

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»  
Факультет социально-культурных технологий  
Кафедра управления и экономики социально-культурной сферы

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки  
**43.04.02. Туризм**

Профиль подготовки  
**«Экономика и управление в сфере туризма»**

Квалификация (степень) выпускника  
**магистр**

Форма обучения  
**Очная, заочная**

Кемерово

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана, в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм», квалификация (степень) выпускника – магистр.

Утверждена на заседании кафедры управления и экономики социально-культурной сферы рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru/> 19.05.2023 г., протокол № 12.

Переутверждена на заседании кафедры управления и экономики социально-культурной сферы рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru/> 02.04.2024, протокол № 10.

Стратегический менеджмент и маркетинг в сфере туризма: рабочая программа дисциплины, для обучающихся по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм», профиль подготовки «Экономика и управление в сфере туризма», квалификация (степень) выпускника «магистр» / Сост. М.В. Лазарева. - Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2023. - 12 с.

**Составитель:**  
Лазарева М.В.

### 1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Стратегический менеджмент и маркетинг в сфере туризма» является формирование у обучающихся системы взглядов и представлений о теоретических основах стратегического менеджмента и маркетинга в сфере туризма, получение практических навыков в области стратегического менеджмента организаций и технологий маркетинга, действующих в туристской сфере.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Стратегический менеджмент и маркетинг в сфере туризма» относится к блоку дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, квалификация (степень) «магистр». Дисциплина изучается в 2 семестре.

### 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций		
	знать	уметь	владеть
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	- приемы анализа проблемной ситуации и способы осуществления ее декомпозиции на отдельные задачи (УК-1)	- вырабатывать стратегию решения поставленной задачи (составляет модель, определяет ограничения, вырабатывает критерии, оценивает необходимость дополнительной информации) (УК-1)	- возможными вариантами решения задач (УК-1)
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	- принципы командной работы (знает роли в команде, типы руководителей, способы управления коллективом) (УК-3)	- руководить членами команды для достижения поставленной задачи (УК-3)	
ПК-1. Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма	- методы оценки эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма (ПК-1)	- формировать план реализации стратегии туристского предприятия с использованием программно-целевого подхода (ПК-1)	
ПК-2. Способен управлять разработкой, обоснованием и реализацией проектов, внедрять изменения в сфере туризма	- принципы проектирования объектов профессиональной деятельности с учетом современных технологий и туристских новаций (ПК-2)	- организовывать, координировать и контролировать деятельность по разработке бизнес-планов в сфере туризма как технологии обоснования проектов и принятия предпринимательских решений (ПК-2)	- принципами планирования ресурсов проектов в сфере туризма, контроля процесса реализации проекта, своевременно выявлять отклонения в реализации бизнес-планов в сфере туризма и управлять деятельностью по их устранении (ПК-2)

**Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника:**

<b>Профессиональные стандарты</b>	<b>Обобщенные трудовые функции</b>	<b>Трудовые функции</b>
Профессиональный стандарт «Экскурсовод (гид)»	Обеление концепции и стратегии развития экскурсионной организации	Определение концепций развития экскурсионных организаций; Разработка стратегии и плана развития экскурсионной организации.
	Организация деятельности по реализации экскурсионных услуг	Формирование маркетинговой стратегии экскурсионной организации; Прогнозирование и планирование объемов реализации услуг; Руководство маркетингом и продажами экскурсионных услуг.

#### **4. Структура и содержание дисциплины**

##### **4.1 Структура дисциплины**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины (модуля) организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка включает в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанной с будущей профессиональной деятельностью.

Промежуточная аттестация – зачет.

