познание, общение. Сущность игры – имитация, то есть деятельность, предполагающая создание относительно достоверной модели действительности.

В сценарии обучающей игры преподаватель определяет её трудовой репертуар, формирует задачи, стоящие перед студентами, исполняющими определенные роли, а также возможности импровизации. Одним из вариантов обучающей игры является участие студентов в составлении и решении кроссвордов, чайнвордов.

Одной из форм технологии процесса обучения, является дистанционное обучение. Компьютер в современных условиях обеспечивает наглядность информативного материала, обеспечивает высокую мобильность предъявляемой для осмысления учебной информации. Не порывая с чувственно-наглядным уровнем восприятия предъявляемой информации, студент получает возможность охватывать такие ненаглядно, нечувственно данные объекты, как общности, системы. С помощью компьютера преподаватели осуществляют контроль за усвоением студентами учебного материала, управляют текущим учебным процессом, проводят работу студентов с компьютером в режиме самообучения при обеспечении дозированной выдачи информации.

Средством текущего контроля и определения качества учебной деятельности студентов служит оценка преподавателя дисциплины выполненными студентами заданий и работ:

- исследовательских проектов
- устных ответов в ходе семинарских занятий,
- выступлений с докладами;
- выполненных рефератов;
- прорецензированных статей и пр.;
- выполненных творческих заданий и др.

Накопительная система оценки используется при промежуточной аттестации наряду с традиционной формой зачета.

К зачету студентам предоставляется учебная программа курса, перечень вопросов, отражающих содержание аудиторной и самостоятельной работы в течение семестра. Вопросы (подписанные и утвержденные на заседании кафедры) предлагаются студентам для предварительного знакомства не позднее 2-х недель до начала аттестации.

11.2 Методические указания для студентов

Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления ученика, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим студентом.

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Студенту предоставляется возможность работать во время учебы более самостоятельно, чем учащимся в средней школе. Студент должен уметь планировать и выполнять свою работу.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Этапы самостоятельной работы:

- осознание учебной задачи, которая решается с помощью данной самостоятельной работы;
- ознакомление с инструкцией о её выполнении;
- осуществление процесса выполнения работы;
- самоанализ, самоконтроль;
- проверка работ студента, выделение и разбор типичных преимуществ и ошибок.

Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом учебного процесса для каждого студента и определяется учебным планом. При определении содержания самостоятельной работы студентов следует учитывать их уровень самостоятельности и требования к уровню самостоятельности выпускников для того, чтобы за период обучения

искомый уровень был достигнут. Формы самостоятельной работы студентов определяются при разработке рабочих программ и учебных методических комплексов дисциплин содержанием учебной дисциплины.