##### **Тематический план дисциплины для очной формы обучения**

№ п/п	Наименование модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)					
			Всего	Лекции	Семинарски е/ практически е занятия	консул ьтации	В т.ч. в интерак тивной форме*	СРО
Раздел 1. Стратегический менеджмент в сфере туризма								
1.1.	Стратегия как система управления конкурентными преимуществами	2	11	2/2*	2		2*Лекция беседа	7
1.2.	Стратегии достижения экономической прибыли предприятия	2	9	2				7
1.3.	Стратегии увеличения рыночной доли предприятия	2	11	2	2			7
1.4.	Стратегии увеличения стоимости и ценности предприятия	2	9	2				7
Раздел 2. Маркетинг в сфере туризма								
2.1.	Социально- экономическая сущность маркетинга в сфере туризма	2	10		2/2*		2*Кругл ый стол	8
2.2.	Маркетинговые исследования потребителей и определение целевого	2	12	2	2			8

	рынка							
2.3.	Формирование маркетинговой стратегии предприятия сферы туризма	2	12	2	2/2*		2*Ситуационные задания	8
2.4.	Сбытовая политика туристских предприятий	2	12	2	2			8
2.5.	Ценовая политика туристских предприятий	2	10		2/2*		2*Дискуссия	8
2.6.	Коммуникативная политика туристских предприятий	2	12	2	2			8
	<b>Итого</b>		<b>108</b>	<b>16</b>	<b>16</b>		<b>8</b>	<b>76</b>

\* 8 часов занятий в интерактивной форме, т. е 25 % аудиторных занятий реализуется с использованием интерактивных форм.

#### Тематический план дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Наименование модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)					СРО
			Всего	Лекции	Семинарские / практические занятия	консультации	В т.ч. в интерактивной форме*	
Раздел 1. Стратегический менеджмент в сфере туризма								
1.1.	Стратегия как система управления конкурентными преимуществами	2	12	2/2*	2		2*Лекция беседа	8
1.2.	Стратегии достижения экономической прибыли предприятия	2	9					9
1.3.	Стратегии увеличения рыночной доли предприятия	2	10			1		9
1.4.	Стратегии увеличения стоимости и ценности предприятия	2	10			1		9
Раздел 2. Маркетинг в сфере туризма								
2.1.	Социально-экономическая сущность маркетинга в сфере туризма	2	12		2/2*	1	2*Круглый стол	9
2.2.	Маркетинговые исследования потребителей и определение целевого рынка	2	13	2	2/2*	1	2*Ситуационные задания	8
2.3.	Формирование маркетинговой стратегии предприятия сферы туризма	2	12	2		1		9
2.4.	Сбытовая политика туристских предприятий	2	10			1		9
2.5.	Ценовая политика туристских	2	10			1		9

	предприятий							
2.6.	Коммуникативная политика туристских предприятий	2	10			1		9
	<b>Итого</b>	<b>108</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>88</b>

\* 6 часов занятий в интерактивной форме, т. 50 % аудиторных занятий реализуется с использованием интерактивных форм.

#### 4.2. Содержание дисциплины

№ п/п	Содержание дисциплины	Результаты обучения	Формы текущего контроля, промежуточной аттестации. Виды оценочных средств
<b>Раздел 1. Стратегический менеджмент в сфере туризма</b>			
1.1.	Стратегия как система управления конкурентными преимуществами	<b>Формируемые компетенции:</b> УК-3. <b>В результате изучения темы студент должен:</b> знать: - принципы командной работы (знает роли в команде, типы руководителей, способы управления коллективом) (УК-3) уметь: - руководить членами команды для достижения поставленной задачи (УК-3)	Проверка результатов практических заданий
1.2.	Стратегии достижения экономической прибыли предприятия	<b>Формируемые компетенции:</b> ПК-1. <b>В результате изучения темы студент должен:</b> знать: - методы оценки эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма (ПК-1) уметь: - формировать план реализации стратегии туристского предприятия с использованием программно-целевого подхода (ПК-1)	Проверка результатов практических заданий (план-конспект)
1.3.	Стратегии увеличения рыночной доли предприятия	<b>Формируемые компетенции:</b> ПК-1. <b>В результате изучения темы студент должен:</b> знать: - методы оценки эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма (ПК-1) уметь: - формировать план реализации стратегии туристского предприятия с использованием программно-целевого подхода (ПК-1)	Проверка результатов практических заданий; тестовый контроль
1.4.	Стратегии увеличения стоимости и ценности предприятия	<b>Формируемые компетенции:</b> УК-3. <b>В результате изучения темы студент должен:</b> знать:	Проверка результатов практических заданий

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы командной работы (знает роли в команде, типы руководителей, способы управления коллективом) (УК-3)</li> <li>уметь:</li> <li>- руководить членами команды для достижения поставленной задачи (УК-3)</li> </ul>	
<b>Раздел 2. Маркетинг в сфере туризма</b>			
2.1.	Социально-экономическая сущность маркетинга в сфере туризма	<b>Формируемые компетенции: УК-1.</b> <b>В результате изучения темы студент должен:</b> знать:	Проверка результатов практических заданий (план-конспект)
2.2.	Маркетинговые исследования потребителей и определение целевого рынка	- приемы анализа проблемной ситуации и способы осуществления ее декомпозиции на отдельные задачи (УК-1) уметь: - вырабатывать стратегию решения поставленной задачи (составляет модель, определяет ограничения, вырабатывает критерии, оценивает необходимость дополнительной информации) (УК-1) владеть: - возможными вариантами решения задач (УК-1)	Проверка результатов практических заданий
2.3.	Формирование маркетинговой стратегии предприятия сферы туризма	<b>Формируемые компетенции: ПК-2</b> <b>В результате изучения темы студент должен:</b> знать: - принципы проектирования объектов профессиональной деятельности с учетом современных технологий и туристских новаций (ПК-2) уметь: - организовывать, координировать и контролировать деятельность по разработке бизнес-планов в сфере туризма как технологии обоснования проектов и принятия предпринимательских решений (ПК-2) владеть: - принципами планирования ресурсов проектов в сфере туризма, контроля процесса реализации проекта, своевременно выявлять отклонения в реализации бизнес-планов в сфере туризма и управлять деятельностью по их устранению (ПК-2)	Проверка результатов практических заданий
2.4.	Сбытовая политика туристских предприятий	<b>Формируемые компетенции: ПК-1.</b> <b>В результате изучения темы студент должен:</b> знать: - методы оценки эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма (ПК-1) уметь:	Проверка результатов практических заданий

		- формировать план реализации стратегии туристского предприятия с использованием программно-целевого подхода (ПК-1)	
2.5.	Ценовая политика туристских предприятий	<b>Формируемые компетенции:</b> УК-1. <b>В результате изучения темы студент должен:</b> знать: - приемы анализа проблемной ситуации и способы осуществления ее декомпозиции на отдельные задачи (УК-1) уметь: - вырабатывать стратегию решения поставленной задачи (составляет модель, определяет ограничения, вырабатывает критерии, оценивает необходимость дополнительной информации) (УК-1) владеть: - возможными вариантами решения задач (УК-1)	Проверка результатов практических заданий. Оценка подготовки и проведения дискуссии.
2.6.	Коммуникативная политика туристских предприятий	<b>Формируемые компетенции:</b> УК-3. <b>В результате изучения темы студент должен:</b> знать: - принципы командной работы (знает роли в команде, типы руководителей, способы управления коллективом) (УК-3) уметь: - руководить членами команды для достижения поставленной задачи (УК-3)	Проверка результатов практических заданий; тестовый контроль

## 5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии

### 5.1. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии: технология полного усвоения, проблемного обучения, анализа ситуаций, моделирования.

Технология полного усвоения предполагает возможность освоения дисциплины каждым студентом посредством формирования различных компонентов их компетенции: при измерении компетенции учитываются знания, умения и владения, а сама компетенция как результат обучения интегрируется из этих компонентов на теоретическом, практическом уровнях обучения.

Технология анализа ситуации (кейс-метод) используется с целью связи теории и практики, так как требованиям к анализу является обязательная ссылка на теорию вопроса. Моделирование используется так же на всех уровнях обучения. Создаются структурно-логические схемы, обобщаются подходы, структурируются процессы.

Дисциплина предусматривает в основном наличие практических занятий. Для оценивания знаний и умений, диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: тестовый контроль, выполнение контрольных заданий.

### 5.2. Информационно-коммуникационные технологии

Активизацию самостоятельной работы обучающихся и контроль результатов и сроков освоения разделов и тем дисциплины обеспечивает использование таких интерактивных элементов «Электронной образовательной среды КемГИК», как «Лекция», «Задание» и «Тест».

Интерактивный элемент «Тест» включает различные типы вопросов и используется как одно из основных средств объективной оценки знаний студента в ходе самоконтроля, текущего и промежуточного контроля знаний по дисциплине.

Интерактивный элемент «Задание» позволяет преподавателю поддерживать обратную связь



со студентом посредством проверки задания (отчетов о выполнении практических работ, учебных исследовательских проектов) в виде рецензии или комментариев, а также обеспечить индивидуальный подход к обучающимся с учетом их психофизиологических особенностей. Интерактивные элементы с возможностью обратной связи имеют особое значение для заочной формы обучения, поскольку позволяют не только контролировать выполнение студентом заданий (контрольных работ), но и мотивировать его самоподготовку в межсессионный период.

Интерактивный элемент «Лекция» позволяет повторять и закреплять теоретические вопросы курса, выстраивать обратную связь с педагогом, путем выполнения включенных тестовых и практических заданий.

Использование интерактивных элементов «Лекция», «Задание» и «Тест» также обеспечивает фиксацию хода образовательного процесса, результатов текущей и промежуточной успеваемости обучающихся по дисциплине.

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

### **6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся**

Материалы для организации самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине размещены в «Электронной образовательной среде» (<http://edu.kemguki.ru>) и включают:

Организационные ресурсы

- Тематический план дисциплины для обучающихся очной формы обучения
- Тематический план дисциплины для обучающихся заочной формы обучения

Учебно-практические ресурсы

- Описания практических заданий и работ

Учебно-методические ресурсы

- Методические указания по подготовке к практическим занятиям
- Методические рекомендации по разработке электронной презентации
- Методические указания по организации и проведению дискуссии
- Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы

Учебно-наглядные ресурсы

- Электронные презентации

Учебно-библиографические ресурсы

- Список рекомендуемой литературы

Фонд оценочных средств

- Контрольные вопросы по разделам дисциплины
- Вопросы к зачету
- Тесты по разделам

### **6.2. Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся (СРО) является обязательным видом учебной работы по дисциплине, выполняется в соответствии с выданным преподавателем заданием и в установленные сроки.

Самостоятельная работа студентов включает изучение учебной, научной, периодической литературы, первоисточников, выполнение письменных заданий, выполнение тестовых заданий, написание рефератов, выполнение практических заданий.

Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в ходе проведения всех видов занятий; проверка выполнения письменных заданий, установленных планом самостоятельной работы студента; тестирование; форма промежуточной аттестации – зачет.

#### **Содержание самостоятельной работы студентов**

Темы для самостоятельной работы студентов	Количество часов		Виды и содержание самостоятельной работы студентов
	Для очной формы обучения	Для заочной формы обучения	
1.1. Стратегия как система	7	8	Подготовка к дискуссии

управления конкурентными преимуществами			
1.2. Стратегии достижения экономической прибыли предприятия	7	9	Подготовка к практическому занятию и тестовому контролю
1.3. Стратегии увеличения рыночной доли предприятия	7	9	Подготовка к практическому занятию
1.4. Стратегии увеличения стоимости и ценности предприятия	7	9	Подготовка к практическому занятию
2.1. Социально-экономическая сущность маркетинга в сфере туризма	8	9	Подготовка к круглому столу
2.2. Маркетинговые исследования потребителей и определение целевого рынка	8	8	Подготовка к практическому занятию
2.3. Формирование маркетинговой стратегии предприятия сферы туризма	8	9	Подготовка к практическому занятию (ситуационные задания)
2.4. Сбытовая политика туристских предприятий	8	9	Подготовка к практическому занятию и тестовому контролю
2.5. Ценовая политика туристских предприятий	8	9	Подготовка к дискуссии
2.6. Коммуникативная политика туристских предприятий	8	9	Подготовка к практическому занятию и тестовому контролю

## 7. Фонд оценочных средств

Включает оценочные средства для текущего контроля успеваемости и для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в электронной информационно-образовательной среде (<https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=4492>).

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 8.1. Основная литература

Гришко, Н. И. Менеджмент в туризме : учебное пособие / Н. И. Гришко. – Минск : РИПО, 2020. – 277 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599734> (дата обращения: 26.09.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-7234-37-0. – Текст : электронный.

Очилова, Х. Ф. Маркетинг туризма : учебник : [16+] / Х. Ф. Очилова, М. Амонбоев. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 176 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=689008> (дата обращения: 26.09.2024). – ISBN 978-5-4499-3151-1. – DOI 10.23681/689008. – Текст : электронный.

### 8.2. Дополнительная литература

Котлер, Ф. Маркетинг : гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 1071 с. : табл., граф., ил, схемы – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684885> (дата обращения: 26.09.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01263-6. – Текст : электронный.

Симонова, Т. Ю. Технологии продаж в туризме и гостеприимстве : учебное пособие : [16+] / Т. Ю. Симонова, Е. И. Макринова, 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> (дата обращения: 26.09.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3162-7. – DOI 10.23681/690378. – Текст

: электронный.

### 8.3. Программное обеспечение

ВУЗ располагает необходимыми программным обеспечением:

Технические средства обучения:

- для лекции - мультимедийный проектор, персональный компьютер, экран, акустическая система, подключенный к сети Интернет;
- для практических (лабораторных) работ - компьютерный класс, подключенных к сети Интернет;
- для самостоятельных работ - персональный компьютер, подключенный к сети Интернет.

Программное обеспечение:

- лицензионное программное обеспечение:

Операционная система – MS Windows (10, 8,7, XP)

Офисный пакет – Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)

- свободно распространяемое программное обеспечение:

Офисный пакет – LibreOffice

Браузер - Mozilla Firefox (Internet Explorer)

Служебные программы - Adobe Reader, Adobe Flash Player

## 9. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается:

- адаптированная образовательная программа,
- индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья -устанавливаются адаптированные формы проведения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей:

- для лиц с нарушением зрения задания предлагаются с укрупненным шрифтом,
- для лиц с нарушением слуха – оценочные средства предоставляются в письменной форме с возможностью замены устного ответа на письменный ответ,
- для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - двигательные формы оценочных средств – заменяются на письменные или устные с исключением двигательной активности. При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для выполнения задания.

При выполнении заданий для всех групп лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается присутствие индивидуального помощника-сопровождающего для оказания технической помощи в оформлении результатов проверки сформированности компетенций.

## 10. Перечень ключевых слов

Стратегия  
Стратегический менеджмент  
Конкурентные преимущества  
Прибыль  
Доля рынка  
Маркетинг  
Маркетинговые исследования  
Потребитель  
Маркетинговая стратегия

Сбытовая политика  
Ценовая политика  
Цена  
Коммуникативная политика  
Коммуникация  
Прямые продажи  
Стимулирование сбыта  
Связи с общественностью  
Паблицити

## Содержание рабочей программы дисциплины

1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Структура и содержание дисциплины	4
4.1. Структура дисциплины	4
4.2. Содержание дисциплины	6
5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии	8
5.1 Образовательные технологии	8
5.2 Информационно-коммуникационные технологии	8
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся	9
6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся	9
6.2. Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы	9
7. Фонд оценочных средств	10
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	10
8.1. Основная литература	10
8.2. Дополнительная литература	10
8.3. Программное обеспечение	11
9. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	11
10. Перечень ключевых слов	11